

## IMPORTANȚA ACTIVITĂȚILOR DE CULTIVARE A GÂNDIRII CRITICE ÎN ERA DEZINFORMĂRII, MANIPULĂRII ȘI PROPAGANDEI LA LECȚIILE DE ISTORIE

**Olga BOZ,**  
Doctor, conferențiar universitar,  
Catedra de Limba și literatura română,  
Universitatea Pedagogică de Stat  
„Ion Creangă” din Chișinău



### INTRODUCERE

Mai mult ca niciodată societatea noastră este cuprinsă de un cancer informațional malign, care capătă proporții dezastruoase și care aduce prejudicii colosale. Această infodemie debusolează și afectează viața cetățeanului, atât în mod particular, cât și în mod general. Deși se consideră că ar fi afectate anumite categorii de persoane (copiii, adolescenții, bătrânii, analfabeții, oamenii din mediile rurale etc.), se constată, în ultimul timp, că acest fenomen atacă, fără rezerve, toate categoriile de oameni, indiferent de vârstă, statut social sau profesional.

În continuare, vom face o incursiune a „comunicării perverse”, în scopul înțelegerii acestor fenomene, care au căpătat de-a lungul evoluției omenirii forme variate. Mai veche decât universul mediatic, născută în societățile primitive, *minciuna* este prima formă de a comunica un neadevăr.

Într-o lucrare despre *Originile magice ale minciunii și geneza gândirii* (1938), psihologul român



Constantin Georgiade a studiat configurarea acestei forme influente. El a observat că această comunicare cu rol de a deruta, de a „dezinforma”, de a induce în eroare, acest simulacru există și în lumea animală, cu rol de autoapărare.

Minciunile și mai târziu „știrile false” (termen folosit începând sec. al XIX-lea) s-au diversificat odată cu apariția surselor de informare în masă, în comunicarea mediatică. Fiind analizate, au fost

identificate mai multe forme:

- minciuna „absolută”, fără nici o componentă de adevăr;
- amestecul de elemente reale cu elemente false;
- minciuna prin omisiune, prin trecerea sub tăcere a unui fapt semnificativ;
- citarea trunchiată și/sau inexactă;
- persiflarea unui adevăr, prin luarea în derâdere a datelor reale, vorbind pe ton ironic.
- deformarea semnificației unui mesaj prin prezentarea conținutului într-o formă care îl alterează.

E adevărat că termenul „știri false” e foarte vag și confuz (acesta a fost folosit pentru a descrie și povești complet fabricate, și relatări proaste și inexacte, și satire interpretate greșit, și greșeli autentice, și subiecte părtinitoare sau unilaterale), de aceea specialiștii au ajuns la constatarea că trebuie să deosebim:

- dezinformarea neintenționată (informație falsă, dar împărtășită în mod „nevinovat”);
- dezinformarea malițioasă (informație falsă și creată în mod deliberat pentru a face rău cuiva);
- informare distorsionată (informație bazată pe realitate, dar scoasă din context).



Toate aceste forme ale comunicării au caracter tendențios (care urmărește un anumit scop, care trădează o tendință ascunsă, care vrea să insinueze ceva și care e lipsit de obiectivitate) și au la bază strategii/tehnici clare de influențare a maselor și a cărei eficacitate s-a dovedit incontestabilă. Această informare tendențioasă care urmărește manipularea publicului nu în

interesul acestuia, ci în interesul anumitor grupări. Informarea tendențioasă folosește ca instrumente știrile și comentariile din presa scrisă și mijloacele audio-vizuale. Conform modelului de prelucrare a informațiilor (modelul lui Spinoza), omul este contaminat inconștient de informația primită. De aceea, modelul lui Spinoza este compus din doi pași:

**Pasul 1:** informația, odată transmisă, este înțeleasă și considerată, din start, ca fiind adevărată;

**Pasul 2:** după ce informația a fost primită și asimilată, ea este analizată prin filtre conștiente și/sau automate, pentru a verifica dacă aceasta este chiar adevărată sau este falsă.

