

Training Fiche Template

Titolo	PREVENIRE E RICONOSCERE LE FAKE NEWS
Parole chiave	Notizie, fake news, informazione, disinformazione, disinformazione, agenzia di stampa, deepfake
Lingua	<i>Italiano</i>
Area delle competenze	<p>1. Alfabetizzazione alle informazioni e ai dati Competenze <input type="checkbox"/> Alfabetizzazione ai media <input type="checkbox"/> Navigazione, ricerca e filtraggio di dati, informazioni e contenuti digitali. <input checked="" type="checkbox"/> Valutazione di dati, delle informazioni e dei contenuti digitali.</p> <p>2. Comunicazione e collaborazione Competenze <input type="checkbox"/> Coinvolgere la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali <input type="checkbox"/> Interagire con le tecnologie digitali per l'intrattenimento e la cultura</p> <p>3. Creazione di contenuti digitali Competenze <input type="checkbox"/> Sviluppare contenuti digitali</p> <p>4. Sicurezza Competenze <input type="checkbox"/> Proteggere l'ambiente <input type="checkbox"/> Proteggere la salute e il benessere</p> <p>5. Risoluzione dei problemi Competenze <input type="checkbox"/> Uso creativo delle tecnologie digitali <input checked="" type="checkbox"/> Identificare le lacune nelle competenze digitali.</p>
Obiettivo e traguardo	L'obiettivo di questo modulo è quello di aiutare gli studenti a diventare consumatori più informati e critici di notizie e informazioni, meglio attrezzati per navigare nel complesso panorama dei media online e distinguere tra fonti credibili e inaffidabili, affrontando due competenze DigComp 2.2. rilevanti, rispettivamente 1.2. Valutare i dati, le informazioni e i contenuti digitali e 5.4. Identificare le lacune nelle competenze digitali.



Risultati dell'apprendimento	<p>Al termine di questo modulo sarete in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">☐ Comprendere e definire il concetto di "fake news".☐ Distinguere tra i concetti di errata informazione, disinformazione, malinformazione e de-informazione e altri concetti correlati;☐ Conoscere e riconoscere le caratteristiche degli articoli sulle fake news.☐ Comprendere i fattori psicologici e sociali che rendono le persone più vulnerabili alle fake news, alla disinformazione e alla cattiva informazione;☐ Valutare criticamente e distinguere tra fonti di informazione affidabili e non affidabili.☐ Verificare la credibilità delle fonti di notizie☐ Riconoscere ed evitare le fake news e le informazioni fuorvianti.☐ Riconoscere i pericoli e gli impatti negativi sulla società delle fake news e della disinformazione nell'era digitale.☐ Sviluppare le capacità di verificare le informazioni o le fonti di notizie.☐ Sapere dove cercare informazioni attendibili e come accedere a risorse o fornitori di notizie affidabili.☐ Sviluppare abilità per evitare la diffusione di fake news e prevenire la disinformazione.
Contenuti organizzati in 3 livelli	<p>Nome del modulo: PREVENIRE E RICONOSCERE LE FAKE NEWS</p> <p>1. Nome dell'unità: Comprendere il concetto di fake news</p> <p>1.1. Introduzione</p> <p>L'uomo ha sempre usato la comunicazione, e le informazioni sono state trasmesse in modi diversi che si sono evoluti nel tempo, passando dalla comunicazione diretta (dialogo faccia a faccia) a quella indiretta (testi scritti o stampati e immagini). L'evoluzione dei metodi di comunicazione ha comportato anche cambiamenti nella struttura delle informazioni e dei messaggi inviati.</p> <p>Rispetto alle modalità di comunicazione tradizionali (giornali, radio, televisione), quelle recenti (Internet, social media) hanno modificato radicalmente le modalità e la velocità di diffusione delle notizie, consentendo di raggiungere un numero molto maggiore di persone in un breve periodo di tempo.</p> <p>Nell'era digitale, la diffusione rapida e capillare delle informazioni, così come il desiderio di notizie sensazionali, ha favorito la diffusione di notizie false o incomplete.</p>

1.2. DigComp 2.2.

Il Quadro delle Competenze Digitali per i Cittadini (DigComp) è uno strumento sviluppato dalla CE, che fornisce una comprensione comune di cosa sia la competenza digitale. DigComp 2.2. è una versione aggiornata del precedente DigComp.

