

Jodie Jackson

EȘTI CEEA CE CITEȘTI

traducere din limba engleză de
MIHAI MOROIU



CUPRINS

Cuvânt-înainte	9
Scrisoare din partea autoarei	13
Introducere	20
Percepția este totul	28
Interpretare greșită sau inducere în eroare	44
Știrile proaste aduc bani buni	61
Ce e mult strică	79
Soluția știrilor	99
Neajutorarea față cu încrederea	119
Binele, răul și echilibrul	135
Nimic nou sub soare	149
Puterea de a schimba	160
Surse	184
Mulțumiri	186

INTRODUCERE

Cunoaștem cu toții dictonul „ești ceea ce mănânci”: un rezumat simplu, dar eficient, care ne-a făcut tot mai conștienți de influența hranei asupra sănătății. Am învățat că printre consecințele consumului excesiv de junk food se numără obezitatea, diabetul și bolile de inimă. Odată ce ne-am însușit aceste cunoștințe, vom fi echipați să ne transformăm din consumatori în consumatori *conștienți*. Vom fi capabili să raționăm dincolo de dorința imediată de a ne satisface un capriciu de moment și vom reduce consumul de junk food, făcând pasul spre fructe, legume și cereale integrale, cu un beneficiu pe termen îndelungat.

Ei bine, hrana este pentru organism ceea ce este informația pentru minte. Informația pe care o absorbim se transformă în emoții, gânduri, acțiuni și comportament. Consecințele sunt mai puțin vizibile, dar la fel de puternice. Știrile constituie unul dintre cele mai viguroase și mai negative fluxuri de informație pe care le consumăm în

chip inevitabil. Urmărirea știrilor ne afectează starea de spirit, convingerile, modul de a înțelege lumea, relațiile interumane, opțiunile politice, însă impactul lor rămâne în mare măsură neconștientizat.

A sosit momentul să cercetăm industria mediatică și să dezvăluim efectele *negativity bias*¹ din știri asupra sănătății mentale și asupra sănătății democrației și societății noastre. Cartea de față investighează măsurile care vă pot ajuta să abordați știrile în așa fel încât să mențineți un control mai bun asupra minții, asupra părerii despre lume și asupra propriului confort psihic. Dar cel mai important este să ne întrebăm nu cum ne putem schimba, ci de ce ar trebui să ne schimbăm. Iată-ne în miezul schimbării comportamentale: cei care, indiferent de domeniu, știu de ce, vor descoperi și cum o pot face.

Prin urmare, să vedem pe scurt de ce trebuie să avem o atitudine mai critică față de modul în care consumăm știri și de ce ar trebui poate să fim mai proactivi în utilizarea lor; ne imaginăm cu toții că ne formăm propriile convingeri și păreri despre informațiile primite. În realitate, multe dintre aceste convingeri și păreri ne vin de-a gata, în funcție de locul din care ni se livrează știrile. Avem cu toții un ziar preferat sau un program pe care în urmărim cu plăcere – dar, dacă stăm să ne gândim, cine are timp să compare diverse surse ca să obțină perspective diferite

¹ Prejudată negativă, înclinație sau tendință spre negativitate (n. tr.).

și să analizeze toate informațiile, ca să poată trage propria concluzie? În viața noastră de zi cu zi dinamică se potrivește bine acest gen de consum mediatic: ne place să „știm” ce se întâmplă pe lume, ca să nu fim luați pe nepregătite și considerați ignoranți, dar o sursă unică este oricând apreciată ca fiind arhisuficientă pentru a fi la curent cu ce se întâmplă. Ținând seama de asta, aș vrea să vă întreb când s-a întâmplat ultima dată să porniți într-o căutare personală pentru a afla mai multe despre un subiect de care ați aflat din știri? Ați depus vreun efort suplimentar ca să înțelegeți mecanismul din culise al unei știri? Ați avut vreodată curiozitatea să urmăriți o poveste auzită cu cinci luni în urmă ca să vedeți modul în care s-a dezvoltat (ori s-a stins)? Asemenea întrebări nu au scopul să vă facă de rușine și să petreceți ore întregi scormonind pe Google. Vreau numai să vă semnalizez în ce măsură astfel de informații pur și simplu ne-au fost *administrate*, fără să le fi cercetat personal.

Spun că ne-au fost administrate din cauza naturii oarecum inevitabile a știrilor. Prezența lor este atât de ferm stabilă, încât au devenit o parte firească a unei vieți democratice. Avem de-a face cu o forță considerabilă care, în teorie, ajută societatea să colaboreze informându-i pe cetățeni despre chestiunile naționale și internaționale, permițându-le să acționeze pe baza acestor informații. Scopul lor cel mai admirabil este să-i tragă la răspundere pe deținătorii puterii, asigurând în acest fel ca exploatarea, corupția și abuzul de putere să fie menținute sub control.

