

## ***PUBLIC INFORMATION BETWEEN „FAKE NEWS” AND A NEW JOURNALISM***

**Viorel Nistor**

**Lecturer, PhD, "Babeş-Bolyai" University of ClujNapoca**

*Abstract: The technological revolution in the field of communication could not only produce splendor, almost unlimited access to information could not only bring benefits, the opportunity to connect easily with anyone, however it could not only generate satisfaction. Even when it is well understood, freedom has a price, and when it is not (or is used in excess), the cost will take the form of dangers. The fake news phenomenon or the intrusion of false news into the real body can also be interpreted as a disease of unlimited freedom of expression. This perversion of communication, which is not new but has gained an unprecedented scale, threatens not only journalism but also democracy, responsible not only journalists but also the public has not only technological (and financial) causes but also psychological, included not only communication but also other areas. In a paper dedicated to journalism, we believe that the fake news phenomenon can be annihilated / minimized / dimmed by the emergence and development of a new type of journalism.*

*Keywords: fake news, post-truth, fact-checking, journalism, psychologist*

La prima vedere, într-o abordare tehnicist-mediatică, ar putea părea că fenomenul știrilor false e „o boală” ceva mai recentă a jurnalismului, un fel de „scăpare”, de moment, a deontologiei sau un compromis conjunctural asumat de către jurnaliști până la „noi ordine”. Or, dacă ar fi așa, aceasta ar fi situația cel mai ușor și la îndemână de depășit și de facil de însănătoșit câmpul mediatic. Dar, se subliniază mereu în analizele tot mai frecvente dedicate acestui fenomen, știrile false nu sunt ceva nou, nu e ceva necunoscut presei, au fost dintotdeauna, sunt și acum și, foarte probabil, vor fi și în viitor. Dacă ar fi vorba despre o simplă derivă profesională, imputabilă comunității jurnalistice, nu se îndoiește nimeni, ar fi o chestiune de timp remedierea acesteia. Dar, după amploarea fenomenului și după amplitudinea consecințelor, lucrurile nu par să stea deloc așa. Studiile arată că „fenomenul fake news” este unul mult mai amplu, excede granițele unui domeniu anume și că afectează, printre altele, temelia actului jurnalistic în sine. Mai mult de atât, fenomenul studiat ar putea fi, în același timp sau/și mai ales, a „boală” a publicului și un proces cu profunde reverberații în politică, care generează efecte economice și ar putea deveni un fenomen social, cu implicații și efecte globale grave.

Ne propunem în această lucrare să delimităm câteva contururi, în linie psihologică (cu privire la public) și în linie deontologică (cu privire la jurnaliști), ale fenomenului enunțat, pentru ca în partea a doua să ne ocupăm de premisele apariției și constituirii unei noi convenții între jurnaliști și publicul lor, ca bază a (re)consolidării jurnalismului și a estompării/eliminării

efectelor negative ale știrilor false. Adică condițiile de apariție și practicare ale unui nou jurnalism, aflat într-o relație diferită cu noul său public. Efectele negative în jurnalism ale fenomenului „fake news” se dovedesc profunde, contaminante, devastatoare și ating însăși esența actului jurnalistic și identitatea acestuia, dar și fundamentele democrației pe care aceasta o deservește, iar ieșirea din această criză nu se va putea face decât pe fundamentul unui nou jurnalism. Sunt întrebări legitime dacă și cum este posibil acesta.

