

SHARING VS. QUOTING: ȘTIRILE FALSE ȘI RESPONSABILITATEA MORALĂ

Simina-Maria TERIAN

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Lucian Blaga University of Sibiu
E-mail: simina.terian@ulbsibiu.ro

SHARING VS. QUOTING: FAKE NEWS AND MORAL RESPONSABILITY

Abstract: The aim of this article is to analyze the relationship between the spread of fake news across social media and moral responsibility. To this end, my study conducts a detailed comparison between the act of social media sharing and a similar, even more traditional communication practice, namely quoting. The conclusion of the research is that, as with quoting, the spread of fake news through sharing entails the moral responsibility of the distributor, since the purpose of both operations is to grant readers access to information that is difficult to verify rather than require them to verify the accuracy of said information on their own.

Keywords: fake news, sharing, quoting, moral responsibility.

Citation suggestion: Terian, Simina-Maria. “Sharing vs. quoting: știrile false și responsabilitatea morală.” *Transilvania*, no. 6-7 (2022): 116-119.

<https://doi.org/10.51391/trva.2022.06-07.14>.



Știrile false (*fake news*) sunt considerate, în general, unul dintre elementele definitorii ale epocii noastre. Mai mult, există specialiști care le acordă o importanță atât de mare, încât nu ezită să le folosească drept denominator pentru întreaga noastră epocă (*the age of fake news*). E adevărat că fenomenul ca atare nu este unul nou, având o vechime care acoperă nu doar secole, ci și milenii; însă e la fel de evident că mediul predilect în care acest fenomen se manifestă acum (*social media*) este unul cu totul insolit și fără precedente în epocile anterioare. Cât de mult afectează parametrii acestui mediu nou modul de răspândire, atitudinea interlocutorilor și, în ultimă instanță, valoarea de adevăr a știrilor false? În articolul de față, îmi propun să abordez acest aspect pornind de la una dintre tezele-cheie ale discuției despre fake news, și anume că ampla diseminare și poziția distribuitorilor față de acest microgen textual se află în strânsă conexiune cu procesul de *sharing*, ca act discursiv caracteristic social media.

Astfel, pentru Regina Rini, unul dintre primii cercetători care a studiat această conexiune, *sharingul* reprezintă „un tip particular de mărturie”, mai exact „o formă *oblică* de mărturie”, care beneficiază, cel puțin într-o anumită măsură, de adeziunea epistemică și etică a distribuitorului, chiar dacă această adeziune se înscrie în niște „*norme disputate* ale comunicării”². În schimb, Jessica Pepp, Eliot Michaelson și Rachel Katharine Sterken consideră că *sharingul* reprezintă

„un tip distinctiv de act de vorbire”³, care nu poate fi redus la practicile comunicative tradiționale, cum este testimoniul. Dacă, totuși, ar fi să căutăm un anume echivalent al *sharingului* printre practicile existente, cei trei cercetători propun ca analog „*indicarea declarativă*” (prin „*indicare*” înțelegându-se pur și simplu arătarea cu degetul), al cărei scop este de a aduce un obiect în atenția adresantului⁴.

Chiar și numai din compararea celor două practici invocate anterior (mărturisirea și arătarea cu degetul), se poate observa că studiile menționate atribuie funcții opuse *sharingului*. Pe de o parte, *indicarea declarativă* („Iată obiectul X!”) implică faptul că obiectul este *present* și că el poate fi verificat în mod independent de către interlocutor; pe de altă parte, mărturisirea („Atest/certific că obiectul X există!”) presupune, prin chiar natura sa, că obiectul este *absent* din cadrul conversațional și că, pentru a admite existența lui, adresantul trebuie să se bazeze pe cuvântul emițătorului/ distribuitorului. Însă și mai importantă decât această divergență ontologică este situarea epistemică și etică a vorbitorului în raport cu obiectul comunicării: în cazul *indicării declarative*, emițătorul nu-și asumă niciun fel de responsabilitate în raport cu existența obiectului, din moment ce destinatarul are la dispoziție tot atâtea mijloace de a-l testa ca și distribuitorul informației; în schimb, în cazul *testimoniului*, emițătorul *girează* prin actul său discursiv obiectul, pe care îl presupune a fi nu numai real,



ci și demn de atenția cititorului/interlocutorului.