È strutturato su più livelli e copre 5 aree di competenza principali: Alfabetizzazione delle informazioni e dei dati, Comunicazione e collaborazione, Creazione di contenuti digitali, Sicurezza e Risoluzione dei problemi. Per ogni area di competenza, definisce un insieme di competenze, insieme a esempi di conoscenze, abilità e attitudini.

I contenuti di questo modulo riguardano due competenze digitali di grande rilevanza, come definite in DigComp 2.2., rispettivamente *1.2. Valutare dati, informazioni e contenuti digitali, nell'ambito dell'Area 1 Alfabetizzazione all'informazione e ai dati, e 5.4. Identificare le lacune delle competenze digitali, nell'ambito dell'Area 5 Problem solving. Identificare le lacune delle competenze digitali, nell'ambito dell'Area 5 Problem solving.*

La prima competenza, 1.2. Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali, è descritta in DigComp come "analizzare, confrontare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità delle fonti di dati, informazioni e contenuti digitali. Analizzare, interpretare e valutare criticamente i dati, le informazioni e i contenuti digitali".

Questa competenza comprende le conoscenze, le abilità e le attitudini necessarie per affrontare le questioni chiave della società odierna, necessarie per soddisfare i crescenti requisiti di alfabetizzazione digitale della società odierna, come la consapevolezza del fatto che l'ambiente online può contenere informazioni distorte, tra cui la disinformazione e l'informazione scorretta, e che i cittadini dovrebbero essere in grado di valutare la qualità di tali contenuti, l'affidabilità delle fonti e capire che anche se un argomento è ampiamente riportato non significa necessariamente che sia vero.

L'altra competenza affrontata da questo modulo riguarda la capacità dell'utente di identificare e comprendere le proprie lacune in termini di competenze digitali e di essere disposto a lavorarci su, sviluppando una disposizione a continuare a

imparare, cercando opportunità di autosviluppo e tenendosi aggiornato sull'evoluzione digitale.

Vi aiuteremo a riconoscere e comprendere alcuni dei principali fattori (cognitivi, emotivi, sociali) che aumentano la vulnerabilità delle persone alle fake news e alla disinformazione in generale.

1.3. Cosa sono le fake news

Sebbene abbia ricevuto una notevole attenzione da parte dei media e dei politici negli ultimi anni, il concetto di "fake news" è piuttosto difficile da definire e delimitare da altre forme di "disturbi dell'informazione" (Wardle, C. 2020). Diversi dizionari online, articoli e persino articoli scientifici forniscono definizioni e analisi concettuali diverse, più ampie o più ristrette.

Basta una semplice ricerca su Google per trovare numerose definizioni. Ecco alcuni esempi:

"Informazioni inventate che imitano i contenuti dei media nella forma ma non nel processo organizzativo o nell'intento". (Lazer et al., 2018).

"Informazioni false o fuorvianti presentate come notizie". (Wikipedia)

"Articoli di giornale, programmi televisivi di informazione o altre informazioni diffuse attraverso i media radiotelevisivi o sociali che si basano intenzionalmente su falsità o che utilizzano intenzionalmente un framing fuorviante per offrire una narrazione distorta". (Kavanagh et al, 2018)

Vengono utilizzati anche molti termini alternativi: "notizie spazzatura", "pseudo-notizie", "notizie false" e persino termini peggiorativi.

Ma non sembra esistere una definizione generalmente condivisa. Questo ha portato a un dibattito ancora più acceso e a difficili delimitazioni concettuali: Le notizie false mostrano una mancanza di verità, ma non è necessario che siano letteralmente false - possono solo essere fuorvianti in quanto affermano qualcosa che è letteralmente vero ma trasmette qualcosa di falso" e "... gli errori giornalistici involontari non dovrebbero chiaramente qualificarsi come fake news" (Jaster & Lanius, 2018).