### Old school fake news

Cam pe la începutul anilor ‘90, sub semnătura unui jurnalist din Cluj-Napoca, apărea în cotidianul *Evenimentul Zilei* o știre stranie (pentru gusturile firești de atunci, de acum și dintotdeauna ale publicului). Rezum: într-un sat din județul Cluj, ciorile au atacat vitele sătenilor, ținta preferată a păsărilor fiind ochii bovinelor. Localizarea era relativă (un sat neprecizat dintr-o comună clujeană), sursele erau incerte (niște săteni, primarul fără nume, un ornitolog anonim), detaliile, puține și stângace, iar verosimilitatea informațiilor rămânea în suspensie. Am ținut minte acest caz, petrecut cu peste douăzeci de ani în urmă, tocmai pentru ineditul său de atunci: nimeni n-a crezut întâmplarea, lumea s-a indignat, jurnalistul s-a făcut de rușine și a rămas de pomină, dar era vremea apariției primului tabloid românesc și a „găinii cu patru picioare” și a „cele care naște pui vii” și fapta a fost explicată în acest registru. Formal, știrea are toate semnalmentele unui „fake news” de azi și nu ne-ar mira dacă am întâlni-o, dar modul de primire, acceptare și de înțelegere erau diferite de cele de azi.

Peste timp, același cotidian, în ediția on line din 31 ianuarie 2016, la rubrica „Viralul săptămânii”, difuzează știrea cu titlul „*Descoperire MACABRĂ pe o plajă din Egipt. A fost găsită o SIRENĂ adevărată. CREATURA mării a ȘOCAT cu aspectul ei*”. Materialul (de mare audiență) era însoțit de o galerie foto (cu sirena) și, pentru că, într-un sfârșit, se adevărește că e vorba despre un element de recuzită dintr-un film (nu o sirenă adevărată, cum se menționează în titlu), redactorul șef al publicației ține să și justifice această „făcătură”, numind procedeul „un rău necesar de care nu putem scăpa acum”, adăugând că „din moment ce sute de mii de oameni îl accesează zilnic și ne ajută să plătim salarii, este foarte important pentru noi să oferim zilnic acest divertisment”. Din aceeași categorie face parte și articolul publicat în 5 iunie 2016, având ca subiect „*Îngerul căzut din cer în CHINA. Cum arată FIINȚA SUPRANATURALĂ în purgatoriul lumesc. GALERIA FOTO care a uimit aproape 600.000 de romani*”. Singurele probe în susținerea unor asemenea „închipuiri” (cu statut de știre) erau niște poze, iar singura justificare era obținerea click-ului, pentru un prezumtiv succes necesar supraviețuirii presei.

În raport cu faptele de presă menționate și cu realitatea de astăzi, putem lua în considerare următoarele elemente de diferențiere: la mijlocul anilor 90, jurnaliști români se aflau la un alt nivel de profesionalizare, iar greșeală (intenționată) putea fi trecută cu vederea; nu existau căi alternative de informare, iar social media lipsea cu desăvârșire; publicul (cel exigent) le privea ca pe niște erori grave, dar nu avea posibilitatea direct să intervină/sanționeze; comunitatea profesională în formare era atentă și reacționa la astfel de derapaje. În peisajul mediatic de azi, „sirene” și „îngeri căzuți” au devenit personaje curente, se bucură de „succes”, provoacă interacțiunea publicului, cu reacții dintre cele mai diferite, de la credulitate absolută, trecând prin stări emoționale, până la umor, ironie au sarcasm, după cum se poate vedea din comentariile la

aceste articole. Comunitatea profesională nu reacționează și nu sancționează asemenea comportament eronat, fiind tolerat sau considerat, tot mai mult, firesc în condițiile date. De aici cred că poate începe studiul despre „fake news” și implicațiile sale în media și înafara acesteia.

