

Cum combatem dezinformarea în viața de zi cu zi?



Ce este dezinformarea? ↘

Ce este informația?

- “16,5%” sau “3000 MW” sau “energie eoliană” nu reprezintă informație
- “la data de 1 octombrie 2022, 16.5% din totalul producției de energie din România, adică peste 3000 MW, provin din energie eoliană, se arată într-un comunicat ANRE” reprezintă informație

De ce facem distincția între tipuri de dezinformare?

- disinformation - cu intenție
- misinformation - lipsa intenției

Ce este propaganda și de ce tot vorbim despre ea?

- campanii bine puse la punct, despre narațiuni recurente, despre un scop urmărit prin toate aceste acțiuni
- propaganda aduce dezbinare și defetism
- mesajul
- mizează pe emoții puternice

**ÎN DISCURSUL POLITIC,
INFORMAȚIA FACTUALĂ ESTE
UTILIZATĂ PENTRU A INDICA
URMĂRIREA PROGRESULUI ÎNTR-
UN ANUMIT DOMENIU, MAI
TANGIBIL SAU MAI ABSTRACT:
ACESTE SUNT SCOPURILE
NOASTRE, AȘA DEMONSTRĂM
CĂ LE URMĂRIM ȘI AȘA TRAIUL
NOSTRU DEVINE MAI BUN.**

→ De ce ne plac informațiile factuale?

Sunt sigure, obiective, intangibile; nu există “post-truth” dacă vrei să construiești un pod funcțional și rezistent, doar calcule

→ De ce nu ne plac informațiile factuale?

Nu ne aduc mereu vești bune, ne arată limitele, greșelile, finalmente mortalitatea; ne arată cu degetul și ne pun la zid; suntem constant bombardați cu informații care nu ne plac și care sunt dincolo de puterea noastră de intervenție

→ De ce contează emoțiile?

Este filtrul prin care vedem lumea; emoțiile ne influențează reacțiile - “fight or flight”, anxietate, revoltă; emoțiile negative puternice sunt în centrul narațiunilor de propagandă

→ De ce contează datele?

Datele dau sens lumii, sunt un fir călăuzitor prin mlaștina de incertitudini și spaime; datele per se au la fel de mare putere ca o busolă - depinde dacă știi să o folosești sau nu.

Adevărata provocare este să găsim echilibrul între date și emoții - datele singure nu spun mare lucru publicului general, iar emoțiile nu reprezintă o bază reală de informare.



Tratamentul optim - prebiotice+antibiotice+probiotice

Așa cum o infecție serioasă implică muncă serioasă din partea unui medic cu experiență, la fel tratăm și dezinformarea: holistic, înțelegând cauzele, consultând istoricul pacientului, folosindu-ne de cele mai noi descoperiri în domeniu, ținând cont de starea sa de spirit, cu scopul nu doar de a trata pe moment, ci și de a minimiza incidența viitoarelor episoade.

Ce tehnici avem la dispoziție?

PREBUNKING

- date relevante despre publicul țintă - cum se raportează la subiect
- date relevante despre ce dezinformări circulă deja
- “de ce ar minți sau dezinforma cineva despre asta?”

DEBUNKING

- fact-checking clasic
- investigații
- campanii de informare

POSITIVE NARRATIVES

- cui pe cui NU se scoate, dar cui ele provin din aceeași fabrică
- pornind de la profilul publicului dezinformați, construiește povești cu care să rezoneze și prin care să se informeze



informații factuale + eroarea sau
dezinformarea + rațiunea din spate
+ informație factuală

