

Cuprins

Listă figuri și tabele	7
Mulțumiri	9
Cuvânt înainte.....	11
Introducere.....	15

Capitolul 1

Spațiul mediatic în era <i>Big Tech</i>	21
1.1. Post-adevăr, fake news, dezordine informațională, haos informațional, infodemie, propagandă computațională, dezinformare 2.0.....	22
1.2. Cauzele și promotorii dezinformării	38
1.3. Platforme digitale și rețele sociale online.....	42
1.4. Mecanisme de viralizare online.....	51
1.5. Inteligența artificială – algoritmi, metadate, capitalism de supraveghere.....	56
1.6. Efectele dezinformării.....	62

Capitolul 2

Psihologia dezinformării	67
2.1. Impactul internetului asupra comportamentului uman.....	67
2.2. Rolul erorilor cognitive în acceptarea conținuturilor înșelătoare.....	71
2.3. Teorii ale conspirațiilor și predictorii ai gândirii conspiraționiste.....	75

Capitolul 3

Măsurile de combatere a dezinformării online	83
3.1. Reglementarea legislativă directă (măsurile legislative).....	87

3.2. Autoreglementarea platformelor digitale (măsuri algoritmice).....	89
3.3. Verificarea știrilor/ <i>fact-checking</i> (măsuri corective).....	91
3.4. Alfabetizarea media, informațională și digitală (măsuri educaționale).....	95
3.5. Inocularea (măsuri psihologice).....	97
3.6. Abordarea integrată.....	99

Capitolul 4

O cercetare a dezinformării online (predictori și reziliență) ... 104

4.1. Contextul cercetării	104
4.2. Metodologia cercetării	113
4.3. Rezultatele sondajului de opinie	116
4.4. Concluziile interviurilor	130
4.5. Corelarea rezultatelor sondajului de opinie și interviurilor	149
4.6. Limitele cercetării versus relevanța cercetării.....	152

Ce ar mai fi de spus... .. 159

Bibliografia..... 167

Capitolul 1

Spațiul mediatic în era *Big Tech*

Pentru a defini spațiul mediatic și informațional actual ar trebui să vedem mai multe perspective asupra transformărilor digitale din mai multe domenii de activitate, determinate de expansiunea tehnologică din anii 2000. Este epoca în care se manifestă multe dintre fenomenele descrise de Taleb (2018), autorul teoriei riscurilor utilizate în economie: schimbări neașteptate („lebede negre”) apărute în contexte rutinate care necesită o capacitate crescută de adaptare la nou pentru a le putea supraviețui (capacitate de robustețe) sau chiar pentru a le folosi în propriul beneficiu (capacitatea de „anti-fragilitate”, văzută ca reziliență generatoare de oportunități). Urmărind evoluția mass-media la nivel global, un impact comparabil cu cel al tiparului asupra Europei în secolul XVI l-a avut apariția internetului în secolul XX. Similar tiparului, tehnologiile IT moderne au transformat sfera publică, prin posibilitatea de răspândire rapidă a ideilor, însă fără moderarea sau filtrarea informațiilor. Pe lângă avantajele referitoare la accesul aproape nelimitat la informații, platformele online au permis circulația ideilor îndoielnice sau chiar instigatoare la ură și la violență. Există și câteva diferențe între cele două revoluții mediatice, evidențiate de Ferguson (2018): internetul s-a extins mult mai rapid și pe un spațiu geografic mai mare decât tipărița germană; cele mai importante componente media apărute datorită internetului (*new media*) urmăresc obținerea de venituri din publicitate comparativ cu doar un subgrup al mass-media creat datorită tiparului (publicațiile). Domeniile cele mai afectate de cele două transformări au fost religia în cazul tiparului, respectiv comerțul și politica în cazul internetului.

