ASPECTELE PSIHOLOGICE ALE MANIPULĂRII ȘI DEZINFORMĂRII ÎN MASS-MEDIA ONLINE

Marina CEBANU,
Facultatea Psihologie, Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială

CZU: 159.9:[070.431:004.738.5] *marina.valery.2099@gmail.com*

Fenomenul manipulării și dezinformării în mass-media online este un subiect de o actualitate deosebită pentru societatea în care trăim. Deși contextul socio-cultural și economic favorizează dezvoltarea tehnologică și progresul omenirii, instrumentele mass-media pot fi utilizate în defavoarea populației, cauzând consecințe de natură psihologică și inducând comportamente dorite de către terțe persoane.

Știrile false se difuzează mai repede în comparație cu cele adevărate de 6 ori mai rapid, susține R.Greifeneder și colab., iar Allcott și Gentzkow au estimat că „un adult obișnuit din SUA a consumat una până la trei știri false în lunile dinaintea alegerilor prezidențiale din 2016" [4].

Fenomenul **manipulării** implică o serie de procese care sunt realizate în mod conștient de către manipulator și care sunt îndreptate către grupul sau persoana-țintă [2]. Iar când vorbim despre „**dezinformare**" ne referim la „informațiile false create pentru a face rău unei persoane, unui grup social, unei organizații sau unui stat" [4]. Odată acceptate de către publicul în masă, informațiile sunt „greu de corectat". Iar pericolul acestora constă în faptul că pot continua să influențeze convingerile persoanelor pe termen lung.

Un alt tip de dezinformare, în creștere în prezent este fenomenul „**deep fake**" – care folosește tehnologia digitală de performanță pentru a induce utilizatorii în eroare [4]. Acest tip de dezinformare, ar putea reprezenta o provocare pentru menținerea unui mediu informațional credibil.

Produsele media au și anumite funcții specifice, din punct de vedere psihologic:

- optimizarea activității sociale, pentru a i se asigura progresul și funcționalitatea;

● funcția de contact, ce are un rol important în crearea conștiinței de grup;

● funcția de control social, deoarece prin canalele mass-media se aduce la cunoștință acele norme, cerințe și comportamente dezirabile contextului socio-cultural;

● funcția de socializare sau altfel spus de educare a unor calități, caracteristice de personalitate dorite de către societate.

Printre cele mai frecvente procedee de manipulare informațională, putem enumera: ascunderea sau selectarea unor informații fără legătură cu adevărul; distorsionarea informațiilor și deformarea proporțiilor; intoxicarea țintei prin pseudoinformații; zvonurile sau dirijarea asocierii faptelor; blocarea surselor și canalelor de comunicare ce transmit alte informații; discreditarea surselor neconvenabile; interpunerea unor "relee informaționale" și a unor "agenți de influență"; lansarea unor sloganuri, stereotipii de gândire; manipularea limbajului și utilizarea discursului emoțional. [5]

Din perspectiva psihologică, cunoaștem că prezența emoției în cadrul unei comunicări de masă, reduce capacitatea de apărare perceptuală a indivizilor. [3] Prezența unor materiale vizuale sugestive, îl determină pe individ să ignore aspectul logic al informațiilor expuse (deoarece acesta solicită un efort mai mare de prelucrare a mesajului). Iar impactul unui **discurs emoţional** este de zeci de ori mai puternic, decât a unui discurs cu mesaj similar care utilizează un limbaj neutru sau bazat pe argumente logice. [1]

În **concluzie**, atestăm importanța deosebită a fenomenului de manipulare și dezinformare în mass-media, care cu fiecare an devine tot mai complex și divers. Astfel, comunitatea de psihologi are misiunea de a se implica activ în crearea programelor de intervenție psihologică, de educație media, de gândire critică; programe privind autoreglarea și gestionarea emoțională; în crearea manualelor și resurselor de suport ce ar acoperi aspectul psihologic în sfera de educație formală și nonformală.

Doar o abordare holistică din partea jurnaliștilor, psihologilor, juriștilor, cadrelor didactice și a altor reprezentanți ai societății civile, vor avea puterea de a promova o atitudine sănătoasă față de avalanșa de manipulare și dezinformare din spațiul media online și va spori capacitatea de rezistență față de acestea.

Referințe bibliografice:

1. Beciu Camelia, Sociologia comunicării şi a spaţiului public. Bucureşti: ed. Polirom, 2011
2. Braiker Harriet B. Who's Pulling Your Strings': How to Break the Cycle of Manipulation and Regain Control of Your Life, New York: McGraw Hill Education, 2004
3. Carre Christophe, Arta manipulării elegante, București: ed. Meteor Publishing, 2017
4. Greifeneder Rainer și colab., Psihologia Fake News, București: ed.Trei, 2021
5. Cialdini Robert, Psihologia persuasiunii, 2014 (www.101books.ru)