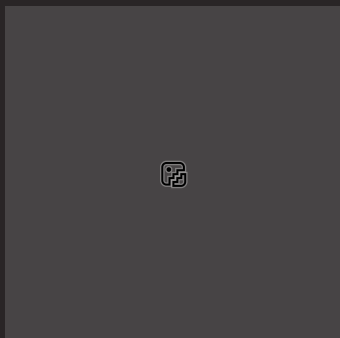
sosul secret e empatia

**Dacă trebuie să repetăm o dezinformare,
să o punem între două felii de informații
factice:**

- O să ne lege de glie cu orașul de 15 minute!
- Tu crezi că asta cu reducerea emisiilor de carbon e ca să ne facă bine sau ca să facă ei bani?
- Vin străinii și ne taie pădurile, da' oamenii nu mai au voie să bage lemne pe foc și mor de frig în case!
- NE OBLIGĂ UE SĂ MÂNCĂM GREIERI!

Sandwichul adevărului

Psihologia dezinformării



*I get my news from the only reliable source,
cryptic symbolism in my dreams*



Conspirații 101

Teoriile conspirației au câteva aspecte în comun:

- *Planul Secret*
- *EI* - grupul cu planul
- “Dovezile”
- nimic nu e întâmplător
- *voi chiar mai credeți în coincidențe?!*
- Bine vs. Rău, aka Noi vs. Ei
- țapul ispășitor

- apar adesea ca o “explicație logică” a unor evenimente sau situații greu de înțeles
- aduc un fals sentiment de control
- încep adesea ca o suspiciune - “cine beneficiază de situație?” - conspiratorii; orice „dovadă” este apoi făcută să se potrivească teoriei
- sunt greu de respins, deoarece oricine se opune face parte din conspirație
- majoritatea celor care le răspândesc cred că sunt adevărate, alții doresc în mod intenționat să provoace sau să manipuleze

Cum funcționează dezinformarea

Dezinformările și conspirațiile au prosperat întotdeauna în vremuri de criză și tulburări sociale - acesta este doar modul în care suntem conectați într-o oarecare măsură.



motive epistemice

nevoia de cunoaștere și certitudine și cred că motivul sau dorința de a avea informații.