Harari (2017) spunea că statul, odată cu apariția sa, a preluat o parte dintre rolurile deținute anterior de familie, prin care erau asigurate necesitățile oamenilor (asigurarea unui loc de muncă, asistența medicală și socială, educația, etc.), lăsând familiei moderne aspectele mai puțin palpabile, ce țin de nevoile psihologice. În prezent, prin saltul făcut în viața noastră de gigantii tehnologici, aceștia preiau o parte din rolul statului și al familiei în asigurarea satisfacției individuale, slăbind atât statul, cât și familia. Din punct de vedere economic vorbim de monede virtuale, pe care oamenii sunt îndemnați să le câștige pe cale virtuală (prin minare, jocuri, investiții online, etc.), nu reală (prin muncă). În plan social, se observă cum oamenii își caută în spațiul virtual remedii pentru probleme de sănătate, concomitent cu scăderea încrederii în medici, educația se face tot mai mult prin intermediul tehnologiei digitale, iar comunicarea și relaționarea, chiar dacă la un nivel superficial, este intermediată într-un procent ridicat de tehnologie. Este o acoperire falsă a nevoilor oamenilor, care nu mai sunt provocați de persoane reale pentru că trăiesc în medii artificiale în care pot relaționa oricât, oricând și cu un număr crescut de persoane cu idei similare, chiar dacă cu o implicare redusă. Importanța comunității pentru fericirea proprie explică necesitatea psihologică a omului de a se menține în aceeași bulă informațională cu cei din jurul său. Tehnologia reprezintă tot mai mult o nevoie și o dependență, de care nu putem și, de cele mai multe ori, nici nu vrem să scăpăm.

1.1. Post-adevăr, fake news, dezordine informațională, haos informațional, infodemie, propagandă computațională, dezinformare 2.0

Pe fondul exploziei tehnologice și al diversificării canalelor de comunicare publică, credibilitatea spațiului mediatic a devenit un subiect din ce în ce mai controversat, concomitent cu apariția

„adevărurilor alternative” care au condus la conturarea unui fenomen nou, fără precedent, denumit *post-adevăr* (Plenković & Mustić, 2016).

Keyes (2004) este printre primii autori americani care au atras atenția asupra fenomenului „rutinizării minciunii” și al „pierderii stigmatului” atribuit acesteia, ca urmare a declinului moralității, bazându-se pe studii sociologice realizate la nivelul societății americane. În opinia sa, situația nu se datorează procentului de minciuni din conversațiile noastre, mai crescut față de trecut, ci volumului mare de afirmații false pe care le primim, ca urmare a extinderii canalelor de comunicare din prezent. Autorul numește această realitate „era post-adevărului”, termen preluat dintr-un eseu apărut în publicația „Nation” în 1992, sub semnătura scriitorului Steve Tesich, care face referire la o „zonă crepusculară din punct de vedere etic”, ce ne determină să avem „abordări alternative ale moralității” (Keyes, 2004, p. 17). Acest lucru are loc prin reconsiderarea valorilor morale pentru a disimula un comportament necinstit, transformându-l dintr-o atitudine greșită într-una acceptată. Concomitent, și vocabularul uzual, ca urmare a valențelor emoționale, a suferit modificări, prin înlocuirea cuvântului „minciună” cu „exagerări”, „greșeli”, „interpretări”, „erori de judecată”, „contextualizări” (Keyes, 2004, p. 17). Potrivit lui Keyes (2004), în era post-adevărului, dihotomia adevăr-minciună a fost completată de o a treia noțiune – „afirmații ambigue” care conțin procente diferite de exactitate și falsitate. Situația a fost determinată de slaba penalizare a înșelăciunilor și de promovarea mediatică a persoanelor cunoscute ca având o atitudine flexibilă față de minciună, concomitent cu stigmatizarea celor care spun adevărul, de multe ori etichetați drept „denunțatori” (Keyes, 2004, pp. 10-19). Pe acest fond, sintagma „post-adevăr” a devenit „Cuvântul Anului 2016”, definit de dicționarul Oxford ca „circumstanțe în care oamenii reacționează mai mult la emoții și credințe personale decât la fapte” (Oxford-Dictionary, 2016). Unii autori (Bârgăoanu, 2018; Collier &