Prin urmare, Rini și Pepp *et al.* vehiculează două interpretări opuse cu privire la responsabilitatea distribuitorilor de știri pe social media: pe de o parte, testimoniul, care implică *asumarea* valorii de adevăr a conținutului distribuit; pe de alta, arătarea cu degetul, care îl/o degrevează pe cel/cea care comite gestul de orice responsabilitate etică. În articolul de față, îmi propun să arbitrez între aceste poziții extreme nu tranșând lucrurile în favoarea uneia dintre ele, nici încercând o „sinteză” imposibilă a lor, ci explorând analogia dintre sharing și altă practică tradițională, care, deși extrem de vizibilă, a fost ignorată până acum de către cercetători. Mai exact, ipoteza mea este că, pentru a înțelege în mod adecvat funcționarea sharingului (îndeosebi în ceea ce privește responsabilitatea etică a distribuitorilor), cea mai utilă comparație ar fi aceea cu actul citării.

Sharingul și citarea: o comparație

Chiar și fără a intra prea mult în detalii, se poate observa că între sharing și citare există numeroase puncte comune. Cel mai important dintre ele este acela comunicațional: atât sharingul, cât și citarea promovează/popularizează, în principiu, ideile și expresiile *altora*. Există și situații de self-sharing, după cum există și cazuri de autocitare, însă acestea trebuie considerate mai degrabă niște extreme ale actelor amintite. De fapt, s-ar putea spune chiar că sharingul și citarea se individualizează prin opoziție cu extremele amintite, din moment ce în postările cuiva de pe social media sharingul este tot ceea ce nu este „self-sharing” (adică exprimare directă a propriilor opinii), pe când, în discursul formal sau informal al cuiva, citarea este tot ceea ce nu este „autocitare” (adică – tot – exprimare directă a propriilor opinii).

Cu toate acestea, până și la acest nivel elementar se pot observa mai multe diferențe. În primul rând, dacă citarea nu are nevoie de vreun suport tehnic anume (citarea se poate produce oricând, și în scris, și în discursul oral), sharingul presupune, în accepțiunea pe care o folosim aici, existența unei infrastructuri specializate și sofisticate, a unor „rețele” precum Facebook, Twitter ș.a.m.d. În al doilea rând, citarea nu presupune doar recunoașterea existenței discursului „altuia”, ci a discursului cuiva *anume* (un autor determinat); nu se poate spune, de exemplu, că proverbele și zicătorile (care nu sunt invenția vorbitorului, dar nici nu au un autor determinat) „se citează”. În schimb, în actul sharingului identitatea autorului conținutului distribuit este de o relevanță secundară: sharingul nu vizează neapărat promovarea meritelor „autorului” unui material, cât a conținutului aferent, dincolo de orice autor. De fapt, dat fiind caracterul viral al sharingului, se poate întâmpla adesea ca identitatea autorului să se piardă în procesul (re) distribuirii, fără ca acest lucru să afecteze în vreun fel eficiența procesului, pe când, în actul citării, prezervarea identității autorului rămâne esențială. În sfârșit, un element important este caracterul asimetric al celor două procese: citarea poate fi inclusă în sharing, în timp ce reciproca este imposibilă. De altfel, lăsând la o parte cadrul limitat al știrilor, se cunoaște

că o mare parte din (re)distribuirile de pe social media sunt citate cu rol sapiențial sau motivațional. În schimb, citarea nu poate să includă sharing, deoarece, așa cum am arătat mai sus, realizarea acestui act comunicațional necesită o infrastructură specifică, care nu se regăsește decât în cadrul rețelelor sociale.

Totuși, niciuna dintre aceste diferențe nu spune prea mult despre responsabilitatea morală a distribuitorilor de postări în comparație cu vorbitorii care citează diverse surse. Pentru a elucida acest aspect e necesar să revenim la asemănările dintre sharing și citare, în special la funcțiile acestora. Astfel, o altă similitudine este aceea că atât funcțiile sharingului, cât și ale citării pot fi precizate explicit de către cei care recurg la ele. La fel cum un citat poate fi introdus printr-un segment de discurs rezumativ, aprobator, polemic sau ironic, și sharingul poate fi însoțit de o confirmare, de o disociere sau de un comentariu sarcastic. Însă este important de subliniat și că încadrarea citatelor sau a (re)distribuirilor de pe social media în comentarii proprii nu este obligatorie. În aceste cazuri, rolul operațiilor respective este de multe ori ambiguu, iar prezumtivele lor funcții generice nu sunt neapărat de folos în a le clarifica. De exemplu, chiar dacă în lucrarea sa capitală (*Citation Indexing: Its Theory and Application in Science, Technology, and Humanities*, 1979) Eugene Garfield identifica nu mai puțin de 15 motive definitorii ale citării, Mengxiong Liu⁵ observa că este, totuși, dificil ca pe baza lor să se determine „motivația internă de a cita sau comportamentul” unui anumit autor. La rândul lor, Anna Sophie Kümpel, Veronika Karnowski și Till Keyling au clasificat motivele sharingului în trei categorii: egoiste, altruiste și sociale⁶. Însă această taxonomie nu ajută prea mult la identificarea motivațiilor individuale ale sharingului și a responsabilității aferente acestui proces.