### **Ce sunt și cum se identifică știrile false**

Desigur că fenomenul „fake news” nu e doar atât, nu e numai presa scrisă, nu e doar prezent în România, ci a devenit unul universal și obiect a numeroase studii, disciplinare și interdisciplinare. Atenția, referințele și certitudinile cu privire la acesta s-au înmulțit începând cu anul 2016, odată cu consacrarea (conceptuală și statistică) a erei post-adevăr (Oxford Dictionary), în care fake news” ocupă un rol și o poziție centrale. Abordările și definițiile sunt multiple și complementare, dar se poate spune despre „fake news” (conform *The Guardian*) că este un tip de jurnalism tabloid, „care constă în dezinformarea intenționată sau înșelătoare, răspândită prin intermediul ziarelor, al mijloacelor audiovizuale sau prin Internet, folosind rețelele sociale. Știrile false sunt realizate și publicate cu intenția de a induce în eroare pentru a câștiga din punct de vedere financiar sau politic, adesea utilizând titluri senzaționale, exagerate sau false, care atrag atenția”. Bazându-se pe inventarea pură sau compilarea unor fapte, dezinformarea ar servi unor scopuri politice (electorale, diplomatice etc.), iar înșelătoria ar urmări creșterea numărului de cititori sau a partajării pe internet, servind, prin tiraj, audiență sau clickbait, sporirii veniturilor publicitare, indiferent de veridicitatea articolelor. Altfel spus, „povești care sunt probabil false, care au o tracțiune enormă (atracție populară) și sunt consumate de milioane de oameni” (Radutzky, 2017). Dincolo de succes, influență sau bani, „fenomenul e grav pentru că schimbă percepția oamenilor în legătură cu lumea în care trăiesc” (Guran, 2017). Tipologizarea știrilor false este o sursă importantă de înțelegere detaliată a fenomenului. *The International Federation of Library Associations and Institution* (IFLA) a identificat șase tipuri/situații distincte de „fake news”, ce ilustrează convingător diversitatea și polimorfismul acestora: 1. Satiră sau parodie, unde nu există o intenție de a face rău, dar există potențial de a înșela/păcăli publicul; 2. Conexiune falsă, când titlurile nu sunt în concordanță cu conținutul; 3. Conținut înșelător, când se utilizează informațiilor pentru a încadra diferit o problemă sau o persoană; 4. Conținut fals, când conținutul original este interferat cu informații contextuale false; 5. Impostură de conținut, când sunt simulate sursele autentice; 6. Conținut manipulat, când informația e integral falsă, destinată să înșele și să provoace rău. Pe de altă parte, *IFLA* a publicat o diagramă pentru a ajuta oamenii să recunoască știrile false. Pentru această, se arată:

- Luați în considerare sursa (pentru a înțelege misiunea și scopul acesteia)
- Citiți dincolo de titlu (pentru a înțelege întreaga poveste)
- Verificați autorii (pentru a vedea dacă sunt reali și credibili)
- Evaluați sursele de sprijin (pentru a vă asigura că satisfac cerințele minimale)
- Verificați data publicării (pentru a vedea dacă subiectul este relevant și actualizat)
- Întrebați dacă este o glumă (pentru a vă convinge că nu este vorba de o satiră)
- Analizați/revizuiți propriile prejudecăți (pentru a vedea dacă acestea vă afectează judecata)

- Întrebați experții (pentru a obține confirmarea de la persoane independente și bune cunoscătoare).

Într-o altă optică a evitării știrilor false, acestea pot fi împărțite în patru categorii: *știri false*, cu informații inventate în întregime; *știri care induc în eroare*, ce pornesc de la date factuale ce sunt scoase din context sau îmbrăcate senzationalist; *știri partizane*, ce sunt interpretări ale unor date reale, care sunt manipulate pentru a corespunde unei agende; *știri de clickbait*, ce au titluri șocante/senzationaliste ce îndeamnă cititorul să le acceseze și care, de regulă, nu susțin cu informații promisiunile din titlu (Dulămiță, 2017).

Bunul simț ne-ar spune că, utilizându-se fie și aceste minime ghiduri și îndreptare, ar fi trebuit sesizate ca știri false (dovedite ulterior) situații clare, dar care, în mod contrar, au devenit „fake news-uri celebre” și au generat efecte de profunzime. Astfel, în România, în plină campanie electorală din decembrie 2016, s-a scris că Dacian Cioloș, premierul în exercițiu, este fiul nelegitim al miliardarului american George Soros, o informație cu potențial de influențare a votului; apoi, o televiziune (RTV) a difuzat știrea că gruparea *Anonymous* a descoperit că incendiul din Clubul Colectiv a fost provocat intenționat de oamenii aceluiași G. Soros; în același registru, în timpul protestelor din februarie 2017, mai multe posturi TV au susținut că cetățenii care au ieșit în Piața Victoriei la protestele antiguvernamentale au fost plătiți cu 100 de lei, primeau 50 de lei, dacă veneau cu un copil, iar dacă aveau și câini, cu încă 30 de lei. Au fost și altele, privind fapte extrem de grave, precum existența unor lovituri de stat, provocând, după caz, șocuri emoționale, uimire sau revoltă și indignare.