Van Duyn, 2019; McIntyre, 2018) au stabilit o conexiune între creșterea utilizării expresiei respective și evenimentele politice ale anului 2016 (campania Brexit pentru ieșirea Marii Britanii din Uniunea Europeană și organizarea alegerilor prezidențiale din SUA). În opinia lui McIntyre (2018), aceste evenimente nu au fost cauza fenomenului post-adevărului, ci rezultatul său, întrucât, „post-adevărul apare atunci când reacția mulțimii schimbă, de fapt, valențele asociate minciunii”. Suffixul „post” nu indică faptul că anterior ar fi existat o epocă a adevărului, ci că, în prezent, „adevărul este eclipsat, adică irelevant” (McIntyre, 2018, pp. 5-13). Irelevanța reprezintă, în opinia lui Harari (2018b), riscul la care este supusă omenirea prin adoptarea tehnologiei ca substitut al său.

McIntyre (2018, p. 14) consideră că pentru a putea combate post-adevărul trebuie cunoscută geneza sa, cu referire la primele cazuri de negare a științei pe subiecte precum efectele negative ale fumatului, schimbările climatice, vaccinurile și evoluția omului. Rădăcinile negării științei au început să se contureze în SUA în anii '50, când companiile producătoare de tutun au constatat că ar avea de câștigat dacă ar răspândi îndoiala asupra ideii că fumatul cauzează cancer de plămâni. Rețeta comună tuturor acestor teme era de a identifica și plăti experți pentru a prezenta concluzii favorabile finanțatorilor, situația urmând să fie exploatată mediatic pentru a arăta publicului că există două perspective ale problemei. Ulterior avea loc o susținere a perspectivei favorabile prin relații publice și lobby guvernamental, care conducea la capitalizarea confuziei publice în scopul punerii la îndoială a rezultatelor științifice incomode. Acest mod de acțiune a determinat presa să prezinte, din reflex, ambele părți ale problemei pentru orice subiect științific controversat, deși nu amândouă aspectele aveau aceeași credibilitate (McIntyre, 2018, pp. 21-77). A fost încălcat astfel principiul obiectivității, deoarece scopul informării mediatice nu este de a oferi un timp egal de emisie adevărului și falsității, ci de a prezenta faptele

reale. Totodată, în ceea ce privește schimbările climatice, deși exista un consens la nivelul comunității științifice referitor la existența și efectelor acestora, media a prezentat subiectul ca fiind unul controversat din punct de vedere politic, alimentat fiind de interesele companiilor petroliere. Astfel, presa și-a abandonat treptat scopul suprem, acela de a prezenta adevărul, în favoarea așa-numitei echidistanțe politice, pentru a-și demonstra nepărtinirea, în fapt devenind unealtă de creare a confuziei asupra unor aspecte factice printr-un scepticism autoimpus.

Nichols (2019, p. 10) vorbește chiar de un „dispreț tradițional al americanilor față de intelectuali și atotștiutori”, citându-l în acest sens pe Isaac Asimov, potrivit căruia „în Statele Unite a existat dintotdeauna un cult al ignoranței. Antiintelectualismul este o constantă care se perpetuează în viața culturală și politică, alimentat de ideea falsă conform căreia democrația înseamnă că ‘ignoranța mea e la fel de bună ca știința ta’” (Nichols, 2019, p. 15).