Quindi, cosa è e cosa non è una fake news?

Gli autori sopra citati apportano alcuni utili chiarimenti. Essi identificano due fattori che devono essere presenti insieme affinché una notizia venga classificata come fake news:

- o Mancanza di verità (false or ingannevoli)
- o Lack of veridicità (la presenza dell'intenzionalità a ingannare)

Essi classificano altri tipi di notizie inaffidabili, ad esempio gli errori giornalistici diventati virali, la satira e la parodia o le notizie altamente selettive come "notizie problematiche".

Altri autori considerano le fake news come una specie di disinformazione (Fallis, 2015).

Le notizie false o fuorvianti possono assumere varie forme, quali:

- o disinformazione;
- o teoria del complotto;
- o pseudoscienza;
- o propaganda;
- o notizie di parte;
- o contenuti sponsorizzati.

Pertanto, le fake news devono essere comprese all'interno del contesto e in modo complementare ad altri concetti come la disinformazione e l'informazione scorretta, che affronteremo nelle sezioni successive.

1.4. Cattiva informazione e disinformazione

La cattiva informazione è un contenuto falso o fuorviante diffuso con l'intenzione di ingannare o di ottenere un vantaggio economico o politico e che può causare un danno pubblico.

La disinformazione è un contenuto falso o fuorviante condiviso senza un intento dannoso, anche se gli effetti possono essere comunque dannosi.

Oltre a queste due forme, alcuni autori distinguono anche tra:

Malinformazione, che si riferisce a "informazioni vere utilizzate con intento dannoso" (Wardle e Derakhshan, 2018). "I meccanismi tipici includono, estrapolazione/intrapolazione,

deformazione, cherry-picking". (Marchetti, Mastrogiorgio, 2023). Queste tecniche sono spesso utilizzate dal giornalismo giallo (giornalismo sensazionale, senza necessariamente fornire contenuti falsi).

La de-informazione si riferisce a contenuti che sono veri ma che risultano in un messaggio involontariamente falso a causa della mancanza di competenza da parte del produttore. (Marchetti, Mastrogiorgio, 2023).

Una tipologia interessante e ancora più dettagliata di contenuti falsi, basata sull'intento dei creatori e sui mezzi di diffusione, è stata sviluppata dall'autrice Claire Wardle e spiegata nel suo articolo Fake news. È complicato.

L'infografica mostra 7 tipi di mala e disinformazione:

- o Satira e parodia (senza intenzione di nuocere, ma con il potenziale di ingannare)
- o Contenuti fuorvianti (uso fuorviante di informazioni per inquadrare una questione o un individuo)
- o Contenuto impostore (impersonificazione di fonti autentiche)
- o Contenuti inventati (contenuti falsi e nuovi al 100%, progettati per ingannare e danneggiare)
- o Falso collegamento (immagini, titoli o didascalie non supportano il contenuto)
- o Falso contesto (contenuti autentici condivisi con false informazioni contestuali)
- o Contenuto manipolato (quando informazioni o immagini autentiche vengono manipolate per ingannare)

Creare una tipologia completa che sia anche facile da comprendere e conservare è più difficile di quanto sembri, soprattutto perché questi contenuti sono dinamici, si evolvono e si sviluppano in base non solo al contributo dei creatori, ma anche a ciò che gli utenti generano, prestano attenzione o condividono.

2. Nome dell'unità: L'importanza di identificare le Fake news

2.1. Nome della sezione: Valutare le informazioni

Le informazioni e le notizie possono essere valutate in base a:

o aspetto: testo, immagine, suono - una o più caratteristiche;

o corroborazione tra tutte le caratteristiche di una notizia o di un articolo quando (testo, immagine, suono);
o credibilità della fonte e del fornitore di informazioni (autore, citazione);
o competenza acquisita dall'autore o dagli autori;
o fatti precedentemente noti sull'argomento della notizia, confrontati con quelli contenuti nella notizia;
o fatti scientifici che possono certificare l'informazione

Verifica dei fatti

Sono disponibili motori o siti web per la verifica dei fatti che possono essere utilizzati per verificare l'accuratezza di un testo o di un'affermazione per determinare se è vera o falsa.