În absența unor indicii suplimentare, precum comentariile care să însoțească sharingul, singura modalitate de a discuta despre responsabilitatea morală a distribuitorilor de știri (false) rămâne conținutul lor. În alt loc, am definit știrile false ca „un (sub)gen al discursului jurnalistic/ informativ care vehiculează informații false cu scopul de a provoca un anumit tip de acțiune într-o anumită comunitate”⁷. Dar, dincolo de aceasta, poate că ar trebui să ne întrebăm mai înainte ce sunt știrile „reale”, pe care știrile false le imită. Potrivit unei definiții date de unul dintre cei mai reputați istorici ai fenomenului, știrile reprezintă „informații noi despre un subiect de oarecare interes public care sunt comunicate (*shared*) unui anumit segment de public”⁸. Așadar, știrile vehiculează informații noi, adică necunoscute (până atunci) publicului. Însă definiția e încă incompletă: jurnaliștii nu comunică publicului „noutăți” pur și simplu, ci *noutăți* care îi sunt acestuia (*mai*) *greu accesibile sau inaccesibile*. Faptul că deasupra unui oraș a apărut curcubeul nu va fi niciodată o știre locală, chiar dacă ea poate reprezenta o „noutate” pentru unii locuitori care nu au apucat să-și ridice jaluzelele; iar motivul este că aceasta rămâne o informație ușor accesibilă.

Această particularitate a știrilor este convergentă cu o anumită practică a citării, caracteristică discursului istoriografic. În cadrul acestuia, istoricii citează adeseori surse rare, uneori neverificabile din alte puncte de vedere.

Aceste surse sunt integrate în discursul autorului (istoricul contemporan) fără vreun comentariu sau vreo disociere explicită, ceea ce presupune automat că autorul le-a considerat *demne de crezare*. Niciun istoric acuzat de mistificare nu se va disculpa vreodată pretextând că el doar a „arătat cu degetul” către anumite informații și că era, de fapt, sarcina cititorului să le verifice acuratețea, pentru că simplul fapt că *selecția* anumitor surse îl face implicit *responsabil* de veridicitatea lor. Și aceleași standarde cred că ar trebui să i se aplice și distribuitorului de știri false în social media.

Studiu de caz

Pentru a testa observațiile de mai sus, voi propune în continuare o aplicație pe una dintre știrile false incluse în corpulul FAKEROM de pe platforma <https://www.tagtog.com>:

„Cultivarea fobiei de microbi a început mai demult

Când l-am văzut pe Iohannis, în timpul vizitelor sale pe la Bruxelles, că, în loc să dea mâna cu ceilalți oficiali, se ciocnea cu ei cot în cot, am avut sentimentul că am mai întâlnit asta undeva, dar nu am conștientizat acest lucru pe moment.

Mi-am amintit apoi că în urmă cu câțiva ani am dat întâmplător peste un site canadian al unei mișcări care promova renunțarea la tradiționalul strâns al mâinii și înlocuirea lui cu ciocnirea pumnului. În engleză asta se numește «bump don't shake», adică «ciocnește nu scutura» (mâna). Evident scopul invocat este acela de a reduce riscul contaminării cu microbi, mai exact cei care provoacă răceala și gripa.

Asta se întâmpla cu câțiva ani în urmă, pe vremea când nimeni nu visa de Covid și coronavirus, de pandemie și de măsuri de distanțare socială. Conform aceluși site, pe care îl puteți vedea **aici**, dacă renunțăm la strângerea mâinii, riscul de infectare cu germeni microbieni se reduce cu 90%.