#### Îată câteva procedee ale INFORMĂRII TENDENȚIOASE:

1. Știrea complet falsă, pe care ascultătorul sau cititorul o poate verifica. O dezmințire dată ulterior nu va diminua efectul primei știri, mai ales pentru că nu întotdeauna dezmințirea este receptată de toți receptorii primei comunicări.
2. Selectarea informațiilor, toate fiind adevărate, dar alese cu o anumită intenție.
3. Amestecul de informații verificabile cu unele subversive.
4. Comentariul unei informații adevărate, elaborat conform intențiilor de orientare a receptorilor.
5. Plasarea unei informații adevărate cu dovezi concrete într-un context care îi modifică sensul.
6. Informația aparent întâmplătoare, „nevinovată”, furnizată fără să i se dea vreo importanță în cadrul unei informații cu un obiect total diferit.
7. Exagerarea și deformarea unei informații adevărate pentru a-i induce cititorului sentimente conforme cu interesul emițătorului.
8. Repartizarea inegală a lungimii și calității informațiilor pro și contra, cu favorizarea aspectelor care l-ar orienta pe cititor.
9. „Ambalajul” unei informații subversive într-un fapt real.
10. Informația furnizată fără concluzie, dar în așa fel încât cititorul să tragă el însuși „concluzia care se impune”.

Mai gravă decât informarea tendențioasă este dezinformarea. Termenul **dezinformare** s-a răspândit din anii 20 ai secolului al XX-lea și desemnează o *acțiune comunicatională care*

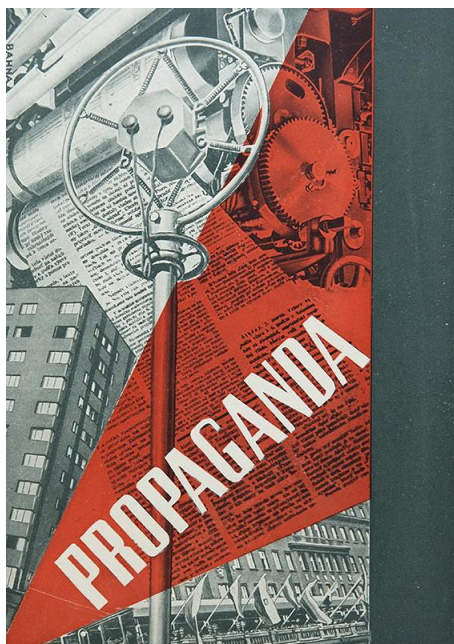
utilizează diverse mijloace pentru a influența guverne străine, a discredita opozanți politici, a induce în eroare forțe adverse, a induce anumite convingeri și a determina anumite atitudini ale maselor.

#### DEZINFORMAREA cuprinde:

- „scurgerea” **organizată** de informații false;
- propaganda neagră, care își ascunde intențiile (a se vedea infra);
- descurajarea psihologică a opozanților/inamicului, din interior (ex.: stimularea defetismului).

Specialiștii au stabilit **comportamente de dezinformare** care se stabilesc în funcție de nivel:

- nivel înalt, care se manifestă prin cenzură directă, incidente inventate și discursuri instigatoare la ură, operațiuni emblematic false, dezumanizarea, subiecte complet false, hărțuirea jurnaliștilor, mărturii ale unor marionete pentru a influența dezbateri, falsuri profunde (deepfake), conținut impostor, negarea dezinformării pentru care există dovezi etc.
- nivel mediu, care se concentrează pe jurnalism ultra-partizan, politicieni care critică deschis jurnaliștii (ceea ce poate duce la autocenzură și hărțuire), politicieni care refuză să vorbească cu jurnaliștii, excluzând din știri anumite voci, trolling plătit etc.
- nivel jos, care este practicat de maștri ai interpretării, pe cei „care învârt mesajele”, fac glume despre adversar, de politicienii care refuză să vorbească cu jurnaliștii și care fac comentarii prezentate ca fapte etc.