Voi menționa și câteva „fake news” care au făcut carieră în campania electorală din SUA, dovedite ca atare: Hillary Clinton a fost implicată într-o organizație mafiotă de trafic cu copii și că a vândut arme Statului Islamic, că Partidul Democrat vrea să impună Șaria (legea islamică) în Florida, că Papa Francisc îl susține pe Donald Trump la președinția SUA. Cum toate aveau un singur sens, iar beneficiarul lor a câștigat alegerile, se poate trage concluzia că aceste știri mincinoase au influențat rezultatul scrutinului. Ma apoi s-a deschis o anchetă oficială pe această temă ce pare a confirma această ipoteză. Un fenomen similar s-a petrecut anterior în Marea Britanie, cu prilejul Brexitului, atunci când propagandiștii acestui curent au răspândit știri false și date eronate privind imigrația, pierderea locurilor de muncă, risipa de fonduri provocată de UE, care, s-a constatat, au avut efect electoral. Și aici există o anchetă oficială cu același scop. Însă exemplele de „fake news” au devenit numeroase și pot fi identificate zilnic în media de pretutindeni. Iar această le răspândește pentru că există public care le urmărește și le consumă. Întrebarea care se naște este profundă și turburătoare: cine sunt oamenii care nu doresc să afle adevărul și de ce o fac.

## Ce spun psihologii

Înțelegem, în parte, de ce jurnaliștii (din motive financiare, de notorietate, succes ușor, facilitate comunicațională, gratuitate etc.) se pretează la difuzarea de știri false. O fac chiar împotriva spiritului de conservare, deoarece un cumul de factori, printre care și lipsa de credibilitate alimentată prin „fake news”, pot duce la slăbirea sau dispariția jurnalismului. Dar și mai greu de înțeles și de explicat este cum acceptă publicul și face posibilă dezvoltarea acestui fenomen. Mai mult decât divertismentul și emoția invocate în procesul de receptare și acceptare a lipsei de adevăr și a dezinteresului pentru acesta, e important ce spun și ce explicații dau

psihologii. Profesorul Mircea Micle, de la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, consideră că, în condițiile în care un *breaking news* se succede la fiecare zece minute, „noi nu mai prelucrăm analitic informația respectivă. Nu mai avem timp să analizăm sursa, credibilitatea ei, dovezile din spatele informației respective” (Micle, 2017). În lipsa unui răstimp de analiză, spune el, informația este considerată ca de la sine înțeleasă adevărată, iar diferența dintre informația adevărată și cea falsă se atenuează din cauza incapacității umane de a o prelucra. Și „cu cât cantitatea de informație crește, cu atât probabilitatea de a fi manipulat crește”, mai spune psihologul. Mai mult de atât, cum există un interes și o intenționalitate clare ale difuzorului de informații, „ți se dă, de regulă, cam ceea ce ai mai căutat înainte, din sursele pe care le-ai mai căutat. Aceștia sunt algoritmi de pe rețelele de socializare: nu sunt bazați pe veridicitate, ci pe preferința ta” (Micle, 2017), iar informația devine credibilă, nu pentru conținutul ei, ci pentru că ești atașat de site-ul (sursa) care o transmite și „datorită emoției pe care ți-au indus-o și datorită sentimentului de familiaritate”. Contextul emotional este și cel în care a fost definit post-adevărul, însemnând că „adevărul nu mai e atât de important cum era înainte, ci emoția e importantă. Și faptele nu mai sunt așa cum sunt, ci mai degrabă alternative” (Micle, 2017). Mecanismul prin care sunt inculcate în opinia publică neadevăruri poate fi cel al repetiției, căci, în opinia aceluiași specialist, „o aberație multiplicată de sute de mii de ori pe rețelele de socializare are impactul unui adevăr. Poate mai mare decât al unui adevăr susținut de puțini oameni”.

