

ACTIV

Definiție: A MANIPULA - a mânui, a manevra, a antrena, prin mijloace de influențare psihică, un grup uman, o comunitate sau o masă de oameni la acțiuni al căror scop aparține unei voințe străine de interesele lor; a influența opinia publică prin mass-media sau prin alte metode persuasive.

Sursa: Dicționarul Explicativ al Limbii Române

Prezumția adevărului

Ultimele sondaje arată că 54% din moldoveni au „multă încredere” în mass-media. Un studiu realizat la comanda Comisiei Europene în toamna anului 2011¹ relevă că, în cele 27 țări membre UE la acel moment, în medie, 57% din cetățeni aveau încredere în posturile de radio, 53% - în televiziuni, 43% - în presa scrisă și 37% - în presa on-line. Pentru comparație: în Statele Unite ale Americii, doar 25% declară că au mare încredere în ziare și televiziuni. Creditul de încredere, pe care consumatorii îl oferă jurnaliștilor și colectivelor redacționale se bazează pe prezumția adevărului, adică pe așteptarea ca mass-media să ne prezinte realitatea obiectiv, fără a o înfrumuseța sau a o urâți. De aici vine și obligația deontologică a jurnalistului de a informa corect, fără a manipula informația în interesul cuiva.

Manipularea informațională prin intermediul mass-media este un fenomen specific mai mult țărilor în curs de dezvoltare, cu regimuri politice autoritare sau cu o democrație fragilă. În situații de criză, procesul de manipulare informațională se intensifică, iar mass-media controlate de politicieni, persoane interesate din business sau din alte domenii, „spală creierii” cetățenilor, prezentând realitatea distorsionată sau chiar mințindu-i fără jenă. Criza politică de la începutul acestui an arătat că manipularea informațională este o problemă actuală și pentru Republica Moldova.

Pentru a diminua efectele manipulării informaționale prin intermediul mass-media, Asociația Presei Independente (API), în parteneriat cu alte organizații neguvernamentale, desfășoară campania cu genericul „Manipularea ne prosteste. Nu permite nimănui să gândească în locul tău!”. În cadrul acestei campanii, vor fi organizate dezbateri publice, difuzate informații despre tehnicile utilizate de cei care vor să manipuleze opinia publică, elaborate studii de caz și rapoarte de monitorizare pentru a-i ajuta pe consumatori să deosebească un material jurnalistic obiectiv de unul manipulator. Or, este important să fim cu toții consumatori critici de presă și să nu lăsăm pe alții să tragă concluziile în locul nostru. Altminteri, riscăm să ne lăsăm prostiți.

Petru Macovei,
director executiv API

¹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb76/eb76_media_en.pdf



Cum să evităm capcanele manipulării informaționale?

Mijloacele mass-media, precum televizorul, radioul, presa scrisă și on-line au un impact puternic asupra publicului, contribuind la informarea și la educarea acestuia. Deseori, prin informația pe care o transmite, mass-media îl determină pe telespectator, ascultător sau cititor să gândească și să acționeze într-un anumit fel. Dacă informația nu este prezentată cu bună-credință, ci „retușată” în așa fel încât sensul ei este distorsionat, are loc manipularea informațională, un fenomen foarte apropiat dezinformării, adică minciunii. Experții afirmă că, având o atitudine critică, filtrând și verificând informația, consumatorii de media pot diminua efectele manipulării informaționale.

Pentru a nu fi victime ale manipulării informaționale, Nadine Gogu, directoroarea Centrului pentru Journalism Independent (CJI), le recomandă consumatorilor de media să se informeze din cât mai multe surse. „Din păcate, în prezent, în Moldova există puține instituții mass-media care pot pretinde la statutul de presă cu adevărat liberă, care nu are tangență directă sau indirectă cu diferiți actori politici sau economici interesați să



Nadine Gogu

Ludmila Andronic

Informația trebuie analizată „la rece”

Ludmila Andronic, președinta Consiliului de Presă din Moldova, afirmă că, de obicei, materialele jurnalistice manipulatorii merg mai departe decât informarea, încercând să impună publicului anumite

manipuleze opinia publică. De aceea, consumatorii care accesează informația dintr-o singură sursă sunt supuși unui mare risc de a fi manipulați și dezinformați”, susține Nadine Gogu. „Pentru a evita capcanele manipulării, oamenii ar trebui să cunoască care sunt principalele tehnici de manipulare, astfel încât, atunci când citează un ziar sau privesc televizorul/audiază un post de radio să-și dea seama ale cui interese servește jurnalistul - ale publicului sau ale altcuiva? Doar cunoscând aceste tehnici, alături de informații ce țin de standardele jurnalistice generale - de exemplu, ce criterii ar trebui să întrunească o știre, un reportaj, o anchetă reporterică corectă și echidistantă - publicul va putea discerne între adevăr și ficțiune, între informare corectă și manipulare”, specifică directoarea CJI.