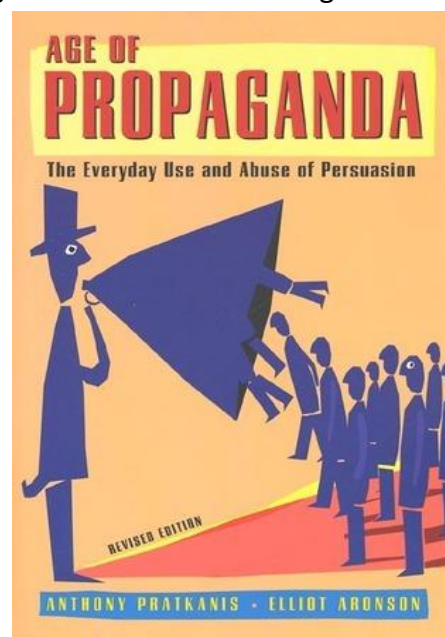
Termenul **propagandă** este vechi, dar capătă amploare și se nuanțează semantic în secolul al XX-lea, când începe să semnifice și *acțiune exercitată asupra opiniei publice pentru a-i induce anumite idei politice și sociale favorabile unei grupări politice, unui guvern sau lider*. Este o acțiune comunicațională, psihologică, urmărind educarea într-un anumit sens a cetățenilor, are caracter repetativ, iterativ, insistent și utilizează ca instrumente afixul, discursul, filmul etc.

După Jacques Ellul, propaganda s-a dezvoltat în legătură cu conștientizarea eficacității reale asupra mulțimilor a tehnicilor de influențare și cu înțelegerea importanței psihologiei în domeniul politic.

După J.M. Domenach (apud. Philippe Breton, Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, Paris, 1999) funcționează

#### **cinci reguli ale propagandei:**

- simplificarea (ex. personificarea unui inamic unic);
- îngroșarea (ceea ce permite desfigurarea faptelor);
- orchestrarea (ceea ce permite repetarea mesajelor);
- transfuzia (transfusion) care permite adaptarea la publicuri diferite;





➤ contagiunea (pentru a se obține unanimitate).

Se disting **trei forme de propagandă**:

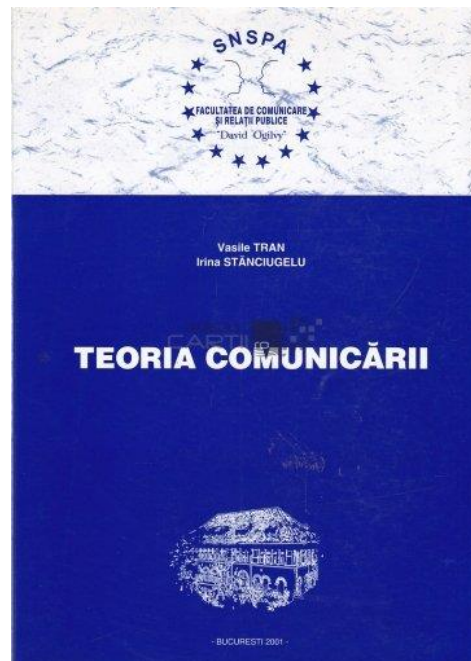


- evanghelică, religioasă, practicată de misionari;
- politică – electorală;
- autopropaganda practicată în regimurile totalitare, în grupuri mici, impunând autoeducarea într-un anume sens a participanților.

**Propaganda** nu este un fenomen atât de simplu încât să poată fi redus la o singură semnificație, cu conținut negativ.

După Vasile Tran și Irina Stănciugelu (*Teoria comunicării*, București, 2001) „În sensul clasic (propaganda) se constituie ca un subsistem al sistemului politic al unui partid, al unui grup social sau al unui regim de guvernare; în prezent însă, se dezvoltă numeroase forme de propagandă (economică, tehnică, medicală, sportivă, culturală) diferențiate după conținut și prin raportare la profilul grupului social care o inițiază, urmărind realizarea unor scopuri persuasive”.

