

# Kit de verificare

## Partea IV

### Biasuri, interpretarea imaginilor și credibilitatea media

1. **Imaginile pot minți:** Chiar și o singură imagine poate distorsiona realitatea
2. **Contextul este totul:** Înțelegerea contextului în care a fost făcută o fotografie este esențială pentru a evita dezinformarea.
3. **Verifică sursele:** Nu crede tot ce vezi pe internet. Întotdeauna verifică sursa unei imagini.
4. **Dezvoltă gândirea critică:** Întreabă-te: Ce vrea să transmită această imagine? Ce dovezi am pentru a susține această afirmație?
5. **AI și deepfake-urile ne arată cât de fragilă poate fi încrederea noastră în ceea ce vedem online.** Imaginile pe care le consideram cândva drept dovezi incontestabile pot fi acum manipulate cu ușurință

### Biasul: Ce este și de ce contează?

Biasul vizual se referă la tendința noastră de a interpreta informațiile vizuale într-un mod subiectiv, influențat de experiențele, credințele și preconcepțiile noastre. Acest bias poate fi exploatat pentru a manipula opinia publică și a răspândi dezinformare.

### Rolul titlurilor în crearea biasului

Titlurile atrag atenția și pot influența interpretarea întregului articol sau imagini. Un titlu bine ales poate să sugereze un anumit unghi sau narațiune, influențând percepțiile cititorilor înainte de a citi conținutul complet. De aceea, titlurile sunt adesea folosite în mod strategic pentru a genera clicuri și pentru a sprijini anumite agende

## Tipuri comune de bias:

<b>Confirmation Bias (Bias de confirmare)</b>	Bias care rezultă din tendința de a procesa/analiza informația în așa fel încât să sprijine convingeri deja existente.
<b>Implicit Bias (Bias implicit)</b>	Bias care rezultă din tendința de a procesa informații bazate pe asocieri subconștiente și sentimente, chiar atunci când acestea sunt contrare convingerilor conștiente sau declarate.
<b>Filter Bubble (Filtrare de bulă)</b>	Fenomen care limitează expunerea unui individ spre un spectru complet de știri și informații online, prioritizând conținuturi care se potrivesc pe profilul demografic și istoricul online al acestuia.

## Conexe:

<b>Efectul de primă impresie</b>	Prima imagine pe care o vedem despre ceva poate influența puternic percepția noastră ulterioară.
<b>Efectul de halou</b>	Tendința de a atribui calități pozitive sau negative unei persoane sau unui lucru pe baza unei singure caracteristici.
<b>Biasul de ancorare</b>	Tendința de a se baza excesiv pe prima informație vizuală obținută, chiar dacă aceasta este incompletă sau eronată.

**Imaginile care pot minți – în funcție de context, situație politică sau dorința din spatele persoanei care postează o imagine, poate să-ți influențeze viziunea asupra unei realități.**

<b>Manipularea prin selecție</b>	Alegerea unor anumite imagini pentru a prezenta doar o parte a poveștii poate schimba complet mesajul perceput.
<b>Efectul de recadrare</b>	Tăierea sau editarea imaginilor pentru a exclude anumite elemente poate modifica contextul și poate induce în eroare.

## Utilizarea în propagandă

Imaginile pot fi folosite strategic pentru a susține anumite narațiuni politice sau sociale.

### Importanța contextului în interpretarea imaginilor:

De multe ori, imaginile sunt scoase din context pentru a manipula percepția publicului. Fără contextul adecvat, o imagine poate fi interpretată greșit, ducând la concluzii eronate. De exemplu, o fotografie cu un soldat ajutând un civil poate fi folosită atât pentru a arăta umanitatea în timpul războiului, cât și pentru a justifica acțiuni militare.



## Cum verificăm metadatele unei imagini online?

Dacă găsim o imagine pe internet și dorim să aflăm cine a realizat-o, cu ce aparat și când a fost realizată, putem verifica metadatele acesteia. De exemplu, dacă folosim un site precum [www.metadata2go.com](http://www.metadata2go.com), putem încărca imaginea și analiza metadatele. Astfel, putem descoperi, de exemplu, că imaginea a fost realizată de colegul nostru Vrabie Matei folosind Canva.

### Important de menționat:

platformele de social media, în general, șterg metadatele imaginilor pentru a proteja confidențialitatea utilizatorilor, astfel încât aceste informații pot fi pierdute atunci când imaginile sunt partajate online.



## Credibilitate și sursa informației

Credibilitatea media se referă la raportarea corectă și la un grad rezonabil de imparțialitate.

**Toate sursele trebuie validate** înainte de a fi considerate credibile, folosind următoarele criterii:

- Istoric cunoscut, de exemplu, Politico.
- Evaluări externe, cum ar fi căutările pe Google pentru "media bias Politico".
- Analiza la fața locului, incluzând verificarea proprietarilor, editorilor și autorilor (experiența lor în media, posibile interese politice); evaluarea site-ului și a calității altor articole

## Bias în media

Bias-ul în media este tendința de a propune interpretări cu afinități ideologice / politice. Este acceptabil dacă e rezonabil (nu alterează faptele, nu este extrem/absurd/exagerat) și dacă este asumat.

## Resurse

- Escape the Echo Chamber: <https://aeon.co/essays/why-its-as-hard-to-escape-an-echo-chamber-as-it-is-to-flee-a-cult>
- Confidence drives a neural confirmation bias: <https://www.nature.com/articles/s41467-020-16278-6>

**Ai ajuns la final.  
Spor la verificat articole!**