Astfel, mi-am dat seama că toate aceste măsuri impuse în numele protecției și siguranței noastre nu au nimic în comun cu grija față de sănătatea noastră, ci fac parte dintr-un plan mai vechi și bine pus la punct de desființare a tot ce este omenesc în noi și tot ceea ce ne leagă unii de alții, pentru ca generațiile viitoare să fie complet rupte de umanitate, de lucrurile naturale și astfel oamenii să devină treptat roboți. Psihopații care vor să domine planeta vor să înlocuiască strânsul mâinii, gest care se practică de mii de ani, cu acea ciocnire golănescă a coatelor sau a pumnilor, la care se pot preta numai personaje penibile precum Klaus Iohannis și politrucii de la Bruxelles.”⁹

Știrea de mai sus, care a fost culeasă de pe blogul <https://dantanasescu.ro> (autorul, Dan Tănăsescu, descriindu-se ca „fotograf, programator sau astrolog”, specialist în „astrologie, numerologie, psihologie, ocultism” și licențiat al Facultății de Jurnalism din cadrul „Universității Hyperion”), ar putea face la fel de bine obiectul unui act de sharing sau al unei citări. În ambele cazuri, însă, ea nu l-ar deroga pe acela care

o distribuie/citează de responsabilitatea popularizării ei, în lipsa unor indicii explicite că această popularizare s-ar face în scop polemic sau satiric. Astfel, în ceea ce privește citarea, știrea ar putea fi menționată decontextualizat – adică fără a fi integrată într-un scenariu mai amplu și fără a fi însoțită de un comentariu anume care să-i orienteze înțelegerea – atât în contexte orale (de exemplu, dacă doi cunoscuți se întâlnesc, iar unul îi atrage atenția celuilalt asupra știrii: „La ascultă aici: ...”), cât și scriptice (ca simplă preluare pe un alt blog individual sau în presă). În ambele cazuri, însă, conținutul știrii (acela că există de mai mulți ani un site care prefigurează modul de salut generalizat de pandemie) nu ar putea fi perceput independent de interpretarea în cheie conspiraționistă a creatorului ei (aceea că „psihopații care vor să domine planeta” au pregătit de mai mulți ani renunțarea la tradiționalul strâns al mâinii pentru a-i transforma pe oameni în „roboți”). Cele două dimensiuni – cea factuală și cea interpretativă – au fost deja conectate în mod abuziv de către Dan Tănăsescu, inclusiv în titlul articolului, ceea ce a făcut ca *faptul* (existența site-ului <http://bumpdontshake.com>) să devină *parte a interpretării* (conspirația globală). Iar, propagând fără vreo disociere explicită această „sinteză”, persoana care citează știrea fără vreo luare de poziție devine automat responsabilă de acreditarea unui fals.

Lucrurile nu diferă în mod substanțial nici în cazul în care linkul către știrea respectivă este distribuit în social media. Chiar dacă distribuitorul știrii nu-și mărturisește deschis adeziunea la conținutul ei, simplul fapt că el *a ales ca relevantă* acea știre (și nu alta) presupune că, în lipsa unor indicii clare prin care să se disocieze de conținutul vehiculat – indicii care ar putea fi alcătuite fie și numai din faptul că persoana în cauză și-a exprimat ironia la adresa unor știri similare sau s-a „specializat” în a distribui ironic o anume categorie de știri –, el girează conținutul respectiv. Prin analogie, am putea privi răspândirea de știri false de către o persoană cu aceleași instrumente cu care ea distribuie știrile reale de interes comun: dacă un individ distribuie știri precum „Școala începe anul viitor pe 6 septembrie” sau „Azi se sistează curentul în cartierul Terezian din cauza unor lucrări de întreținere”, nu înseamnă că trebuie să ne așteptăm ca el să-și însoțească sharingul cu comentarii de tipul „Acest lucru este adevărat!” pentru a-l putea responsabiliza de distribuirea unor asemenea conținuturi.

În concluzie, diseminarea de știri false prin actul sharingului nu exclude responsabilitatea morală a distribuitorului în raport cu conținutul propagat, iar analogia dintre sharing și procesul citării ne permite să avem o perspectivă mai aprofundată asupra acestui gest încă insuficient codificat social.

Acknowledgement: „This work was supported by a grant of the Romanian Ministry of Education and Research, CNCS - UEFISCDI, project number PN-III-P1-1.1-TE-2019-1794, within PNCDI III”.