Bunăoară, a transmite mesaje caritabile, a lupta pentru o ecologie bine pusă la punct, a lupta pentru niște idealuri umane este tot propagandă. De ce până astăzi avem cam 100 de definiții științifice a ceea ce înseamnă propagandă și nu avem nicio definiție juridică? Pentru că juriștii din întreaga lume nu s-au pus de acord cam ce să însemne propaganda, ca atunci când cineva merge în instanță, judecătorul să ia definiția juridică, să o suprapună pe ceea ce cineva consideră că e propagandă și să dea verdictul – este sau nu este. Pentru că nu avem asemenea definiție, nu putem judeca propaganda, nu putem să interzicem ori să permitem, pentru că nu există instrumentarul necesar și în jurisprudența internațională nu există metrul acela de 100 de cm, cu care să măsurăm: asta este propagandă sau nu este propagandă. De aceea zic că propaganda poate să funcționeze în bine și poate să funcționeze în rău. A propaga, a transmite, a disemina anumite mesaje, anumite informații și atunci mesajele sunt și bune și proaste. Iată de ce zic că propaganda poate fi și benefică, și malefică, depinde de intenția comunicatorului de mesaje.



În domeniul politic, se disting **trei forme de propagandă**:

- propaganda albă - care folosește surse oficiale și își declară deschis scopurile;
- propaganda neagră - care utilizează materiale cu sursă ocultă sau fictivă și care își disimulează scopurile;
- propaganda cenușie, care combină în mod perfid elemente reale și elemente „fabricate”, cele dintâi conferind credibilitate celorlalte.

Toate aceste procese de dezinformare în masă sunt coordonate și dirijate de persoane influente responsabile de politica media și care au în subordinea lor multe alte persoane care amplifică informația în diferite formate – știri, opinii, postări, tweet-uri, dezbateri, articole de opinie etc.



Mai nou, cele mai recente instrumente de a dezinforma în mediul online este o tehnică – **crearea unor personaje false**; acestea persoane false sunt, de fapt, trolli care pretind a fi experți, jurnaliști, academicieni și se expun pe diverse subiecte în mediul online. Astfel oferă credibilitate informațiilor false și promovează mesajele unui partid politic, influencer sau al unui brand. Atunci când într-un text apare părerea unui expert, conținutul devine mai credibil în ochii cititorului. Mai grav este faptul că foarte puțini consumatori media verifică identitatea expertului.

De asemenea, **boții** (o prescurtare de la cuvântul *roboți*), pot genera postări sau poate interacționa cu publicul pe rețelele sociale, distribuind informații false sau care manipulează. Actorii dezinformării, adică persoanele care gândesc campanii de dezinformare, pot genera cu ajutorul acestor boți milioane de informații false în doar câteva secunde, transformând munca jurnaliștilor și experților care combat aceste dezinformări în una practic inutilă.



Tehnica de dezinformare – **astroturfingul** urmărește crearea unei false impresii că o anumită opinie este populară printre oameni. Mai exact, din moment ce același mesaj este repetat, intenționat și continuu, pe rețelele sociale sau în presă, devine o pretinsă informație cu „popularitate” pe care nu o are, în realitate. Totodată, există și alte forme de astroturfing, de la mascarea conexiunilor financiare ale unui partid politic cu un agent economic, până la

forme mai complexe, care implică inventarea unor persoane și identități fictive, care distribuie falsuri. Verificarea identității acestora este practic imposibilă.

Pe de altă parte, se fac eforturi colosale de către specialiști, jurnaliști onești, organizații/agenții guvernamentale și nonguvernamentale corecte și justițiare, care luptă cu contracararea și combaterea acestor fenomene. Dar pentru a ajunge la această performanță, societatea are nevoie de generații de oameni care să dezvolte/formeze/posede capacitatea intelectuală și mijloacele de a judeca, și de a fi capabil să discearnă între adevăr și minciună. Acest parcurs este de durată, anevoios, mai ales în Republica Moldova postsovietică, în care una din problemele-cheie moștenite este un sistem de educație care nu s-a acordat prioritate gândirii critice și independente, și, evident, solicită efortul și implicarea mai multor actori educaționali: părinții, familia, școala etc.