Esempi:

- o FactCheck;
- o PolitiFact;
- o Snopes;
- o Truth or Fiction.

Verifica delle immagini

Per verificare la credibilità di un'immagine, è possibile utilizzarla come query di input nei motori di ricerca e i risultati ottenuti sono correlati ad essa.

Motori di ricerca di immagini inverse – esempi:

- o Google Images
- o TinEye
- o Openverse (prima conosciuto come Creative Commons Search)

2.2. Nome della sezione: Che effetto hanno le fake news su di voi?

Secondo le statistiche, oltre il 70% degli europei si imbatte regolarmente in fake news. Sebbene in alcuni Paesi dell'UE una percentuale significativa di persone (fino al 45%) abbia verificato le informazioni online di cui dubitava, secondo Eurostat la media dell'UE è stata del 23% nel 2021, con i tassi più bassi (>12%) in Romania e Lituania.

Le fake news, la disinformazione e l'informazione influenzano il modo in cui le persone pensano, votano, prendono decisioni, i loro sistemi di credenze e i loro comportamenti. Possono anche polarizzare i dibattiti e mettere a rischio la salute, la sicurezza e l'ambiente.

Il livello di fiducia nei media è diminuito significativamente e la maggioranza dei cittadini dell'UE vede il problema delle fake news come una seria sfida alla democrazia. L'UE riconosce che le campagne di disinformazione su larga scala rappresentano un problema importante per l'Europa.

Cosa ci rende vulnerabili alle fake news?

L'esposizione a informazioni false e fuorvianti, se non affrontata in modo adeguato, porta alla formazione di false credenze. Sono molteplici i fattori che contribuiscono a rendere le persone vulnerabili:

- o Cognitivo: include l'inclinazione al pensiero intuitivo piuttosto che a quello analitico (pensiero pigro), altri fallimenti cognitivi come l'ignoranza delle fonti e delle controprove, la familiarità, ecc.

- o Socio-emozionale: attrattiva, carica emotiva dell'informazione insieme allo stato emotivo del ricevente, visione del mondo del consumatore dell'informazione.

È ampiamente riconosciuto che le persone tendono a credere più facilmente ai titoli delle notizie che risuonano con la loro visione del mondo, o quando le fonti sono percepite come simili a loro stesse o comunque potenti e attraenti. A volte, non distinguono tra opinioni personali e fatti (è spesso il caso, ma non solo, degli "influencer" dei social media).

Infine, ci sono contenuti così convincenti e "fatti ad arte" che è quasi impossibile per il cittadino normale, senza tecnologie o conoscenze particolari, individuarli (ad esempio, i deepfake).

2.3. Nome della sezione: Interazione con le informazioni

Il tempo trascorso sui siti web di notizie, la frequenza delle visite e il tipo di notizie lette consentono alla tecnologia di fornire algoritmi in grado di determinare modelli per le future informazioni promosse agli utenti. Questo vale anche per i social media.

Come già detto, le fake news e i contenuti fuorvianti si evolvono e si adattano in base a ciò con cui le persone interagiscono, prestano attenzione e condividono. Fate sempre attenzione a ciò che condividete e, se possibile, segnalate i contenuti problematici.

Quando si accede a un sito di notizie e non si è sicuri dell'indirizzo, è consigliabile digitare il nome del sito in un motore di ricerca e accedere al link ufficiale fornito nell'elenco dei risultati, invece di digitarlo nella barra degli indirizzi superiore. In questo modo, si evita di digitare erroneamente l'indirizzo, che può reindirizzare a un sito web falso che imita quello originale.

Sui dispositivi digitali personali è possibile creare dei segnalibri per i siti web di notizie visitati di frequente.