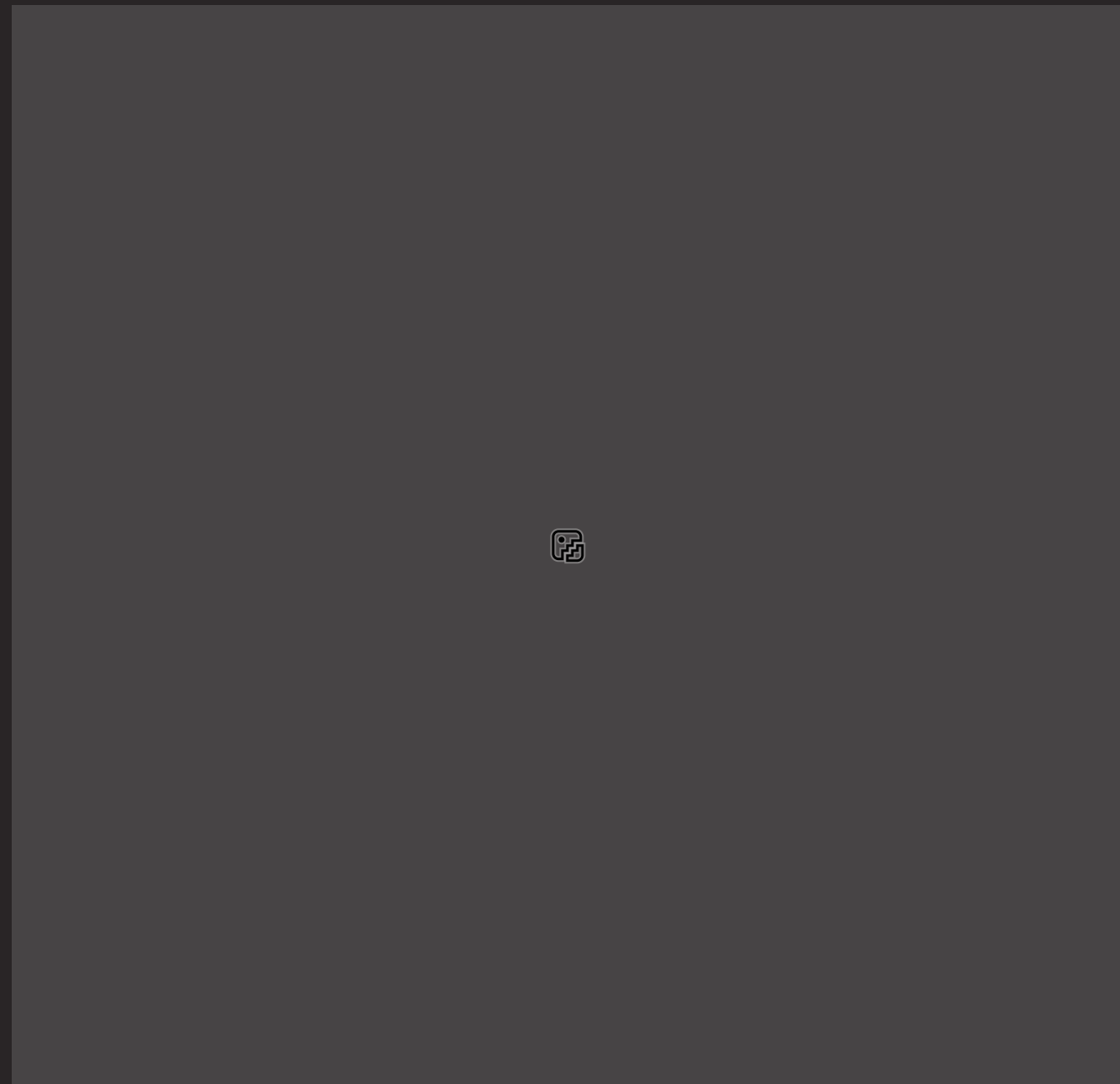
motive existențiale

nevoile oamenilor de a fi sau de a se simți în siguranță și în siguranță în lumea în care trăiesc, să simtă că au un fel de putere sau autonomie asupra lucrurilor care li se întâmplă. Oamenii care se simt neputincioși și dezamăgiți au tendința de a gravita mai mult spre teoriile conspirației.



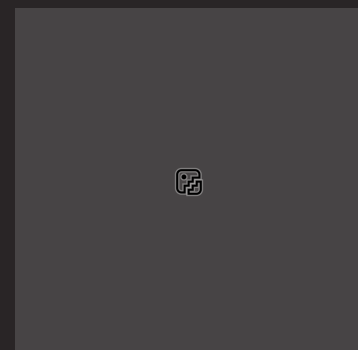
motive sociale

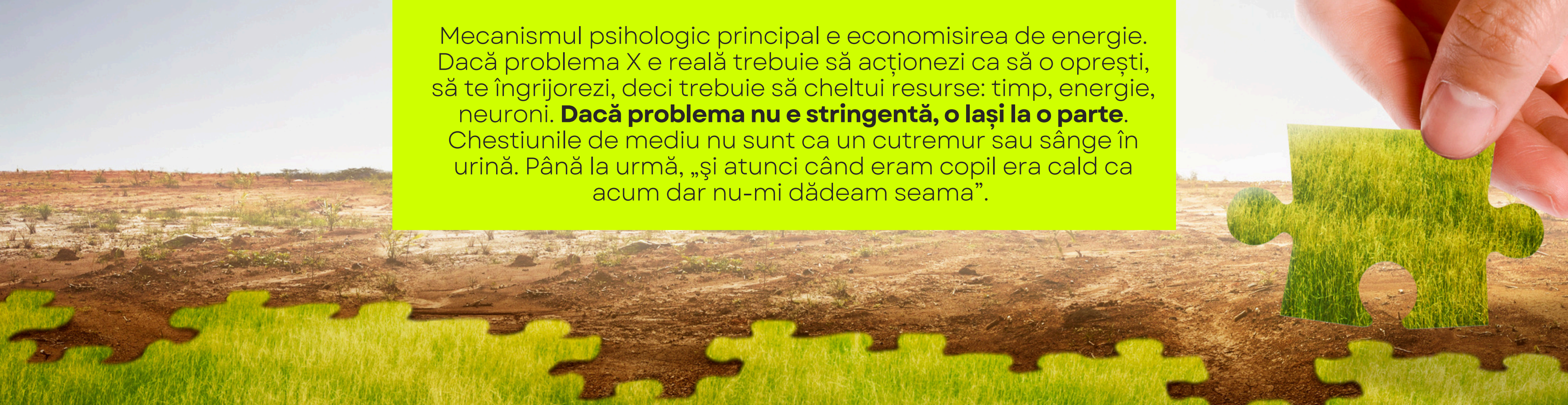
dorința oamenilor de a se simți bine cu ei înșiși ca indivizi și, de asemenea, de a se simți bine cu ei înșiși în ceea ce privește grupurile din care fac parte - o modalitate de a face asta este să simți că ai acces la informații pe care alți oameni nu le dețin.



