

Fișa de instruire

Titlu	Evaluarea datelor, informațiilor și conținutului digital
Cuvinte-cheie	Credibilitate, relevanță, acuratețe, exhaustivitate, gândire critică
Limba	Română
Zona de competență	<p>1. Educație mediatică și informațională <u>Competente</u></p> <p><input type="checkbox"/> Educație mediatică</p> <p><input type="checkbox"/> Navigare, căutare și filtrare de date, informații și conținut digital</p> <p>2. Comunicare și colaborare <u>Competente</u></p> <p><input type="checkbox"/> Implicarea cetățenilor prin intermediul tehnologiilor digitale</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Interacțiunea cu tehnologiile digitale pentru divertisment și cultură</p> <p>3. Crearea de conținut digital <u>Competente</u></p> <p><input type="checkbox"/> Elaborarea de conținut digital</p> <p>4. Siguranță <u>Competente</u></p> <p><input type="checkbox"/> Protejarea mediului</p> <p><input type="checkbox"/> Prevenirea și recunoașterea știrilor false (fake news)</p> <p><input type="checkbox"/> Protejarea sănătății și a bunăstării</p> <p>5. Rezolvarea problemelor <u>Competente</u></p> <p><input type="checkbox"/> Folosirea în mod creativ a tehnologiilor digitale</p>
Obiective și scopuri	<p>La sfârșitul acestui modul, veți putea:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● să vă familiarizați cu metodele practice de evaluare a datelor și conținutului digital... și cu know-how-ul pentru punerea lor în aplicare ● să obțineți elementele esențiale ale evaluării datelor, informațiilor și conținutului digital... și să dobândeți elementele de bază ale acestei competențe

<p>Rezultatele învățării</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cursantul evaluează și verifică credibilitatea și fiabilitatea sursei de conținut digital, date și informații într-o manieră critică. • Cursantul examinează, interpretează și evaluează într-o manieră critică informațiile, conținutul și datele digitale.
<p>Conținut dispus pe 3 niveluri</p>	<p>Evaluarea datelor, informațiilor și conținutului digital</p> <p>1. Evaluarea datelor și a conținutului digital în DigComp</p> <p>1.1. Cunoștințe, abilități și atitudini</p> <p>CUNOȘTINȚE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conștientizarea "erorilor" din mediul digital: înțelegerea diferenței (diferențelor) dintre dezinformare neintenționată (informații greșite) și dezinformare intenționată (informații greșite/părtinitoare răspândite cu intenții răuvoitoare) 2. Cunoașterea celor mai obișnuite surse din care se generează prejudecățile (de exemplu, autorii referințelor și intențiile acestora, originea datelor și a surselor citate de surse, încorporarea de mesaje politice și comerciale etc.) 3. Conștientizarea marilor riscuri asociate conținutului digital generat de IA <p>ABILITĂȚI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Să știe cum să filtreze și să distingă între conținutul "autentic" și cel "tendențios" 2. Să știe cum să filtreze și să facă distincția între conținut sponsorizat și gratuit 3. Să știe să recunoască sursele și referințele legitime și să evalueze critic obiectivitatea conținutului unui articol 4. Să știe cum să verifice credibilitatea unei surse (de exemplu, bloguri vs. dovezi științifice și verificate de colegi / peer-review) 5. Să știe cum să recunoască conținutul influențat de inteligența artificială în mediile digitale <p>ATITUDINI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitatea de a efectua analize creative și critice - putere de gândire asupra credibilității, legitimității și obiectivității

unei surse/referințe (de ex. fact-check - verificarea faptelor)

2. Înțelegerea rezultatului / impactului oricărui posibil comportament online și a ceea ce ar putea duce mai departe acest lucru

2. Elementele esențiale pentru evaluarea datelor și a conținutului digital:

- capacitatea de a găsi informația potrivită nu este doar o chestiune de a găsi titlul (titlurile) potrivit(e), ci se adresează în mod specific **capacității utilizatorilor de a le selecta pe cele potrivite;**
- World Wide Web-ul este accesibil oricărei persoane cu o conexiune la internet. **Regulile de aur** pentru a găsi conținut de bună calitate se bazează pe un proces care urmează acești pași de bază: **navigare, cartografiere și evaluare.**