În contextul luptei cu dezinformarea este foarte important și imperios necesar aportul sistemului educațional. În ultimii ani, în mediul școlar, se solicită/recomandă să se gândească critic, ceea ce impune, în mod direct, procese de analiză, de sinteză, de comparație, având un suport științific, un suport pragmatic, un suport logic, argumentativ etc. Specialiștii (Lilia Zaharia, director Transparency Internațional) bat alarma și susțin că gândirea critică ar trebuie dezvoltată la fiecare disciplină: matematică, biologie, limbă și literatură română, dar mai ales la istorie.

Aceste modificări curriculare serioase și în practica școlară de zi cu zi urmăresc subordonarea întregului demers didactic și re-orientarea procesului educațional spre atingerea unor obiective formative și atitudinale, marginalizându-se elementara asimilare și reproducere a informației.

### A gândi critic înseamnă:

- a lua idei,
- a le examina implicațiile,
- a le pune la îndoială,
- a le compara cu alte puncte de vedere, opuse,
- a construi sisteme de argumente care să le sprijine și să le dea consistență,
- a-și definitiva atitudinea în baza acestor argumente.

Dacă fiecare elev din școala actuală ar fi condus/ghidat și ajutat de către profesorul din clasă să urmeze acești pași, suntem siguri că eficiența lecturii și gândirii critice ar reduce influențarea maselor și, într-un final, ar avea de câștigat societatea informațională.

Gândirea critică este gândirea clară, rațională și liberă. Sub umbrela gândirii critice, profesorul de istorie (și nu numai) trebuie să-și axeze obiectivele pe formarea la elevi a următoarelor capacități:

- de a identifica, înțelege și realiza conexiuni logice între idei și argumente proprii,
- de a detecta greșeli de raționament în argumente și prezentări,
- de a rezolva probleme cu grad sporit de dificultate,
- de a înțelege relevanța și importanța unor idei,
- de a identifica contextul și implicațiile unui argument sau ale unei idei,
- de a identifica, construi și înțelege justificările din spatele unor opinii, argumente sau credințe,
- de a construi argumente și idei noi pe baza celor acumulate până la momentul actual,
- de a distinge între fapte, opinii și judecăți de valoare.

În era dezinformării, manipulării și a propagandei în care trăim este periculos să credem din afirmații sau propoziții pretinse de unii oameni și chiar video-uri ar fi adevărate, mai ales de pe rețelele sociale și din media. De aceea, este absolut necesar să întreprindem propriile cercetări cu privire la un subiect sau altul, să ne informăm din mai multe surse, să nu distribuim pe rețele sociale informații pe care nu le cunoaștem, dar ne par atractive.

Conform recomandărilor Consiliului Europei, dreptul de acces la documentele publice nu poate fi discriminatoriu sau restricționat, iar solicitanții nu au obligația de a justifica cererea de informare.

Încă din secolul al XIX-lea lumea, în curs de modernizare, a simțit nevoia vulgarizării, în sensul bun al cuvântului, a difuzării informațiilor științifice și tehnice, acestea reprezentând componente ale culturii generale.

Fenomenul a fost cercetat de mediologi și s-au identificat „trei categorii de actori”:

- savanții și instituțiile (institute de cercetare, universități);
- publicul (considerat a fi divers și curios, având nevoie să înțeleagă fenomene cu care vine sau nu în contact);



- mediatorii (**pedagogi/profesori** sau ziariști) cărora le revine rolul de a selecta, adapta și explica informații, oferind o cunoaștere simplificată, dar indispensabilă.

Implementarea în școala de azi de către profesori a tehnicilor de gândire critică este șansa educării unei generații de cetățeni care să discearnă cu lejeritate și maturitate analitică situația reală.

Recomandăm aici insistent profesorilor de istorie realizarea lecțiilor-atelier de discuție/dezbatere, în cadrul cărora elevul trebuie să parcurgă pașii de la examinarea unei probleme sau situații la producerea textului/ discursului coerent.