Psihologul Daniel David are o explicație și mai elaborată cu privire la știrile false, vorbind despre „contaminarea minții umane cu informație falsă, nerelevantă, care are impact asupra emoțiilor, cognițiilor și comportamentelor noastre” (David, 2017). Analizând influența pe care „fake news” o au asupra publicului, psihologul clujean identifică un impact direct, sub formă de manipulare psihologică, atunci când „informația deși este falsă/nerelevantă, noi o considerăm adevărată/relevantă” și un impact indirect (automat/tacit/implicit/inconștient), sub forma unei contaminări mentale, când „informațiile care știm că sunt false/nerelevante ne influențează fără să conștientizăm această influență” (David, 2017). Mai mult decât simplu divertisment, cum poate părea, aceste știri false pot genera probleme emoționale, distorsiuni cognitive și comportamentale. Faptul că oamenii sunt vulnerabili la manipularea psihologică se datorează, potrivit specialistului menționat, mai multor cauze: există prea multă informație ce nu poate fi analizată critic din lipsă de resurse de atenție și memorie (ca specie umană); oboseala sau distragerea cu alte sarcini, suspendarea analizei/verificării prin creditarea sursei sau prin contaminare inconștientă (David, 2017).

Există și alte moduri de înțelegere a fenomenului, exclusiviste sau maximaliste, cum ar fi cel în cheie propagandistică, asociat instituției *Cambridge Analytica*, apropiată de activitatea electorală a lui Donald Trump. „Avem o mașină de propagandă. Țintește oameni în mod individual cu scopul de a-i convinge să adere la o idee. E un nivel de inginerie socială nemaivăzut. Mașina reușește să prindă oameni într-o capcană emoțională de unde nu au cum să scape”, a susținut profesorul Jonathan Albright (Elon University), după ce a studiat ascensiunea fenomenului „fake news” în urma alegerii lui Donald Trump ca președinte al SUA (Anderson, 2017). Potrivit acestuia, compania *Cambridge Analytica* a activat o mașinărie de propagandă ce studiază, prin analiză de date (preluate inclusiv din rețelele sociale), personalitățile votanților

pentru a crea schimbări majore în opinia publică. Aceasta putând însemna și obținerea votului sau alte beneficii electorale.

### **Ce fac știrile false**

Exceptând oportunismul, câștigul politic imediat și prezumtive avantaje financiare, fenomenul „fake news” are efecte generale negative, alterând climatul democratic, comunicarea publică și calitatea și credibilitatea actului jurnalistic. Iată doar câteva dintre dezavantajele de substanță și pe termen lung:

- oricum ar fi definite, știrile false nu sunt adevăruri factuale, ci niște invenții/minciuni, care, mai devreme sau mai târziu, vor/pot fi descoperite;
- știrile false afectează intențional (în folosul cuiva) emoțiile, cunoașterea și comportamentul publicului
- știrile false degradează comunicarea politică, ca bază a funcționării procesului democratic
- știrile false sapă la temelia jurnalismului, care își distruge propria credibilitate și temei de a exista, acela de operator calificat și creditabil de informație de interes public
- știrile false fac să dispară granițele dintre jurnaliști și orice propagatori de informație în spațiul public (on line).

La extrem, putem da crezare lui Tim Cook, directorul general *Apple*, care crede că știrile false „ucid mințile oamenilor” (The Guardian, 2017). Tot el declară, pentru cotidianul britanic, că „publicațiile de încredere, sincere, profunde și care nu recurg la senzaționalism vor câștiga din nou” și consideră extinderea fenomenului știrilor false ca ceva pe termen scurt, deoarece, susține el, „nu cred că oamenii vor asta”.