Sunt atât de bine integrate în structura societății, încât ne putem trezi (în mai mică sau mai mare măsură) formulând păreri fără să știm cu adevărat *de ce* gândim ceea ce gândim. Asta deoarece știrile exercită o influență invizibilă, dar puternică asupra gândirii personale, spunându-ne nu numai *ce* să gândim (prin selectarea a ceea ce cuprind), dar și *cum* să gândim despre un anumit subiect (prin *news frames*¹ și *organisational bias*²). Din cauză că de obicei imităm opiniile din știrile pe care le vedem sau le citim, ele dau formă cunoașterii, convingerilor și opiniilor personale.

Pentru a înțelege mai bine efectul știrilor, să examinăm mai întâi cum hotărâsc mass-media ce știri să ne împărtășească. Hotărârea aparține editorului, ținând seama că zilnic se petrec mii de evenimente, din care doar puține sunt considerate „de actualitate”. S-ar putea să nu vă surprindă să aflați că majoritatea celor alese se preocupă de război, corupție, scandal, crimă, foamete și dezastre naturale.³ După cum spun cei din industrie, „curge sânge, ești în frunte”.⁴ Așa cum această selecție limitată (indiferent cât de importantă) a știrilor ne umple ziarele, televiziunile și

¹ Încadrarea știrilor în contexte de referință mai largi, pentru influențarea modului de percepție a informațiilor (n. tr.).

² Prejudecată organizatorică/de organizație (n. tr.).

³ Ridout, T., Grosse, A. și Appleton, A., „News Media Use and Americans’ Perceptions of Global Threat”, *British Journal of Political Science*, 38(4), 2008 (n.a.).

⁴ Miller, R. și Albert, K., „If It Leads, It Bleeds (and If It Bleeds, It Leads): Media Coverage and Fatalities in Militarized Interstate Disputes”, *Political Communication*, 32(1), 2015, pp. 61–82 (n.a.).

social media, tot ea ne saturează viziunea asupra lumii și a stării de fapt. Ni se servește o perspectivă îngustă, mărită în așa fel încât să pară o imagine completă.

Imaginea sumbră și impulsionată comercial ne furnizează o percepție distorsionată în mod semnificativ asupra lumii în care trăim. Pentru a vă testa convingerile, răspundeți la următoarea întrebare: în ultimii douăzeci de ani, sărăcia globală:

☐ s-a dublat ☐ a rămas la fel ☐ a scăzut la jumătate

Răspunsul este că a scăzut la jumătate. Dacă ați dat răspunsul corect, v-ați număra printre cei doar 7% din cele o mie de persoane care au participat la studiu și care au făcut aceeași declarație optimistă. Restul de 93% au fost de părere fie că a rămas la fel, fie că s-a dublat.¹ Această statistică evidențiază un gen de ignoranță care provine nu din *neinformare*, ci din *proastă* informare, din cauză că, dacă oamenii ar fi neinformați, nu ar ști nimic despre sărăcia globală, iar răspunsurile lor ar fi simple presupuneri. Situație în care mult mai mulți ar fi ales răspunsul corect. Informația incorectă, în schimb, i-a făcut pe atât de mulți să respingă ideea că situația ar fi putut să se amelioreze. Suntem expuși la atâtea vești proaste în dieta noastră

¹ Hans Rosling, Ola Rosling și Anna Rönnlund, *Factfulness*, Flatiron Books, New York, 2018 (n.a.).

mediatică modernă, încât am fi fraieri să nu credem că omenirea se află în stare de declin.

Acum ar fi momentul potrivit să subliniem că lumea a evoluat de fapt în direcția opusă celei propuse de titlurile din presă. Iar oamenii nu numai că beneficiază (la nivel global) de mai multă prosperitate decât generațiile trecute, mai bune sunt și sănătatea, tehnologia, salubritatea, mortalitatea infantilă a scăzut, IQ-ul a crescut, se înregistrează mai puține crime și mai puține războaie decât în oricare altă perioadă a istoriei. Singurul tip de violență care pare să crească este terorismul – și chiar și această amenințare atât de tragică, agresivă și reală este neînchipuit de supraestimată. Europeanul mediu este de șapte ori mai expus să cadă pe trepte și să moară decât să fie ucis într-un atac terorist.¹

Știrile despre progres nu ating o cotă înaltă pe agenda agențiilor, prin urmare sunt mult mai rar difuzate decât știrile despre eșecuri. Dezechilibrul de informare se transferă într-un dezechilibru de înțelegere a lumii, de unde și percepția pesimistă asupra realității. Iar acest pesimism are consecințe inclusiv în arena politică, unde liderii pot profita de teama de declin, cu promisiunea de

¹ Faptul se întemeiază pe cifre din 2016, care arată că s-au petrecut 142 decese în urma atacurilor teroriste și 1 000 în urma unor căzături pe trepte: <https://www.europol.europa.eu/newsroom/news/2017-eu-terrorism-report-142-failed-foiled-and-completed-attacks-1002-arrests-and-142-victims-died> (n.a.).