Exersarea gândirii critice presupune realizarea următoarelor operații: conceptualizare, comparație, analiză, sinteză, evaluarea informațiilor; reflecție personală (și colectivă), aplicare.

Definiția extinsă a gândirii critice poate fi prezentată în formă de tabel cu două coloane și confirmă fără rezerve că oricare dintre capacitățile și atitudinile trecute în revistă țin și de instrumentarul/arsenalul/apanajul aplicat de profesorul de istorie la clasă.

| Capacități ale gândirii critice            | Atitudini ale gândirii critice                               |
|--|--|
| A se centra pe o problemă.                 | A căuta un enunț clar al problemei.                          |
| A analiza argumente.                       | A căuta adevăruri.   |
| A clarifica probleme.                      | A încerca să fii bine informat.                              |
| A defini termenii și a judeca definițiile. | A utiliza și menționa surse credibile.                       |
| A identifica presupuziții.                 | A țină cont de situația globală.                             |
| A judeca credibilitatea unei surse.        | A nu se abate de la subiect.                                 |
| A observa și a judeca observațiile.        | A apăra spiritul preocupării inițiale.                       |
| A deduce și a judeca deducțiile.           | A lua în considerare alternative.                            |
| A induce și a judeca inducțiile.           | A avea spirit deschis.                                       |
| A elabora judecăți de valoare.             | A acționa la timpul potrivit.                                |
| A urma etapele unui proces de decizie.     | A fi precis în cadrul subiectului.                           |
| A prezenta o argumentare, oral sau scris.  | A ordona părțile unui întreg.                                |
|  | A utiliza capacități de gândire critică.                     |
|  | A fi sensibil la cunoștințele și la sentimentele celorlalți. |

A-l învăța pe un elev să gândească critic despre acțiuni, evenimente etc. pare a fi, la prima etapă, mai simplu decât a-l învăța să-și gândească critic viața; a interpreta deciziile actorilor implicați sau a examina argumentele unor istorici poate deveni un exercițiu care, cu timpul, va genera deprinderea de a-și examina la fel propriile argumente. De aceea, începem cu formarea și dezvoltarea capacităților, pe care le putem testa și evalua, dar finalitatea rezidă în formarea atitudinilor. De exemplu, odată formată capacitatea *a analiza argumente* (probabil, proprii și străine), ea se va reflecta în atitudini ca *a căuta adevăruri*; *a lua în considerare alternative*; *a avea spirit deschis*. Nu se poate aprecia cu notă *spiritul deschis*, dar formarea lui ține de priceperea profesorului de a desfășura în așa fel demersul didactic, încât, lecție după lecție, an de an, elevul să-și cultive sensibilitatea sau deschiderea, ajungându-se la formula explicită: Gândirea critică apare când nu există mentalitatea „unicului răspuns corect” [Temple 2001, p.7].

Din experiența de implementare a strategiei în raport cu diferite discipline școlare a derivat programul *RWCT (Reading and Writing for Critical Thinking)*, promovat începând cu 1998 și în Republica Moldova: *Lectură și scriere pentru dezvoltarea gândirii critice* [Temple 2001; 2002; 2003]. Dezvoltarea gândirii critice a elevilor este un obiectiv-cadru formulat încă în prima versiune a curriculumului disciplinar [Curriculum 1999, p. 15] și este reluat acum ca o competență inerentă dezvoltării personalității integre și integrale. A-l învăța pe elev să gândească în mod critic înseamnă a-l elibera de constrângeri și stereotipuri, dar în cea mai mare măsură înseamnă și a-l pregăti pentru viața care îi va reclama în permanență capacitatea de a gândi pe cont propriu, de a-și analiza deciziile, de a reflecta, de a participa la o discuție, admitând din start că adevărul se va naște în procesul confruntării diferitelor opinii și al analizei lor, acceptând că opinia ta nu este singura corectă.