În România, anti-intelectualismul s-a manifestat inițial după cel de-al Doilea Război Mondial și instaurarea regimului comunist, când intelectualii au fost oprimați, inoculându-se în conștientul colectiv ideea că baza societății este clasa muncitoare. După căderea comunismului în 1989, acest fenomen a cunoscut o perioadă de transformare ideologică de la manifestări concrete, precum mineriada din 1990, până la ideea că studiile superioare sunt inutile, din perspectiva faptului că absolvenții acestora sunt incapabili de a face față realităților profesionale de pe piața muncii. Astfel, dacă inițial anti-intelectualismul a fost un curent al clasei muncitoare, în prezent fenomenul s-a mutat în mediul online, unde o serie de influencer-i descurajează tinerii să urmeze studii superioare și, implicit, să își construiască o cultură generală, în favoarea obținerii unei experiențe personale directe, fără o pregătire anterioară. Un exemplu în acest sens este Cristian Chifoi, care, în 2021, în mod simbolic și-a dat foc la diploma de licență, considerând că nu îi este utilă într-un demers

antreprenorial. Mesajul transmis tinerilor a fost de încurajare de a nu evolua intelectual pe termen lung, devenind astfel ușor de manipulat în lipsa unei educații solide și a limitării accesului la informații științifice.

Joachim Gauck (fostul președinte al Germaniei)², citat de Dobrescu (2020), avertizează asupra pericolului de a analiza faptele în funcție de interesele noastre: „Dacă vom accepta ca fapt ceea ce noi deja credem și dacă jumătățile de adevăr vor conta tot la fel de mult ca adevărul, atunci este deschisă calea pentru demagogi și autocrați”. Astfel, prin prezentarea selectivă a faptelor, în acord cu opiniile existente, se creează noi realități prezentate ca adevăruri, alimentând orice manipulare ideologică.

În opinia lui McIntyre (2018, p. 34), ”într-o lume în care ideologia acoperă știința, post-adevărul este următorul pas inevitabil”. Post-adevărul nu s-a coagulat concomitent cu negarea științei, în anii '50, ci la momentul apariției altor factori, precum partizanatul extrem și „silozurile informaționale” de la începutul anilor 2000, un efect al apariției și dezvoltării social media, respectiv al declinului presei tradiționale (McIntyre, 2018, p. 43). Ideea este susținută de Bărgăoanu (2018, p. 84), care aduce în atenție schimbarea ecosistemului informațional, ca „ingredient al cocktailului Molotov post-adevăr”. Declinul mass-media tradiționale s-a produs brusc, iar ascensiunea *new media* s-a dovedit fără precedent, comparativ cu orice alt canal mediatic (tiparul, radioul, televiziunea). Orwell (2020) considera că „o națiune are parte de ziarele pe care le merită”. Referindu-se la presa britanică, autorul a întocmit două liste cu nouă cotidiane naționale, în funcție de calitate și, respectiv, popularitate, concluzia fiind că „ziarul cu cea mai bună reputație pentru veridicitate... este cel care nu e citit nici măcar de cei ce îl admiră” (Orwell, 2020, pp. 161-164). Astfel se explică de ce presa scrisă plătită, care părea să aibă un loc bine stabilit pe termen

2 în intervenția sa în cadrul Conferinței pentru Securitate de la Munchen din 2017

lung în procesul informării publicului, a început să intre în declin: faptele neutre, autentice, au atras o audiență mai redusă decât aspectele neverificate, iar social media a devenit un redutabil concurent al mass-media tradiționale pentru că a favorizat vehicularea senzaționalului, permițând consumatorilor de știri să devină și producători de informații. Raportul Reuters 2023 privind știrile în format digital arată că tranziția spre informarea online este ireversibilă pentru toate generațiile care au experimentat-o, indiferent de vârstă sau de zonă geografică de rezidență. Acest lucru se reflectă în reorientarea resurselor financiare investite de populație dinspre media tradiționale spre cele digitale (N. Newman et al., 2023). Unele cercetări arată că, deși există o corelație slabă între încrederea în știri, în general, și partizanat, această legătură este mai accentuată în cazul Statelor Unite. De asemenea, există indicii că pârghiile din spatele acestor corelații acționează în același mod și la nivel global (Suiter & Fletcher, 2020).

