

MENTALITATEA ȘI COMPORTAMENTUL POLITIC ÎN EPOCA POSTADEVĂRULUI: (Cazul Republicii Moldova)

Olesea GARBUZ

Post-adevăr a fost ales cuvântul anului 2016 de editorii *Dicționarilor Oxford*. Termenul reflectă foarte bine climatul politic „puternic încărcat” și cotele impunătoare pe care le-a atins vehicularea noțiunii de *postadevăr* în 2016. Postadevărul „se referă la sau denotă circumstanțele în care faptele obiective sunt mai puțin influente în modelarea opiniei publice decât apelurile la emoție și credința personală” [1]. Deși a apărut cel puțin două decenii în urmă, în prezent politica post-adevăr are o conotație mai profundă și se bazează pe inițierea și menținerea conexiunii emoționale cu publicul și modelarea convingerilor oamenilor prin intermediul manipulării emoționale, dezinformării, răspândirii informațiilor false, utilizării mijloacelor media și tehnologiilor informaționale.

Dezinformarea este un instrument utilizat în epoca postadevărului pentru modelarea opiniei publice. Conform definiției date de Comisia Europeană, „prin **dezinformare** se înțelege o serie de informații în mod verificabil false sau înșelătoare, care sunt create, prezentate și diseminate pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce publicul în eroare în mod deliberat și care pot provoca un prejudiciu public [2]. Se zice că „o minciună repetată de o mie de ori rămâne minciună. O minciună repetată de un milion de ori devine adevăr” [3]. Or, în epoca postadevărului, minciunile pot fi repetate de milioane de ori cu ajutorul tehnologiilor informaționale și strategiilor de comunicare. Dezinformarea nu este un privilegiu, acest fenomen este la îndemâna oricărei persoane care are acces la internet și intenția de a induce publicul în eroare. *Digital News Report*, publicat de Reuters și Oxford University în anul 2017, indică faptul că mediul online, inclusiv platformele sociale, au devenit cele mai importante surse de știri, depășind chiar și televiziunea din această perspectivă [4].

ȘTIINȚE SOCIALE

Relații internaționale, științe politice și administrative

Amplora pe care o are dezinformarea în întreaga lume ne face să luăm în considerare nu doar efectele sale pe termen scurt, dar și influența dezinformării pe termen lung, cu scopul de a modifica mentalități și de a influența comportamente politice. Deși, conform cercetătorilor ruși, mentalitatea politică cuprinde constante destul de stabile pentru a fi transmise din generație în generație fără schimbări radicale [5, p. 494], există canale care influențează componentele permanente și variabile ale mentalității – armele epocii postadevăr fiind unele dintre acestea.

Efectul pe care-l poate avea dezinformarea asupra mentalității și comportamentului politic nu trebuie subestimat. Conform Eurobarometrului „Fake News and Disinformation Online”, realizat de Comisia Europeană în februarie 2018 [6], cei mai mulți cetățeni ai statelor membre sunt conștienți de existența și de amploarea dezinformării și știrilor false, însă cred că dețin capacitatea de a identifica și a evita aceste informații. Altfel spus, ei sunt afectați de sindromul „third person effect” – prin care reduc la minim posibilitatea de a fi afectați personal și consideră că alte persoane sunt mai predispuse de a cădea în capcana știrilor false. În cazul Republicii Moldova, Barometrul Opiniei Publice demonstrează că sursa de informare care se bucură de cea mai mare încredere în rândul populației este televiziunea (37,6%), urmată de internet (19,5%), fapt care accentuează și mai mult rolul mass-mediei în modelarea mentalității și comportamentului politic al populației [7].

Republica Moldova a pășit ferm pragul epocii postadevăr. Identificăm caracteristicile epocii postadevăr în Moldova și răspândirii masive a dezinformării și știrilor false, atunci când examinăm cu atenție influența dezinformării asupra mentalității și comportamentului politic al alegătorilor. Am ales drept caz de referință alegerile prezidențiale din noiembrie 2016, când s-a reușit infiltrarea informațiilor false cu privire la femei, refugiați sau minorități sexuale pentru a exploata fricile și stereotipurile moldovenilor, care au fost orientate spre influențarea și modelarea mentalității și comportamentului politic al electoratului, în special al alegătorului nepregătit, neinformați, cu o percepție politică neformată [8].

Având în vedere că fenomenul dezinformării și știrilor false reprezintă o amenințare acută pentru democrație și statul de drept, educația devine un factor important în combaterea armelor epocii postadevăr și consolidarea componentelor stabile ale mentalității politice, precum și formarea unor comportamente bazate pe mecanisme critice și analitice și mai puțin emoționale. Este important ca mass-media să ia măsuri pe cont propriu pentru educarea publicului privind dezinformarea, denunțarea publicațiilor propagandistice și identificarea campaniilor de dezinformare. Acestea sunt inițiative private, însă și statul are un rol important în asigurarea unui cadru legislativ adecvat în domeniul mass-mediei. Deși statul nu poate impune limite la libertatea de exprimare, acesta poate adopta Coduri de bune practici privind dezinformarea [9] și institui rețele de verificatori ai informației, fără promovarea cenzurii directe sau indirecte.

Armele epocii postadevăr se propagă instantaneu și evoluează rapid, ceea ce face imposibilă combaterea lor în totalitate. Însă, pentru a reduce impactul negativ al acestora asupra mentalității și comportamentului politic al cetățenilor, este importantă acțiunea concertată a statului, societății civile și altor inițiative private.

Referințe:

1. Oxford Dictionaries. *Word of the Year 2016 is...*[Accesat 11.09.2019] Disponibil: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>
2. Comisia Europeană. *Tackling online disinformation.* [Accesat 11.09.2019] Disponibil: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/-/tackling-online-disinformation>
3. CERCELESCU, M. *Dezinformarea în epoca post-adevăr. Poate fi reglementată lupta împotriva dezinformării?* [Accesat 11.09.2019]
4. Disponibil: https://www.juridice.ro/628769/dezinformarea-in-epoca-post-adevar-poate-fi-reglementata-lupta-impotriva-dezinformarii.html#_ftn1
5. Reuters Institute. *Digital News Report 2017.* [Accesat 11.09.2019] Disponibil: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf
6. MIKHEYEV, D. The Soviet Mentality. În: *Political Psychology*, 1987, vol. 8, no. 4, pp. 491-523.
7. Comisia Europeană. *Fake news and disinformation online.* [Accesat 11.09.2019] Disponibil: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2d79b85a-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en>

ȘTIINȚE SOCIALE

Relații internaționale, științe politice și administrative

8. Institutul de Politici Publice. *Barometrul Opiniei Publice* (ianuarie 2019). [Accesat 11.09.2019] Disponibil <http://www.bop.ipp.md/ro/result/bar>
9. GARBUZ, O. Comportamentul politic de masă ca formă a comportamentului politic: cazul Republicii Moldova. În: *Moldoscopie (Probleme de analiză politică)*, 2018, nr. 2 (LXXXI), pp. 66-75
10. Comisia Europeană. *Code of Practice on Disinformation*. [Accesat 11.09.2019] Disponibil: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/-/news/code-practice-disinformation>