2.1 Reguli de aur pentru evaluarea conținutului de calitate:

1. Analizați informațiile, datele și contribuțiile generale furnizate de fiecare dintre resurse. Această analiză ar trebui să fie **critică și creativă**, ceea ce înseamnă că ar trebui să luați în considerare dacă se potrivește conținutul cu titlul și dacă oferă într-adevăr elementele care vă interesează.
2. Fiți întotdeauna **cu adevărat sceptici** în prima abordare a resursei date - acest lucru vă ajută să mențineți o perspectivă imparțială și la persoana a treia asupra lucrurilor.
3. Verificați elementele care semnalează acuratețea, relevanța și fiabilitatea a ceea ce observați: autor, data publicării, conținut plătit/neplătit, sursă, linkuri externe de referință pentru o dublă verificare.

1.2 Metodologii și etape logice de evaluare a conținutului digital:

Există un eșantion larg de abordări standardizate pe care vă puteți baza pentru a verifica de două ori legitimitatea a ceea ce observați.

Aplicarea lor este foarte mult intuitivă și necesită un exercițiu de gândire pe care îl puteți aplica în toate domeniile.

Aplicarea în timp real a acestor exerciții vă va ajuta la:

1. filtrarea conținutului care ar putea sau nu fi de interes;

2. identificarea în cele din urmă a informațiilor precise de care aveți nevoie.

1.3 Patru metodologii diferite propuse pentru evaluarea datelor și a conținutului digital:

- I. 5 întrebări-cheie
- II. S.I.F.T / SIGU
- III. CRAAP / ARAPS
- IV. RADCAB / RADAAP

2. Metodologia celor 5 întrebări-cheie

Pentru fiecare resursă, articol, conținut pe care ați putea ajunge, încercați să identificați:

- cine a generat acest conținut
- care este sursa de referință
- de unde provine
- de ce pare relevant
- când a fost publicat

3.1 Prima întrebare-cheie: Cine?

Cine se referă la persoana care se află în spatele dezvoltării și publicării conținutului online. Analizând "Cine", obiectivul este de a ne asigura că:

1. motivația sa este autentică și conținutul este lipsit de prejudecăți politice, culturale și de alte prejudecăți care ar putea influența obiectivitatea conținutului;
2. deține cunoștințele în domeniu;
3. expertiza sa în materie și fiabilitatea informațiilor furnizate sunt dovedite.

3.2 A doua întrebare-cheie: Care?

Care se referă la platforma de pe care este disponibil acest conținut.

Ca regulă generală:

1. informațiile care provin din webzine cunoscute sunt mai fiabile în comparație cu blogurile personale;

2. este mai dificil să verifici informațiile provenite din social media, în comparație cu cele provenite de la instituții de presă consacrate;
3. diferite surse pot oferi opinii și idei diferite pornind de la același subiect și temă - în funcție, de exemplu, de viziunea culturală asupra anumitor lucruri.

1.3 A treia întrebare-cheie: De unde?

De unde se referă la informațiile, dovezile, datele, intuițiile etc. care au contribuit la conturarea conținutului și la formularea opiniei autorului.

Cu cât sunt mai multe resurse disponibile, cu atât mai bine.

Acest lucru vă va permite să verificați mai ușor și mai convenabil autenticitatea surselor și credibilitatea opiniilor/informațiilor furnizate.

1.4 A patra întrebare-cheie: De ce?

De ce se referă la motivațiile care vă determină să credeți că ați găsit în sfârșit un conținut de interes, relevant și fiabil. O modalitate ușoară de a evalua "De ce" unui conținut digital este de a observa în ce măsură acest conținut satisface punctele anterioare:

1. Este autorul competent în materie?
2. Este platforma/sursa de publicare cunoscută și de bună reputație?
3. Referința este clară și bine identificabilă?