### **Fact-checking-ul**

La nivelul presei internaționale, îndeosebi după cele două evenimente electorale majore (Brexit și prezidențialele din SUA), s-a tras un semnal de alarmă cu privire la necesitatea verificării informațiilor și eliminării fake news-urilor. Acest imperativ și-a găsit rezolvarea prin trei căi distincte:

1. Introducerea, în procesul de producere și difuzare a informațiilor, a unei etape suplimentare de verificare de către instituțiile mediatice, încercând o rezolvare prin mijloace proprii. Unii (precum marile cotidiene americane *The New York Times*, *The Washington Post* etc.) își asumă deschis această măsură și cost suplimentar. *The Independent* și-a făcut o echipă proprie, pe care o dorește pro-activă: „Facem apel la cititorii noștri și la adepții social media să ne ajute în acest sens și să semnaleze orice abuz de adevăr în sesizările lor - vom investiga cât mai multe dintre acestea”, a spus Christian Broughton, redactorul șef al cotidianului (Davies, 2017). Alții o fac într-un mod mai puțin elaborat sau costisitor (prin atenție mărită la producerea știrilor, la preluarea acestora, la interacțiunea cu publicul și cu rețelele sociale). Trebuie spus că alții (e și cazul românești, în bună parte) care nu are niciun fel de reacție de combatere a fake news-urilor și se hrănesc din această înșelătorie.

2. Apariția și dezvoltarea organizațiilor (site-urilor) de fact-checking, ce-și asumă ca unic scop să verifice și să expertizeze informațiile (de interes și impact) lansate în spațiul public prin diverse căi. Au apărut astfel site-uri cunoscute și autoritare precum *politifact.com*, care a și realizat un ghid pentru știri false (Gillin, J., 2017). Mai mult de atât, *Institutul Poynter* (<http://www.poynter.org> - lider în jurnalism) a dezvoltat o *Rețea Internațională de Verificare a Faptelor* (*The International Fact-Checking Network*) și a întocmit un *Cod de principii privind verificarea faptelor*, prin se angajează să promoveze excelența în verificarea faptelor. În esență, verificarea se face prin asumarea a cinci principii: *nonpartizanat și corectitudine, transparența surselor, transparența organizării și finanțării proprii, transparența metodologiei de lucru, o corectare deschisă și onestă*. Acest tip de verificare, tot mai prezent și frecvent, funcționează în tot toată lumea. Au început să apară și presa românească câteva, cel mai important pare a fi *factual.ro*, concentrate mai ales asupra faptelor și declarațiilor politice. Există de asemenea liste de site-uri rău-famate (<https://verificasursa.ro/>), ce propagă în mod constant sau exclusiv știri false, având un rol de avertizare și preventiv. Un agregator de știri, dar și verificator este site-ul *biziday.ro*, aparținând jurnalistului Moise Guran, cu impact mai ales în rândul tinerilor ce urmăresc mai puțin media mainstream.

3. Asumarea filtrării informațiilor false de către operatorii globali, precum *Facebook*, *Google*, *Twitter* etc. Mai ales după alegerea lui Donald Trump, acest fapt a devenit imperativ, anunțându-se tot felul de proceduri, algoritmi și strategii, mai mult sau mai puțin eficiente.