Note:

1. V., de exemplu, Mehrdad Koohikamali și Anna Sidorova, „Information Re-Sharing on Social Network Sites in the Age of Fake News”, *Informing Science* 20 (2017): 215–235; Denise E. Agosto, ed., *Information Literacy and Libraries in the Age of Fake News* (Santa Barbara, CA, Denver, CO: ABC-CLIO, 2018); Przemyslaw Majerczak și Artur Strzelecki, „Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News”, *Behavioral Sciences* 12, nr. 2 (2022): 51; Alexandros Minotakis și Christos Avramidis, „Digital Journalism and the Hunt for Clicks in the Age of Fake News”, în *Journalism and Digital Content in Emerging Media Markets*, eds. Sofia Iordanidou, Nael Jebril și Emmanouil Takas (Londra: Palgrave Macmillan, 2022), 129–146.
2. Regina Rini, „Fake News and Partisan Epistemology”, *Kennedy Institute of Ethics Journal* 27 (2017): 43–47.
3. Jessica Pepp, Eliot Michaelson și Rachel Katharine Sterken, „What’s New About Fake News?”, *Journal of Ethics and Social Philosophy* 16 (2019): 81.
4. *Ibid.*, 83.
5. Mengxiong Liu, „Progress in Documentation. The Complexities of Citation Practice: A Review of Citation Studies”, *Journal of Documentation* 49, nr. 4 (1993): 376.
6. Anna Sophie Kümpel, Veronika Karnowski și Till Keyling, „News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks”, *Social Media + Society* 1, nr. 2 (2015): 6.
7. Simina-Maria Terian, „What Is Fake News: A New Definition”, *Transilvania*, nr. 11–12 (2021): 117.
8. Mitchell Stephens, *A History of News*, third edition (New York, Oxford: Oxford University Press, 2007), 4.
9. Simina-Maria Terian, Anca Simina Martin, Mihai Dascălu, Ștefan Rușeți, David Morariu, Denisa Frătean, *FAKEROM - Fake News Dataset*, 2022, <https://www.tagtog.com/fakerom/fakerom/>. Vezi adresa specifică: <https://www.tagtog.com/fakerom/fakerom/pool%2FAnca%20Martin/aAYXUZ5mMVXMsHw9HE8gg6rHOUXi-text.txt?p=0&i=4>, accesat la 10 septembrie 2022.

Bibliography:

- Agosto, Denise E., ed. *Information Literacy and Libraries in the Age of Fake News*. Santa Barbara, CA and Denver, CO: ABC-CLIO, 2018.
- Koohikamali, Mehrdad, and Anna Sidorova. “Information Re-Sharing on Social Network Sites in the Age of Fake News.” *Informing Science* 20 (2017): 215–235.
- Kümpel, Anna Sophie, Veronika Karnowski, and Till Keyling. “News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks.” *Social Media + Society* 1, no. 2 (2015): 1–14.
- Liu, Mengxiong. “Progress in Documentation. The Complexities of Citation Practice: A Review of Citation Studies.” *Journal of Documentation* 49, no. 4 (1993): 370–408.
- Majerczak, Przemyslaw, and Artur Strzelecki. “Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News.” *Behavioral Sciences* 12, no. 2 (2022): 51.
- Minotakis, Alexandros, and Christos Avramidis. “Digital Journalism and the Hunt for Clicks in the Age of Fake News.” In *Journalism and Digital Content in Emerging Media Markets*, ed. by Sofia Iordanidou, Nael Jebril, and Emmanouil Takas, 129–146. London: Palgrave Macmillan, 2022.
- Pepp, Jessica, Eliot Michaelson, and Rachel Katharine Sterken. “What’s New About Fake News?” *Journal of Ethics and Social Philosophy* 16 (2019): 67–94.
- Rini, Regina. “Fake News and Partisan Epistemology.” *Kennedy Institute of Ethics Journal* 27 (2017): 43–64.
- Stephens, Mitchell. *A History of News*. Third Edition. New York–Oxford: Oxford University Press, 2007.
- Terian, Simina-Maria. “What Is Fake News: A New Definition.” *Transilvania*, no. 11–12 (2021): 112–120.
- Terian, Simina-Maria, Anca Simina Martin, Mihai Dascălu, Ștefan Rușeți, David Morariu, Denisa Frătean. *FAKEROM - Fake News Dataset*, 2022, <https://www.tagtog.com/fakerom/fakerom/>.