Referitor la momentul începerii erei post-adevărului, există și opinii potrivit cărora „propaganda și dezinformarea nu reprezintă o noutate”, deoarece „oamenii au trăit dintotdeauna în epoca post-adevărului” (Harari, 2018a, pp. 234-235) sau evoluția tehnologiei a schimbat instrumentele propagandei, însă nu și esența acesteia (Munafò, 2021, p. 16). Unii autori au legat post-adevărul de transformarea fundamentală a societăților democratice, prin înlocuirea liberalismului de iliberalism, ca proces care scapă de controlul oricărei persoane sau țări, ceea ce a permis ascensiunea unor ideologii marginale care amenințau democrația (Benkler et al., 2018, p. 4). În contextul conflictului din Ucraina, România a înregistrat un nivel crescut al atitudinilor iliberale, despre care s-a demonstrat că se află în corelație negativă cu perceperea dezinformării (Bârgăoanu et al., 2023). Și George Orwell, considerat de Teodor Baconschi ”un profet al post-adevărului”, a afirmat că ”una dintre cele mai facile distracții din lume este discreditarea

democrației” (Orwell, 2020, p. 35). Aceste rezultate întăresc ideea exprimată de Viktor Frankl, psihiatru și supraviețuitor al lagărului nazist, autor al volumului ”Omul în căutarea sensului vieții”, citat de Peterson (2018): „existența individuală mincinoasă, neautentică este precursora totalitarismului social” (Peterson, 2018, p. 255).

Kahan (2023) a descris criza prezentului prin lupta dintre populism și liberalism, pe fondul înstrăinării doctrinei liberale de cei trei piloni ai existenței sale istorice: libertatea individuală și a grupurilor, autoreglarea piețelor și valorile morale. Strategia liberală a vizat, încă de la apariția primelor sale forme de manifestare, în secolele XVI și XVII, eliberarea de frică la nivel de individ și societate, ca libertate fundamentală. Populismul, pe de altă parte, alimentează fricile unei părți a populației cu tendințe xenofobe, prin promovarea unei dorințe unice a poporului, văzut ca entitate indivizibilă – marginalizarea celor care au renunțat la identitatea națională și astfel „au trădat” poporul (Kahan, 2023). Unele studii au arătat că discursul populist a îmbrăcat și forme anti-științifice, iar populismul a devenit un predictor al declinului sprijinului acordat științei, indiferent de regimul politic în care s-a manifestat. Astfel, s-a constatat că, în urma accederii la putere a unor lideri populiști, precum Trump în SUA sau Bolsonaro în Brazilia, știința a beneficiat de o susținere mai redusă, concomitent cu apariția unor politici anti-intelectuale, specifice post-adevărului (Zapp, 2022).

Indisolubil legat de post-adevăr a început să se contureze un vocabular specific minciunii de nouă generație. Una dintre cele mai uzitate expresii este *fake news*. Apariția sintagmei este legată de un articol semnat de Craig Silverman de la compania americană de media BuzzFeed în care acesta a concluzionat că poveștile distribuite pe platforma Facebook de pe site-uri care pretindeau a fi de știri, adesea situate în zone *offshore*, generau mai multe interacțiuni în mediul online decât știrile furnizate de site-urile legitime (Benkler et al., 2018, p. 3). Ca urmare a creșterii frecvenței utilizării acestei

sintagme, *fake news* a fost selectat de dicționarul Collins drept „Cuvântul Collins al anului 2017” (Collins-Dictionary, 2017). Motivele pentru care această sintagmă a atras atenția opiniei publice se referă la faptul că informațiile înșelătoare circulă în spațiul public alături de cele reale, pot avea efecte grave dacă sunt luate în considerare ca veridice și afectează încrederea interpersonală și în instituții, constituind o amenințare la adresa democrațiilor (Greifeneder et al., 2021).