1.5 A cincea întrebare-cheie: Când?

Când se referă la data publicării conținutului.

1. "Cu cât mai recent, cu atât mai bine" este o regulă generală care s-ar putea aplica, de exemplu, la știri și evenimente
2. Asigurați-vă că verificați de două ori dacă există actualizări/revizuri ale aceluiași conținut - sau dacă acesta a fost editat într-un al doilea moment

2. Abordarea SIFT / SIGU

I.1 Metoda SIFT / SIGU: Stați → Investigați → Găsiți → Urmăriți

Această abordare simplă implică o analiză atentă a conținutului printr-o abordare în mai multe etape

I.2 Stați

Stați, înseamnă să încercați să analizați și să aveți o primă impresie despre ceea ce priviți.

- Este aceasta ceea ce te-a interesat de la început?
- Se potrivește titlul cu subiectul / tema care vă interesează?
- Is Este subiectul / obiectul acestui conținut suficient de clar?

I.3 Investigați

Investigați înseamnă a înțelege contextul general al resurselor disponibile și al persoanelor care lucrează în spatele acestora.

- Este această referință suficient de experimentată în ceea ce vă interesează?
- Există suficiente elemente pentru a verifica antecedentele sale?
- Ce spune recenzia utilizatorilor despre acest conținut?

I.4 Găsiți

Găsiți o acoperire mai bună, înseamnă a avea posibilitatea de a avea la dispoziție mai multe alternative de conținut și resurse.

- Este această referință cu adevărat cea mai bună alternativă disponibilă?
- Există o altă sursă care să corespundă mai bine intereselor dumneavoastră?

- **Ați consultat toate alternativele posibile?**

1.5 Urmăriți

Urmăriți afirmațiile și citatele, înseamnă a fi în poziția de a urmări cu relativă ușurință informațiile de fond consultate de autorul (autorii) conținutului selectat de dumneavoastră.

- **Există suficiente informații de fond care să susțină aceste afirmații și fiabilitatea conținutului?**
- **Sunt afirmațiile, citatele și referințele de fond suficient de convingătoare?**
- **(în general) De unde provine acest conținut (de exemplu, opinii, fapte, știri)**

3. Testul CRAAP / ARAPS Actualitate, Relevanță, Autoritate, Precizie, Scop

O abordare ușor avansată în comparație cu cele două anterioare, testul CRAAP prevede o serie de întrebări orientative pe care utilizatorii se pot baza pentru a evalua informațiile pe care le au la dispoziție.

- **Actualitate**
- **Relevanță**
- **Autoritate**
- **Precizie**
- **Scop**

1.1 Actualitate

Actualitatea conținutului

1. Când a fost postat pentru prima dată acest conținut?
2. Au existat actualizări pe această temă?
3. etc. ...

Actualitatea contează atunci când informațiile, conținutul și resursele pe care le căutați sunt sensibile la timp și au un impact considerabil asupra modului în care acestea pot fi utile pentru dumneavoastră.

1.2 Relevanță

Relevanța, consecvența și coerența conținutului

Care este obiectivul principal al acestui material?

1. Se potrivește cu criteriile de filtrare?
2. etc. ...

Relevanța contează pentru că asigură potrivirea conținutului cu parametrii a ceea ce se caută când se navighează pe web.

1.3 Autoritate

Autoritate, sursa conținutului

1. De unde provine acest conținut?
2. Este sursa suficient de calificată în materie?
3. etc. ...

Autoritatea contează pentru că oferă legitimitate sursei și șanse mai mari de a găsi un conținut util și adecvat nevoilor dvs.

1.4 Precizie

Precizie, fiabilitatea conținutului

1. Care este natura resurselor disponibile în cadrul acestui conținut?
2. Este posibilă verificarea acelorași informații din alte surse?
3. etc. ...