PUBLICUL NOSTRU

Ce date avem la dispoziție și
ce facem cu ele?





Mecanismul psihologic principal e economisirea de energie. Dacă problema X e reală trebuie să acționezi ca să o oprești, să te îngrijezi, deci trebuie să cheltui resurse: timp, energie, neuroni. **Dacă problema nu e stringentă, o lași la o parte.** Chestiunile de mediu nu sunt ca un cutremur sau sânge în urină. Până la urmă, „și atunci când eram copil era cald ca acum dar nu-mi dădeam seama”.

Neîncrederea anti-environmentaliștilor în orice instituție e imensă. Excepțiile sunt armata și biserica (64%). 75% nu au încredere **deloc** în alegeri iar 68% nu au încredere în UE. Sunt pierzătorii Revoluției și mai ales ai trecerii la capitalism. UE a venit prea târziu în viața lor profesională ca să mai poată beneficia, deci mai mult se frustrează văzând cum trăiesc generațiile mai tinere.

Majoritatea anti-environmentaliștilor cu vârsta peste 40 de ani sunt femei (57%).

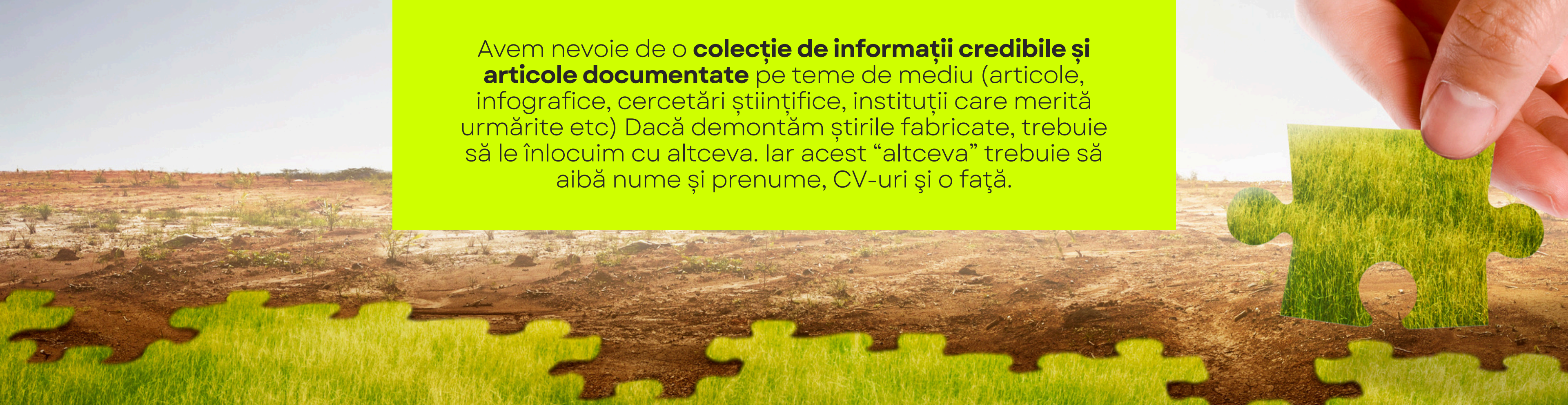
Doar 30% muncesc - pensionarii și casnicele domină.