Pentru a fi privită ca o veritabilă strategie de predare-învățare-evaluare, gândirea critică va fi secundată de promovarea unor tehnici specifice de lectură, organizare a informației, discuție, a căror aplicare, de regulă, urmează un algoritm, respectă o consecutivitate a operațiilor. Multe dintre ele vin din management, marketing, logistică, psihologie, business – de unde preiau rigurozitatea stilistică, fiind adaptate, în procesul aplicării, unor scopuri didactice certe [Cf.: Cartea 2000; Peretti, Legrand, Boniface, 2001; Clegg, Birch 2003; Claxton, Lucas 2006; Lencioni 2007; Manes 2008; Michalko 2008; Macanufu, Gray, Brown 2012; Cameron 2013].

În afara unor finalități de învățare explicite, tehnicile apriori foarte eficiente par doar „jocuri” – și elevii ar putea rămâne cu impresia că s-au simțit grozav, au fost în stare să realizeze produse de care nu au mai reușit vreodată să facă, dar strategia oricum le va rămâne străină și tehnicile de predare din experiența profesorului nu vor deveni tehnici de învățare din arsenalul elevului. Pentru ca strategia de gândire critică să devină funcțională și eficientă, se va ține cont de două exigențe de bază ale respectivei strategii:

**(1) transparența**, care presupune metacogniția, înțelegerea și monitorizarea propriului proces de învățare de către cei care se implică în activități, și

**(2) caracterul sistematic al aplicării**, care necesită consecvență, exersare, repetare până la automatism [Temple 2003, p. 7].

Tehnicile – a căror exersare, de regulă, coincide cu o etapă a lecției – au denumiri limpezi (*Ghidul pentru învățare; Lectura ghidată; Discuția ghidată; Scrierea liberă; Scrierea ghidată ș.a.*) sau cifrate, metaforice (*Comerțul cu o problemă; Lasă-mi mie ultimul cuvânt; Linia valorii; Mozaicul; Cercul; Roata; Mâna oarbă; Pixuri în pahar etc.*). Tehnicile derivate din strategia gândirii critice au câteva atuuri și avantaje, în raport cu procedeele tradiționale ale aceluiași metode pedagogice:

- ✓ sunt flexibile și ușor adaptabile la diferite condiții de lucru;
- ✓ au un puternic impact motivațional asupra copiilor, mai ales datorită certitudinii în aplicare (conform algoritmului) și libertății de acțiune;
- ✓ sunt universale în raport cu vârsta copiilor și, odată asimilate în cl. a V-a, pot rămâne printre instrumentele de lucru intelectual pentru toată viața;
- ✓ sunt eficiente: permit asimilarea temeinică a materiei de către toți elevii în timp relativ scurt.



## SUGESTII METODOLOGICE

### DEZBATEREA

În acest demers, ne vom opri la *metoda dezbaterii* care propune abordarea unei **moțiuni** (o propoziție care reprezintă tema dezbaterii) din două perspective opuse. De aceea, în toate tipurile de dezbateri există două echipe: una dintre ele (**echipa afirmatoare**) trebuie să susțină moțiunea, iar cealaltă (**echipa negatoare**) s-o combată. Acest tip de abordare pro — contra dezvoltă participanților abilitatea de a analiza diverse probleme controversate din multiple perspective, îi stimulează să emită judecăți asupra unui fenomen sau fapt pe baza unor criterii obiective, să apere o poziție folosind argumente susținute de dovezi și nu de opinii.



Tehnicile dezbaterii dezvoltă: gândirea critică (examinarea propriei gândiri și pe a celorlalți, cu scopul de a clarifica anumite cunoștințe și de a înțelege în profunzime un fenomen, o idee etc.; citirea atentă a documentației; ascultarea și participarea activă; formularea de argumente pertinente pro sau contra relative la orice moțiune); toleranța față de opiniile diferite sau adverse; stilul

de prezentare a unei argumentații în fața unei audiențe (abilități de exprimare orală: corectitudine, coerență, concizie, folosirea adecvată a mijloacelor verbale, nonverbale și paraverbale); capacitatea de persuasiune (vorbitorii trebuie să convingă prin claritatea, structura și validitatea raționamentului prezentat); abilitățile de lucru în echipă.