Acuratețea este importantă deoarece asigură credibilitatea informațiilor disponibile și verificarea conținutului

1.5 Scop

Scop, motivația conținutului

1. De ce este disponibil acest conținut?
2. Care sunt nevoile pe care le deservește?
3. etc. ...

Scopul contează pentru că vă permite să filtrați numeroasele tipuri de conținuturi disponibile pe World Wide Web (de exemplu, ce este în scopuri comerciale și ce nu este; ce

urmează o agendă și ce este pentru divertisment pur)

2. Metoda RADCAB / RADAAP: Relevanță, Adecvare, Detaliu, Actualitate, Autoritate, Părtinire

2.1 RADCAB / RADAAP: Varianta dumneavoastră pentru evaluarea informațiilor

Testul [RADCAB](#) / RADAAP provine dintr-o metodologie pe care cercetătorii o folosesc în mod normal pentru a testa și evalua cât de "bună" este o informație pentru scopul lor.

Aplicând elementele sale esențiale, testul RADCAB se poate dovedi foarte util ori de câte ori este momentul să analizeze, să compare, să interpreteze și să evalueze în mod critic credibilitatea și fiabilitatea sursei de date, informații și conținut digital.

2.2 R = Relevanță

Relevanța în procesul de evaluare este asigurată atunci când:

1. întregul proces este simplificat de redundanțe și alte perturbări care nu aduc nicio valoare adăugată;
2. toate întrebările de focalizare și referințele cheie (de exemplu, cuvintele cheie) sunt ușor de identificat și vă ajută să găsiți imediat ceea ce vă e necesar;
3. analiza conținutului dat decurge fără probleme.

2.3 A = Adecvare

Adecvarea în procesul de evaluare este asigurată atunci când:

1. Este ușor de filtrat și de izolat informațiile irelevante
2. Nu există sau există o marjă de manevră foarte mică pentru interpretarea și utilizarea greșită a informațiilor, resurselor și conținutului disponibil
3. Aveți sentimentul că asta este ceea ce căutați cu adevărat

2.4 D = Detaliu

Detaliul în procesul de evaluare este asigurat atunci când:

1. există cantitatea exactă de informații pe care trebuie să o extrapolezi din conținut;
2. informațiile sunt ușor de găsit prin navigare;

3. informațiile sunt ușor de procesat (cantitate și calitate).

2.5 A = Actualitate

Actualitatea în procesul de evaluare este asigurată atunci când:

1. reușiți să găsiți informațiile de care aveți nevoie din intervalul de timp de care sunteți interesat;
2. aveți la dispoziție versiunea documentului, resursei, conținutului etc. care v-a interesat în mod specific.

2.6 A = Autoritate

Autoritatea în procesul de evaluare este asigurată atunci când:

1. puteți avea încredere în autorul (autorii) conținutului pe care îl analizați, iar acesta (aceștia) este (sunt) calificat(i) să se pronunțe pe acest subiect;
2. afirmațiile, dovezile-cheie, datele și intrările furnizate de conținut sunt ușor de verificat.

2.7 P = Părtinire

Procesul de evaluare **fără părtinire / fără BIAS** este asigurat atunci când:

1. motivația care stă la baza publicării și punerii la dispoziția publicului a conținutului este autentică și dezinteresată de orice agendă politică, socială, culturală etc.;
2. conținutul este părtinitor - adică este înclinat spre anumite opinii, considerații și discuții - dar este explicit în acest sens, existând un motiv clar și bine precizat, elementele "părtinitoare" fiind dezvăluite și ușor de identificat (și de filtrat și insolvat în caz de nevoie).

Rezumând...