Căsătoriți sunt 68%, văduvi/văduve 14%. Doar 32% n-au copii.

Posibil public țintă: Bărbați de peste 40 de ani, loviți de apatie științifică și anti-ecologiști, cu nivel de educație mediu, care au lucrat mai degrabă la stat.

Nu vorbim cu cei care cred într-o Conspirație Majoră.

Vom încerca să ajungem la părinți atât direct, cât și prin copiii lor.



Avem nevoie de o **colecție de informații credibile și articole documentate** pe teme de mediu (articole, infografice, cercetări științifice, instituții care merită urmărite etc) Dacă demontăm știrile fabricate, trebuie să le înlocuim cu altceva. Iar acest “altceva” trebuie să aibă nume și prenume, CV-uri și o față.

Pentru că discursul rațional funcționează de prea puține ori, încercăm să vorbim pe “limbajul” celor predispuși la dezinformare. Să reușim să transmitem mesajul că toți suntem, de fapt, în aceeași tabără, construind mesaje de educare care pornesc dintr-o zonă emoțională, naționalistă, cu valori familiale. Și pentru că părinții nu prea ascultă de copii în general, hai să sărim o generație: hai să vorbim direct despre nepoți.

Dacă trezیم în oameni emoții cu povestea de mai sus, vor avea nevoie și de o supapă pentru energia asta, de ceva acționabil. De un răspuns la întrebarea “și ce pot să fac ca să nu se întâmple asta?” (chiar și simbolic).

Să folosim umorul pentru a arăta cât de ridicole sunt anumite știri false pe tema schimbărilor climatice & să educăm pe un ton mai relaxat.

De exemplu, pentru a combate narațiunea conform căreia „las că n-a crescut temperatura medie anuală, era cald și când eram copil” - putem să glumim cu o postare care să zică: „ca să știi dacă temperatura medie e normală, ar fi trebuit să trăiești aproximativ 250 de ani”.

Ca să înțelegem ce “tratament” e necesar pacientului nostru, ne folosim întregul instrumentar medical.

Nu suntem medici, dar avem la dispoziție uneltele noastre care ne ajută să ne înțelegem publicul, care sunt vulnerabilitățile lui și cum anume se propagă diverse narațiuni.

UNELTE DIGITALE

Ce unelte avem la dispoziție și ce facem cu ele?





Unele digitale

CrowdTangle

01

Un instrument pentru Meta care ne ajută să urmărim, să analizăm și să raportăm despre ceea ce se întâmplă pe rețelele sociale.

ChatClimate AI

02

Scoate date din rapoartele Intergovernmental Panel on Climate Change (organism științific al ONU)

Google Bard

03

Un fel de ChatGPT mai de încredere, poate extrage informații/ text din imagini,

Linkedin Post Generator

04

Poate genera postări pe teme date, în format atractiv, numai bune de diseminat

FundraiserGPT

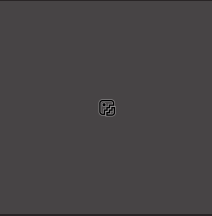
05

Generează postări tip call to action, care pot fi utile în a vedea cum se raportează publicul la diverse variații de ton



Multi-tool plug-in

WeVerify e un plug-in complex, inclusiv cu funcție de asistență, pentru imagini și video, util și pentru Facebook.



FUNKY CITIZENS

<https://funky.org/>