revenire la „zilele bune de odinioară”. Faptul a fost demonstrat prin alegerea președintelui Trump – nu mai puțin de 81% dintre susținători lui au crezut că viața s-a înrăutățit în ultimii cincizeci de ani, dar, dacă ne uităm la dovezi, și nu la știri, constatăm că americanii de azi sunt avantajați față de predecesorii lor prin venituri mai ridicate, rată a mortalității infantile mai scăzută, speranța de viață mai îndelungată și mai multe diplome de studii superioare.¹

De-a lungul anilor am discutat cu multă lume despre efectele știrilor și despre procesul de gândire distorsionat și potențial dăunător declanșat de *negativity bias*. Întotdeauna mă miră cât de mulți oameni sunt gata să mă atace când afirm că media sunt prea negative și că ne-ar fi mult mai bine dacă am beneficia de mai multe materiale care caută și soluții. Rezistența provine din ceea ce percep ei că ar trebui să fie știrile – nefiind deloc percepția potrivită și asta numai din cauză că *negativity bias* s-a transformat în normă.

Spiritul negativ nu s-a găsit dintotdeauna în miezul știrilor, așa cum ar trebui să fie ele. Nu există o definiție absolută a știrii, însă aparent toate descrierile disponibile prezintă un element comun; se consideră știre difuzarea publică a unei informații noi și notabile, cu scopul de a-i

¹ Business Insider. (2018). *America: 1960 vs. 2010*. Online: <https://www.businessinsider.com/america-1960-vs-2010-2011-1?IR=T> (n.a.).

angaja și informa pe cetățeni¹ într-un mod care îi împu-
ternicește să acționeze pe baza informației prezentate.²
American Press Institute acceptă ideea definind rolul fun-
damental al știrilor ca „împuternicire a celor informați”³.
Nimic din cele două definiții nu cheamă la o prevalență a
negativității. Însă în realitate acest ideal al știrilor nu este
întotdeauna atins. Prin povești pline de senzațional, titluri
derutante și conținut inflamator, o bună parte din știri nu
fac decât să-i *lipsească* de putere pe cei *dezinformați*. Ca să
înțelegem mai bine, trebuie să pătrundem pe teritoriul
psihologiei pentru a afla felul în care știrile ne modifică
percepția și apoi convingerile despre lume.

¹ Lewis, S. From Journalism to Information: The Transformation of the Knight Foundation and News Innovation. *Mass Communication and Society*, 15(3), 2012, 309–334 (n.a.).

² Walter Lippmann, *Public opinion*. Mineola, NY: Dover Publications. 1992 (n.a.).

³ American Press Institute. (2018). *What is the purpose of journalism?* – American Press Institute. Online: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/purpose-journalism/> (n.a.).

PERCEPȚIA ESTE TOTUL

„Mintea crede ceea ce văd ochii și ceea ce aud urechile.”

HARRY HOUDINI

Știrile preiau rolul de ochi și de urechi proprii, iar reporterii care le creează cutureieră în lung și în lat ca să aducă înapoi povești – povești pe baza cărora interpretăm lumea în care trăim. Dar de cele mai multe ori se întorc cu povești despre război, corupție, scandal, crimă, foamete și dezastre naturale. Astfel se induce o percepție a lumii care nu reflectă neapărat realitatea.

Când deschidem ochii, presupunem că vedem realitatea. De fapt, nu este așa de simplu. Realitatea văzută de mine cu ochii mei ar putea fi diferită de realitatea văzută de tine cu ochii tăi – chiar dacă trăim același eveniment. Este ceea ce cunoaștem sub denumirea de percepție.

Cea mai simplă distincție dintre percepție și realitate este că realitatea reprezintă ceva ce există *obiectiv* și rămâne neatinsă de experiența omenească, în vreme ce percepția este *interpretarea* personală a acelei realități, făcută de un individ aparte, sau ceea ce *gândim* despre o situație. Din această distincție putem înțelege că trăsătura marcantă a realității este că posedă un adevăr obiectiv. Jurnaliștii vă vor spune că e valabil și pentru ei, care relatează obiectiv, ca un intermediar invizibil, zugrăvind fidel realitatea pentru publicul lor. Însă obiectivitatea din redacție este o iluzie. Există în măsura în care (putem spera că) jurnaliștii își bazează relatările pe fapte ce pot fi verificate; cu toate astea, prezentarea lor rămâne deschisă interpretării. Și asta din cauză că, atunci când o persoană încearcă să repovestească realitatea, percepția sa adaugă oarecum o anumită nuanță, trecând din zona obiectivă în cea subiectivă.

Obiectivitatea jurnaliștilor nu este subminată doar de *cum* sunt relatate poveștile, ci și de *ce* anume este relatat. Simpla selecție a materialului care urmează să fie relatat compromite șansa jurnalistului de a fi cu adevărat obiectiv, atât timp cât se ia *decizia* editorială să se dea mai multă amploare unor știri considerate mai importante și să se ignore ori să se minimalizeze alte știri, considerate mărunte. Cum poți fi neutru când ai luat o hotărâre despre ce merită sau nu să devină o știre? Un jurnalist care citește asta ar putea să intervină spunând că nu-i vorba despre o preferință personală, dar că expunerea unei știri se măsoară prin importanța ei percepută. Termenul