### **Un nou jurnalism**

Întrebarea e dacă aceasta este calea. Mulți specialiști sunt sceptici (și împărtășesc acest punct de vedere) că fact-checking-ul va elimina știrile false și că va salva jurnalismul. Se întrevăd și alte soluții, venite din partea psihologilor, sociologilor sau a specialiștilor în jurnalism și relații publice. O primă cale ar fi a educației și reflexivității, constând a aceea că „noi, ca indivizi, trebuie să ne dezvoltăm abilitatea de a reflecta asupra informațiilor, nu numai de a le asimila” (Micle, 2017), iar obligația presei ar fi să dea nu doar informații, ci și analize de informații, spune psihologul clujean, adăugând că „abilitatea aceasta nu e formată, nu e educată. (...) aici trebuie să intervenim noi, să ne-o educăm, să ne-o formăm”. Într-o optică asemănătoare (David, 2017), publicul s-ar putea apăra de aceste fenomene prin prevenție și decontaminare, iar prevenția ar însemna: evitarea surselor problematice (schimbarea postului de radio, TV etc.); atitudine critică în cazul expunerii unor surse îndoielnice; verificarea, căutarea de contraexemple; analiză logică și empirică; asumarea clară a unor valori certe.

Laboratoarele americane de cercetare și reflecție asupra jurnalismului merg mai departe pentru a spune că numai publicul, printr-o relație nouă cu jurnalismul, poate eradica fenomenul „fake news”. Iată câteva idei principale: „Vreau nu doar să convingem publicul să aibă încredere în mass-media, ci să facem în așa fel încât mass-media să asculte vocea publicului” (Beligăr, 2017), susține Jaff Jarvis, director al *Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism*; „Presa nu informează publicul, ci publicul ar trebui să informeze presa. Obiectul jurnalismului este conversația pe care publicul o are cu el însuși”, e opinia criticului media James Carey. Ca și căi de urmat, „vom finanța acele proiecte care aduc jurnalismul în fața publicului. Vom examina noi moduri pentru a face educație media și vom investiga rădăcinile acestei neîncrederi în mass-

media”, mai spune Jeff Jarvis, coordinator al programului *News Integrity Initiative*, un proiect dezvoltat de universitatea new york-eză (CUNY).

Este important a înțelege, pentru a-l putea combate, și de unde vine pericolul, căci „era aproape inevitabil că internetul să devină, la un moment dat, o armă împotriva democrației” (Beligăr, 2017), spune Charles N. Davis, profesor la *Universitatea Georgia* din SUA. „Cred că ziaristii trebuie să intre în dialog cu alți ziaristi și să vorbească despre ceea ce are jurnalismul aparte și trebuie să lucrăm împreună pentru a reeduca publicul cu privire la importanța jurnalismului, de ce contează și de ce trebuie să supraviețuiască, mai ales în această eră post-adevăr în care ne aflăm și în care oamenii se pot juca în mod iresponsabil cu adevărul” (Beligăr, 2017), a mai spus acesta într-un interviu acordat revistei *Sinteza*. Mai mult de atât, jurnalistul trebuie să-și redobândească condiția pierdută: „un bun reporter ar trebui să fie umil și să se considere servitor al oamenilor și al democrației (...). Doar așa publicul va înțelege importanța rolului mass-media în această democrație”, spune Davis. Un punct de vedere asemănător și complementar are profesorul Peter Gross (*Universitatea din Tennessee*) pentru care „funcția principală a mass-media tradițională astăzi este, de fapt, să-și recâștige credibilitatea. Democrația este în mare pericol atunci când publicul nu are nici o modalitate sigură de a se informa cu privire la problemele zilei” (Peter Gross, 2017). Același autor ține să sublinieze, o dată în plus, importanța rolului media și al educației în democrație: „Mass-media tradiționale, cele care operează cu standarde profesionale reale, trebuie să fie încă o dată tronsonul principal pentru știri și informații și, de asemenea, avem nevoie să educăm publicul în ceea ce privește nevoile informaționale ale democrației și să explicăm ce fel de jurnalism servește acestor nevoi”.

Însă oricât de multă bunăvoința ar avea unii sau alții, resortul schimbării (atât de necesare) ar putea veni din altă parte. „Jurnaliștii răspund cel mai bine la eșecurile lor, atunci când vanitatea le este atinsă, cu dovada că au pierdut un subiect care se afla chiar sub nasul lor. Dacă umilința arzătoare de a fi pierdut cel mai tare subiect politic al generației nu va schimba redacțiile de știri, nimic nu o va face”, (Shafer, J., Doherty, T., 2017). Pentru unii, acest subiect este Brexit sau alegerea lui D. Trump, pentru alții, dezvoltarea fenomenului „fake news”. Dar pentru cei mai mulți, ar putea fi chiar fenomenul de (auto)distrugere și dispariție a jurnalismului.