3. Nome dell'Unità: Consigli e suggerimenti per riconoscere ed evitare le fake news

3.1. Come riconoscere le fake news

Negli ultimi anni sono state realizzate utili linee guida, infografiche e liste di controllo per aiutare i cittadini a identificare le fake news, alcune delle quali sono disponibili in più lingue.

Un esempio è l'infografica "How to spot Fake News", creata dalla Federazione internazionale delle associazioni e delle istituzioni bibliotecarie (IFLA). L'infografica sottolinea 8 aspetti:

- o La fonte (indagare ulteriormente sul sito web della fonte)
- o L'autore/i (sono credibili/reali?)
- o La data (sono state ripubblicate vecchie notizie non più rilevanti per l'attualità?)
- o Ulteriori letture (c'è coerenza tra i titoli e il resto dell'articolo?)
- o È uno scherzo? (parodia/satira/qualsiasi dichiarazione di non responsabilità?)
- o I propri pregiudizi (le proprie convinzioni preesistenti possono influenzare il giudizio?)
- o Esperti (se non si è ancora sicuri, chiedere a un esperto, a un bibliotecario o usare un sito web di fact checking può aiutare a risolvere il problema)

3.2. Fornitori di notizie: controllare le informazioni

I responsabili politici dell'UE e altri stakeholder hanno unito le forze per migliorare l'affidabilità dei media online e contrastare la disinformazione. Nel 2022, un'ampia gamma di attori ha firmato il Codice di condotta rafforzato sulla disinformazione, un documento della CE che autorizza l'industria dei media ad aderire a standard di autoregolamentazione per combattere la disinformazione.

	<p>Negli ultimi anni si sono svolte diverse iniziative nel tentativo di definire chiari indicatori di attendibilità per le notizie online. Sebbene alcune di queste iniziative richiedano un certo grado di competenza o implicino l'impiego di risorse su larga scala, ecco alcuni aspetti da prendere in considerazione per valutare l'attendibilità dei fornitori di notizie online:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Dati sull'identità del fornitore (è chiaro chi sono, quando sono stati fondati, qual è la loro missione e il loro scopo, come sono finanziati? Tipo di proprietà - pubblica/privata?) o Il settore di competenza del provider è pertinente all'argomento della notizia pubblicata? o Il giornalista che ha creato la notizia è un esperto? Il suo background professionale è verificabile? o Le referenze sono accessibili e credibili? o Lo scopo delle storie è chiaro? Perché è stato creato il materiale? Serve a qualche interesse? o Il fornitore è stato coinvolto in precedenza nella condivisione/promozione di notizie false o fuorvianti? Se sono stati scoperti degli errori, li hanno corretti e hanno sensibilizzato il pubblico? <p>3.3. Fonti di notizie affidabili - esempi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Euronews - Rete televisiva europea di informazione • European Commission - Angolo stampa • BBC The British Broadcasting Corporation • Forbes - global media company
<p>Glossario</p>	<p>Cattiva informazione: contenuti falsi o fuorvianti diffusi con l'intento di ingannare o di ottenere un guadagno economico o politico e che possono causare un danno pubblico.</p> <p>Disinformazione: è un contenuto falso o fuorviante condiviso senza un intento dannoso, anche se gli effetti possono essere comunque dannosi.</p> <p>Deepfake(Frode): un'immagine o una registrazione che è stata alterata e manipolata in modo convincente per rappresentare erroneamente qualcuno che fa o dice qualcosa che in realtà non è stato fatto o detto</p> <p>Camera d'eco: Secondo DigComp, il termine si riferisce a "situazioni nei social media e nei gruppi di discussione online in cui le convinzioni vengono amplificate o rafforzate dalla</p>