**Dezbaterea de tip Karl Popper** este o reală pistă de a dezvolta/forma gândirea critică la elevi, pentru că se axează pe implicațiile argumentului:

#### ▪ Etapele de construcție a unui argument:

- ✓ afirmația: *Eu/Noi susținem că .....*;
- ✓ explicația: *bazându-ne pe următoarele argumente (1,2,3).....*;
- ✓ dovezile: *În sprijinul argumentelor, prezentăm următoarele dovezi.....*;
- ✓ concluzia: *Deci .....* (se reia ideea enunțată în afirmație);

#### ▪ Etapele în construcția unui contraargument:

- ✓ identificarea argumentului echipei oponente (de exemplu: *Echipa afirmatoare, la primul (al doilea etc.) argument susține că .....* (enunță afirmația respectivului argument). *Noi, negatorii, nu suntem de acord cu această afirmație deoarece considerăm că.....* (urmează enunțarea contraargumentului, cu aceleași etape ca și la construcția argumentului: explicația, dovada și concluzia);

#### ▪ Etapele în reconstrucția unui argument contraargumentat anterior:

- ✓ reenunțarea afirmației argumentului inițial;
- ✓ reenunțarea afirmației contraargumentului echipei oponente;
- ✓ întărirea poziției echipei cu noi explicații și cu noi dovezi.

Școala, pe lângă variate asociații și organizații non-guvernamentale, trebuie să răspundă nevoilor imperioase ale societății noastre, care se confruntă cu fenomenul dezinformării.

Recomandăm profesorilor de istorie să folosească în procesul de instruire mai multe surse veridice: <https://tvr Moldova.md/emisiune/fact-or-fake>, <https://mediacritica.md>, <https://stopfals.md> etc.

Profesorii, prin dezvoltarea/formarea gândirii critice, încurajează elevii să-și pună întrebări atunci când citesc ceva, să fie, poate, mai sceptici față de tot ce oferă zilnic mass-media și, astfel, să caute să se informeze din mai multe surse, pentru a avea un tablou mai aproape de adevăr despre ceea ce se întâmplă la un pas de noi sau oriunde în lume.

### TERMENI NECUNOSCUȚI:

**Troll** (din engl.) – o persoană, de regula anonimă, dar deseori ascunsă în spatele unor porecle (nickname), care își face un obicei din a posta și comenta în spațiul virtual, activitate anume pentru a semăna discordie pe internet și pentru a stârni certuri sau iritare.

**Bot** (-ți, din engl.) – un program de calculator, un robot care îndeplinește diverse sarcini recepționate de la noi – utilizatorii. O altă sarcină pe care o execută un bot este răspunsul automat pe care îl primești de la paginile companiilor sau persoanelor publice de pe rețelele sociale, în momentul în care le scrii mesaje. Actorii dezinformării, adică persoanele care gândesc campanii de dezinformare, pot genera cu ajutorul acestor boți milioane de informații false în doar câteva secunde, transformând munca jurnaliștilor și experților care combat aceste dezinformări în una practic inutilă.

**Astrourfing** (din engl.) – formă de manipulare și dezinformare ce constă în disimularea sursei reale a unui mesaj destinat influențării opiniei publice și prezentarea lui ca provenind din surse multiple și independente, în așa fel încât să mimeze existența unei „baze sociale” cât mai largi.

### BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Cathala, Henri-Pierre. *Epoca dezinformării*. Traducere de Nicolae Bărbulescu. București: Editura Antet, f.a.
2. Coman, Cristina. *Relațiile publice. Principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2001.
3. Craia, Sultana. *Tehnici de informare și comunicare*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2002.
4. Craia, Sultana. *Dicționar de comunicare*. București, Editura AGER, 2001.
5. <https://tvr Moldova.md/emisiune/fact-or-fake>
6. <https://mediacritica.md>
7. <https://stopfals.md>