## BIBLIOGRAPHY

Anderson, B., Horvath, B., *The Rise of the Weaponized AI Propaganda Machine*, <https://scout.ai/story/the-rise-of-the-weaponized-ai-propaganda-machine>,

Beligăr, C., *Singuri împotriva tuturor: în lupta cu știrile false*, în revista *Sinteza*, nr. 39, aprilie-mai, 2017

David, Daniel, *Contaminarea psihologică: manipulare și contaminare mentală*, revista *Sinteza*, nr. 39, 2017, p. 56,

Davis, J., *The Independent launches 5-person team dedicated to debunking fake news*, <https://digiday.com/media/independent-launches-5-person-team-dedicated-debunking-fake-news/>



Dulămiță, Ionuț, *Mic ghid de site-uri dubioase din era post-adevărului*, <http://www.scena9.ro/article/stiri-dubioase - inc.com>

Guran, Moise, la *Adevărul Live, despre fake news*, [http://adevarul.ro/entertainment/tv/moise-guran-adevarul-live-despre-fake-news-fenomenul-e-grav-schimba-perceptia-oamenilor-legatura-lumea-traiesc-video-1\\_58b024c15ab6550cb8c53fcb/index.html](http://adevarul.ro/entertainment/tv/moise-guran-adevarul-live-despre-fake-news-fenomenul-e-grav-schimba-perceptia-oamenilor-legatura-lumea-traiesc-video-1_58b024c15ab6550cb8c53fcb/index.html)

Micle, Mircea, „*Crezi în conspirații fiindcă te face să te simți special*” - interviu cu Mircea Micle, <https://pressone.ro/mircea-miclea-crezi-in-conspiratii-fiindca-te-face-sa-te-simti-special/>

Radutzky, Michael, *What's „fake news”?* 60 Minutes producers investigate, - <http://www.cbsnews.com/news/whats-fake-news-60-minutes-producers-investigate/>

Shafer, J., Doherty T., *The Media Bubble Is Worse Than You Think* (Bula media este mai rea decât se crede) <http://www.politico.com/magazine/story/2017/04/25/media-bubble-real-journalism-jobs-east-coast-215048>

### **Site-uri**

[http://adevarul.ro/news/societate/fenomenul-stirilor-false-armele-epocii-post-adevar-ion-m-ionita-Stirile-false-manipularea-masa-vor-extrem-greu-controlat-1\\_58c3c6d75ab6550cb8391ed7/index.html](http://adevarul.ro/news/societate/fenomenul-stirilor-false-armele-epocii-post-adevar-ion-m-ionita-Stirile-false-manipularea-masa-vor-extrem-greu-controlat-1_58c3c6d75ab6550cb8391ed7/index.html)

<http://www.evz.ro/cea-mai-sanatoasa-formula-pentru-presa.html>

<http://www.evz.ro/descoperire-macabra-pe-o-plaja-din-egipt-a-fost-gasita-o-sirena-adevarata-creatura-marii-a-socat-cu-aspectul-ei-galerie-foto.html>

<http://www.evz.ro/ingerul-cazut-din-cer.html>

<http://www.romaniacurata.ro/ascensiunea-inteligentei-artificiale-ca-arma-si-masina-de-propaganda/>

<https://blogs.ifla.org/lpa/files/2017/01/How-to-Spot-Fake-News-1.jpg>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news)

<https://verificasursa.ro/>

<https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate>

<https://www.theguardian.com/technology/2017/feb/11/fake-news-is-killing-peoples-minds-says-apple-boss-tim-cookL>; <http://www.digi24.ro/stiri/sci-tech/lumea-digitala/directorul-apple-stirile-false-ucid-mintile-oamenilor-668312>