	<p>comunicazione e dalla ripetizione all'interno di un sistema chiuso e isolato. I partecipanti di solito ricevono informazioni che rafforzano le loro opinioni esistenti senza incontrare opinioni opposte".</p> <p>Filter bubble (Bolla di filtraggio): "possono derivare da ricerche personalizzate su Internet e/o sui social media, quando un algoritmo indovina selettivamente quali informazioni un utente vorrebbe vedere in base a informazioni sull'utente stesso, come la posizione, il comportamento passato nel fare clic e la cronologia delle ricerche". (DigComp 2.2.)"</p>
<p>Consigli pratici</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Per identificare le fake news, è importante controllare la fonte dell'informazione o il fornitore della notizia: viene citato l'autore della notizia? La notizia è presentata su un sito Internet ufficiale? - Cercate di valutare criticamente il contenuto della notizia, per capire se è vera o impossibile. - Imparate a distinguere tra un'opinione e un fatto. - Controllate la data degli eventi presentati nelle notizie; alcune "notizie" si riferiscono a eventi non aggiornati. - Procuratevi notizie solo da fonti reali e credibili. - Non esitate a ricontrollare le notizie che sembrano troppo belle per essere vere, troppo strane o troppo reazionarie. - Controllate le agenzie di stampa ufficiali nazionali o internazionali (ad es. Reuters, Associated Press, France Presse). - Verificate se la notizia è "satira" o se contiene dichiarazioni di non responsabilità. - Evitate le fonti di notizie in cui i testi contengono molti errori grammaticali, lettere mancanti, molte parole scritte male. - Evitate le fonti di notizie online che contengono molte finestre pop-up, troppi spot pubblicitari o link a notizie strane. - Controllate due volte le notizie che sembrano troppo emotive o ripetitive. - Evitate le notizie che promuovono guarigioni e trattamenti miracolosi. - Fate attenzione al sensazionalismo delle notizie. - Quando si ricevono notizie via e-mail/telefono/altri account personali, assicurarsi di conoscere il mittente; non accedere mai ai link ricevuti con questo tipo di messaggi.
<p>Auto-valutazione (quesiti a risposta multipla con risposta)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tecnologia della frode: <ol style="list-style-type: none"> a) riconosce le fake news b) produce immagini, registrazioni o videochiamate false c) nessuna delle due 2. Lo scopo della diffusione di fake news NON può essere:



	<p>a) scientifico b) politico c) finanziario</p> <p>3. Cosa rende credibile una notizia?</p> <p>a) promuovere guarigioni e trattamenti miracolosi b) i titoli e le immagini non supportano il contenuto c) contiene fatti, fonti o citazioni verificabili</p> <p>4. Nei media, la IA (intelligenza artificiale) può essere utilizzata per:</p> <p>a) scrivere e produrre notizie b) distribuire le notizie in base al comportamento online degli utenti c) entrambe</p> <p>5. Individua le fake news:</p> <p>a) Neil Armstrong è stato un astronauta e ingegnere aeronautico americano. b) Louis Armstrong – il primo uomo a camminare sulla Luna! c) L'astronauta americano Neil Armstrong è stato il primo a camminare sulla Luna nel 1969.</p>
Resources (videos, reference link)	<p>Kaspersky.com, <i>How to identify fake news</i>, 2022, February 9. https://www.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/how-to-identify-fake-news.</p>
Related material	
Related PPT	OFFLINE_Course_Preventing and recognizing fake news_EN
Bibliography	<p>Allcott Hunt, Gentzkow Matthew, <i>Social Media and Fake News in the 2016 Election</i>, in <i>Journal of Economic Perspectives</i>, 2017, vol. 31, nr. 2, pp. 211-236.</p> <p>Barclay Donald A., <i>Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies</i>, 2018, Lanham, Rowman&Littlefield Publishing Group.</p> <p>Bay Sebastian, <i>The Black Market for Social Media Manipulation</i>, NATO Strategic Communications Center of Excellence, Singularex, 2018, https://www.stratcomcoe.org/black-market-social-media-manipulation.</p> <p>Bennett W. Lance, Livingston Steven, <i>The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions</i>, 2018 in <i>European Journal of Communication</i>, vol. 33, nr. 2, DOI:</p>

10.1177/0267323118760317, pp. 122-139.