Metoda RADCAB / RADAAP pentru evaluarea conținutului digital

1. Relevanță
2. Adecvare
3. Detaliu
4. Actualitate
5. Autoritate
6. Părtinire

	<p>5 întrebări-cheie pentru evaluarea conținutului digital</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cine a generat acest conținut ● Care este sursa de referință ● De unde provine ● De ce pare relevant ● Când a fost publicat <p>Metoda SIFT / SIGU pentru evaluarea conținutului digital:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stați 2. Investigați 3. Găsiți 4. Urmăriți <p>Testul CRAAP / ARAPS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actualitate 2. Relevanță 3. Autoritate 4. Precizie 5. Scop
<p>Glosar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Dezinformare neintenționată: Informațiile intenționat eronate: Informații eronate care sunt răspândite fără intenție răuvoitoare. ● Dezinformare intenționată: Informații eronate sau tendențioase care sunt răspândite cu intenții rău intenționate. ● Conținut generat de IA (inteligența artificială): conținut digital care este produs de algoritmi de inteligență artificială. ● SIFT / SIGU: O metodologie pentru evaluarea conținutului digital care înseamnă Stați - Investigați - Găsiți - Urmăriți afirmațiile, citatele și media înapoi la contextul original. ● RADCAB / RADAAP: O metodologie de evaluare a conținutului digital care reprezintă Relevanță - Adecvare - Detaliu - Actualitate - Autoritate - Părtinire (Bias).
<p>Sfaturi practice</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fiți conștienți cu privire la diferitele tipuri de informații greșite, inclusiv dezinformarea neintenționată (informații greșite) și dezinformarea intenționată (informații părtinitoare răspândite cu intenții rău intenționate). 2. Învățați să faceți distincția între conținutul autentic și cel părtinitor prin filtrarea și evaluarea critică a surselor și referințelor și prin identificarea surselor potențiale de

	<p>părtinire, incluzând autorii, originia datelor și surselor citate de surse și încorporarea mesajelor politice și comerciale.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Utilizați metodologii standard, cum ar fi 5 întrebări-cheie, SIFT / SIGU, CRAAP / ARAPS sau RAD CAB / RADAAP pentru a evalua acuratețea, relevanța și fiabilitatea conținutului digital, și verificați intrările care semnalează aceste calități, inclusiv autorul, data publicării, sursa, legăturile externe de referință pentru verificare și conținut plătit/neplătit. 4. Folosiți gândirea critică și creativă pentru a analiza credibilitatea, legitimitatea și obiectivitatea conținutului digital și efectuați verificarea faptelor atunci când este necesar. 5. Luați în considerare impactul potențial al comportamentului online și rezultatul oricărui comportament posibil și mențineți o perspectivă imparțială și la persoana a treia. Utilizați un proces care urmează pașii de bază de navigare, cartografiere și evaluare pentru a găsi conținut de bună calitate pe World Wide Web.
<p>Autoevaluare (interogări și răspunsuri cu variante multiple)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Care este diferența dintre dezinformarea neintenționată și dezinformarea intenționată? <ol style="list-style-type: none"> a) dezinformarea neintenționată este o informație adevărată, în timp ce dezinformarea este o informație falsă b) dezinformarea intenționată este o informație falsă, în timp ce dezinformarea este o informație falsă care este răspândită în mod intenționat cu scopul de a înșela oamenii c) dezinformarea neintenționată este o informație falsă care este răspândită în mod intenționat cu scopul de a înșela oamenii, în timp ce dezinformarea intenționată este o informație adevărată d) dezinformarea neintenționată și dezinformarea intenționată sunt același lucru 2. Care dintre următoarele NU este o sursă tipică de părtinire? <ol style="list-style-type: none"> a) Originea datelor b) Autorii referinței și intențiile acestora c) Culoarea paginii de Internet d) Încorporarea mesajelor politice și comerciale 3. Care este primul pas în evaluarea conținutului digital? <ol style="list-style-type: none"> a) Cartografierea

	<p>b) Evaluarea c) Navigarea d) Verificarea faptelor</p> <p>4. Pentru ce este folosită metoda CRAAP/ ARAPS?</p> <p>a) Evaluarea fiabilității unei surse b) Identificarea subiectului unui text c) Analizarea structurii unui argument d) Toate cele de mai sus</p> <p>5. La ce se referă „Cine” din metodologia 5 întrebări-cheie?</p> <p>a) data publicării b) persoana sau organizația din spatele dezvoltării și publicării conținutului online c) referințele citate în conținut d) platforma de pe care este disponibil conținutul</p>
Resurse (videoclipuri, link de referință)	/
Material aferent	/
PPT aferent	- Evaluating data & information (IHF)
Bibliografie	/
Furnizat de	IHF