Inițial apărută ca variantă opusă știrilor reale, expresia *fake news* a îmbrăcat mai multe forme. A fost utilizată pentru a descrie „informații fabricate care imită conținutul mass-media de știri în formă, dar nu ca proces organizațional sau intenție” (Lazer et al., 2018). În timp ce anumiți autori susțin că termenul nu este nou (Harari, 2018a) sau că este folosit pentru a defini satira politică sau parodiile (Tandoc Jr. et al., 2018), alții subliniază noul fenomen al dezinformării digitale, caracterizat prin „volum, ușurință și viteză de difuzare” (Farhall et al., 2019, p. 4). Într-adevăr, apariția fenomenului de știri false este legată de „ecologia media digitale”: declinul financiar al mass-media tradiționale, viteza mare de difuzare a știrilor, diseminarea accelerată a conținutului fals generat de utilizatorii de internet, discursul online emoțional și creșterea rolului algoritmilor de internet care generează beneficii financiare (Bakir & McStay, 2018).

Cercetătorii disting diferite tipuri de știri false (Giglietto et al., 2019), fără a exista un consens la nivel global: satiră, farsă, propagandă – pe baza intenției autorului de a înșela și a calității informațiilor (Rashkin et al., 2017); satiră, jurnalism slab calitativ, propagandă, publicitate înșelătoare, știri false – din perspectiva publicului (Nielsen & Graves, 2017); satiră, parodie, născociri, manipulare vizuală, publicitate, propagandă – în funcție de nivelul de facticitate și înșelăciune (Tandoc Jr. et al., 2018); propagandă, clickbait, conținut sponsorizat, satiră și pamflet, eroare, conținut

partizan, teorii ale conspirațiilor, pseudostiință, dezinformare, falsitate (EAVI – Media Literacy for Citizenship, 2017).

Știrile au fost diferențiate și în funcție de gradul de acuratețe, variind de la clasificări binare (adevărate sau false) (Wojdynski et al., 2018) la matrici mai complexe pe două axe, cum ar fi „poziția ontologică a mesagerului asupra adevărului și faptelor” și „stilul retoric specific mesagerului și audienței primare” (știri veridice, tâmpenii, minciuni sistemice, șoc și haos) (McCright & Dunlap, 2017).

Definirea sintagmei *fake news* a evoluat pe măsură ce s-au acumulat mai multe cunoștințe despre manifestarea sa (Vargo et al., 2018). Deși în 2012 expresia *fake news* era preponderent utilizată în SUA cu referire la parodie/satiră, începând din 2016 această sintagmă și-a schimbat sensul în informații false sau înșelătoare, asemănătoare știrilor bazate pe fapte. Evenimentele care au condus la această transformare au fost legitimarea de către anumite elite politice a știrilor false, creșterea importanței rețelelor sociale pentru consumatorii de știri și demersurile propagandei ruse de a răspândi știri false în timpul campaniei prezidențiale din 2016 (Nelson & Taneja, 2018). Studii au arătat că „expunerea la discursul elitei despre știrile false conduce la niveluri mai scăzute de încredere în mass-media și identificarea mai puțin precisă a știrilor reale” (Duyn & Collier, 2019, p. 4). Unii autori sugerează că știrile false reprezintă „două dimensiuni ale comunicării politice”: genul de știri false (dezinformare pseudo-jurnalistică) și eticheta de știri false, pentru delegitimarea mass-media de știri (Egelhofer & Lecheler, 2019) sau discreditarea adversarilor politici (Farkas & Schou, 2018). Intens utilizată în mediul politic american, în special în perioada campaniei pentru alegerile prezidențiale din 2016, eticheta *fake news* a început să fie utilizată și în alte zone ale lumii, precum Australia, care nu se confruntaseră anterior cu fenomenul respectiv (Farhall et al., 2019).

Voicu (2018, p. 15) consideră că „*fake news* reprezintă expresia modernă a unor vechi practici sovietice instituționalizate în cadrul