Berger Jonah, Milkman Katherine L., *What Makes Online Content Viral?*, 2012, in *Journal of Marketing Research*, vol. 49, nr. 2, DOI: 10.1509/jmr.10.0353, pp. 1-17.

Cadwalladr Carole, Graham-Harrison Emma, *Cambridge Analytica: Links to Moscow Oil Firm and St. Petersburg University*, in *The Guardian*, 2018, <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-academic-trawling-facebook-had-links-to-russian-university>.

Carré Christophe, *Arta manipulării elegante. Instrumente de persuasiune ale oamenilor onești*, 2017, Meteor Publishing, București.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom / European University Institute, 2021., European Digital Media Observatory. *Description and Analysis of Relevant Emerging Research Topics: Enhancing Content Reliability by Prominence: Indicators for Trustworthy Online Sources*, <https://edmo.eu/>

Cortada James W., Aspray William, *Fake News Nation. The Long History of Lies and Misinterpretations in America*, 2019, Lanham, Rowman&Littlefield Publishing Group.

Dempsey Kathy, *What's Behind Fake News and What You Can Do About It*, 2017, in *Information Today*, vol. 31, nr. 4, <http://www.infotoday.com/it/may17/Dempsey-Whats-Behind-Fake-News-and-What-You-Can-Do-About-It.shtml>.

EAVI. *Infographic: Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News – Seventeen Languages - EAVI*. EAVI, July 26, 2017. <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>.

Egelhofer Jana Laura, Lecheler Sophie, *Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda*, 2019, in *Annals of the International Communication Association*, vol. 43, nr. 2, DOI: 10.1080/23808985.2019.1602782, pp. 97-116, accesat pe 20 august 2020.

Euronews. *Latest Breaking News Available as Free Video on Demand*, Euronews, February 26, 2023. <https://www.euronews.com/>.

European Commission, *Code of Practice on Disinformation*, 2018, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>.

European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology, *A multi-dimensional approach to*



disinformation : report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, Publications Office, 2018, <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290>

European Commission, *Press Corner*, n.d.

<https://ec.europa.eu/commission/presscorner/home/en>.

European Commission. *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation*. (2022, June 16). Shaping Europe's Digital Future.

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>

European Commission. *Tackling online disinformation*. (n.d.). Shaping Europe's Digital Future.

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>

Eurostat, *Flash Eurobarometer 464: Fake News and Disinformation Online*, 2018, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/yearFrom/1974/yearTo/2018/surveyKy/2183>, pp. 1-48.

Eurostat. *Rules of engagement for handling disinformation — 2022 edition*. (n.d.). Products Manuals and Guidelines.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/ks-gq-22-003>

Faris. *How to Balance Your Media Diet*. Medium, January 17, 2020,

<https://artplusmarketing.com/how-to-balance-your-media-diet-a2140c0311ec>.

Greifeneder R. (coord.), *Psihologia Fake News – Acceptarea, distribuirea și corectarea informațiilor false*, 2021, Editura Trei, București.

H. Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022, January 12). *The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction* - Nature Reviews Psychology. Nature.

<https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

Holland Park Library | Brisbane City Council, *Holland Park Library*, n.d.,

<https://www.brisbane.qld.gov.au/things-to-see-and-do/council-venues-and-precincts/libraries/library-locations/holland-park-library>.

How many people verified online information in 2021? (n.d.). *How Many People Verified Online Information in 2021?* - Products Eurostat News - Eurostat.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-202>

[11216-3](#)

IFLA. *How To Spot Fake News; IFLA in the Post-Truth Society*, February 26, 2023.

<https://www.ifla.org/news/how-to-spot-fake-news-ifla-in-the-post-truth-society/>.

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), *IFLA Repository: Cum să ochești o știre falsă*, February 1, 2017.

<https://repository.ifla.org/handle/123456789/230>.

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), *IFLA Repository: How to Spot Fake News*, March 1, 2017.

<https://repository.ifla.org/handle/123456789/167>.

Lanius, David & Jaster, Romy. (2018). What is Fake News?.,

https://www.researchgate.net/publication/328738269_What_is_Fake_News

Lazer, David et. al., The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort, *Science* **359** (6380), 1094-1096,

https://scholar.harvard.edu/files/mbaum/files/science_of_fake_news.pdf

Machette, Paul & Turpin, Marita. (2020). The Use of Critical Thinking to Identify Fake News: A Systematic Literature Review.

10.1007/978-3-030-45002-1_20.

Marchetti, Jacopo and Mastrogiorgio, Antonio, *Becoming Fake: An Evolutionary-Behavioral Framework on Fake News* (January 27, 2023).

Available at

SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4340222> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4340222>

PolitiFact. *PolitiFact*, n.d. <https://www.politifact.com/>.

Rinehart, Aimee. *Fake News. It's Complicated*. First Draft, February 16, 2017. <https://firstdraftnews.org/443/articles/fake-news-complicated/>.

Statista. *Fake news consumption frequency in the EU by country 2022* | Statista. (n.d.).

<https://www.statista.com/statistics/1076701/fake-news-frequency-europe/>

Tandoc Jr. Edson C, Wei Lim Zheng, Ling Rich, Defining «Fake News». A Typology of Scholarly Definitions”, 2018, in *Digital Journalism*, vol. 6, nr. 2, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143, pp. 137-153.

Voicu Marian, *Matrioșka mincinoșilor. Fake News, manipulare,*



populism, 2018, Humanitas, București.

Vuorikari, R., Kluzer, S. and Punie, Y., DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes, EUR 31006 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2022, ISBN 978-92-76-48882-8, doi:10.2760/115376, JRC128415

Wardle, Claire. Understanding Information disorder - First Draft. (2020, September 22). First Draft.

<https://firstdraftnews.org:443/long-form-article/understanding-information-disorder/>

BBC – Homepage, n.d. <https://www.bbc.com/>.

BBC News. *Fake News: Five French Election Stories Debunked*, n.d. <https://www.bbc.com/news/world-europe-39265777>.

BBC News. *Turkey Earthquake: The False Images Shared Online*, n.d. <https://www.bbc.com/news/64557407>.

Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online dictionary. "Dictionary by Merriam-Webster: America's Most-Trusted Online Dictionary," February 26, 2023. <https://www.merriam-webster.com/>.

EAVI. *Infographic: Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News – Seventeen Languages - EAVI*. EAVI, July 26, 2017. <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>.

Euronews. *Latest Breaking News Available as Free Video on Demand*, Euronews, February 26, 2023. <https://www.euronews.com/>.

European Commission, *Press Corner*, n.d. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/home/en>.

Fact Checks Archive, Snopes.Com, February 24, 2023. <https://www.snopes.com/fact-check/>.

FactCheck.org. *FactCheck.Org*, n.d. <https://www.factcheck.org/>.

Faris. *How to Balance Your Media Diet*. Medium, January 17, 2020, <https://artplusmarketing.com/how-to-balance-your-media-diet-a2140c0311ec>.

FEATURE | *Public Libraries in the Age of Fake News*, Public Libraries Online, n.d. <https://publiclibrariesonline.org/2017/01/feature-public-libraries-in-the>

	<p>-age-of-fake-news/.</p> <p>Forbes. n.d. https://www.forbes.com/.</p> <p>Google Images. n.d. https://images.google.com/.</p> <p>Holland Park Library Brisbane City Council, <i>Holland Park Library</i>, n.d., https://www.brisbane.qld.gov.au/things-to-see-and-do/council-venues-and-precincts/libraries/library-locations/holland-park-library.</p> <p>IFLA. <i>How To Spot Fake News; IFLA in the Post-Truth Society</i>, February 26, 2023. https://www.ifla.org/news/how-to-spot-fake-news-ifla-in-the-post-truth-society/.</p> <p>Truth or Fiction? <i>Truth or Fiction?</i>, n.d. https://www.truthorfiction.com.</p>
<p>Provided by</p>	<p>Biblioteca Județeană „G. T. Kirileanu” Neamț</p>