atitudini, stări și concluzii. „Prima reacție a publicului, dar și a jurnalistului, privind orice noutate ar trebui să fie: „Nu cred! Vreau să verific!”, spune președinta Consiliului de Presă. Ea le recomandă consumatorilor de media să analizeze informația prin prisma propriilor necesități, probleme sau preferințe. „Nu permiteți nimănui să tragă concluzii în locul dumneavoastră. Nu vă lăsați pradă stării pe care v-o induc autorii știrilor, ascultați-le și citiți-le „la rece”. Dacă veți face acest lucru, s-ar putea să aveți o atitudine complet diferită față de acea informație. Nu uitați, viața reală nu se întâmplă la TV sau pe paginile ziarelor, ea se întâmplă în stradă, acasă, la serviciu. Analizați orice informație prin prisma acestor locuri”, mai spune Ludmila Andronic.

Jurnalistul: victimă sau actor al manipulării?

O parte dintre jurnaliști sunt în același timp victime, dar și actori ai manipulării informaționale. Acest lucru se întâmplă deoarece jurnaliștii sunt nevoiți să acționeze în interesul patronului instituției media la care sunt angajați, iar patronul nu întotdeauna este interesat să informeze corect opinia publică. Deseori, patronii sunt interesați să manipuleze informația în așa fel încât publicul s-o înțeleagă distorsionat. Pentru un onorariu mai mare, unii jurnaliști acceptă acest compromis profesional și furnizează publicului informații părtinitoare, folosind diferite tehnici subtile. În așa fel, din victimă, jurnalistul devine actor al manipulării informaționale.

Ion Bunduchi, directorul executiv al Asociației Presei Electronice (APEL), menționează că patronii instituțiilor mass-media au inventat diverse metode de formare și de schimbare a opiniei publice, având scopul de a-și promova propriile interese, inoculând publicului propriile idei și atitudini. În opinia sa, cele mai utilizate tehnici de manipulare informațională sunt: distragerea atenției publicului de la probleme cu adevărat importante în favoarea unor probleme mărunte, urmărindu-se mai mult agenda politică; schimbarea accentelor atât prin cuvinte, prin sunet, cât și prin imagine, dar și folosirea eufemismelor. „Fără a sta mult pe gânduri, mass-media de la noi preia eufemismele direct de la



Ion Bunduchi

Alina Radu

politicieni. Numai câte „sulițe” a rupt presa în ultimii ani cu eufemisme gen „păpușar”, „atac raider” sau altele similare! Politicienii și consultanții lor în comunicare utilizează diferite tehnici manipulatorii, iar jurnaliștii deseori cad în capcana lor, devenind astfel „instrumente” ale manipulării informaționale” mai susține directorul APEL. Alina Radu, directoarea publicației de investigații „Ziarul de Gardă”, susține că, într-o redacție, jurnaliștii acționează conform politicii editoriale a instituției media, în unele cazuri însă această politică editorială este îndreptată spre manipularea opiniei publice. „Ca să putem înțelege de ce manipulează unii jurnaliști, e bine să știm cine stă în spatele lor, adică cine sunt proprietarii de facto ai acestei instituții și ce hram politic poartă? Desigur că jurnaliștii angajați în cadrul unei instituții media nu se pot deda practicilor de manipulare de capul lor, există cineva din administrație care le cere să o facă și care îi remunerează pentru asta”, specifică Alina Radu. Ea menționează că istoria recentă a jurnalistului moldovenesc cunoaște exemple

crestomatice de proteste în numele informării corecte și a valorilor deontologice. „La începutul anilor 2000 în Moldova au fost proteste publice, petiții, declarații, nu mai zic de cazurile de grevă a foamei, ținută de reporterii care nu vroiau să dezinformeze opinia publică, așa cum le-o cereau patronii. Unii jurnaliști și-au pierdut locurile de muncă, alții sănătatea, dar a existat un beneficiu comun - încrederea cetățenilor în corectitudinea jurnaliștilor și dorința lor de a fi liberi de manipulare”, își amintește directoarea „Ziarului de Gardă”. Ea spune că, după aprilie 2009, situația presei din R. Moldova s-a îmbunătățit parțial, au apărut mai multe instituții mass-media care plătesc salarii mai mari și oferă condiții tehnice mai bune pentru jurnaliști. „Gradul sporit de confort fizic adoarme uneori vigilența profesională a unui reporter. Astăzi, refuzul de a fi manipulat de patronul instituției media și, corespunzător, de a manipula opinia publică, face bine numelui și reputației jurnalistice, însă, din păcate, face rău portmoneului jurnalistului. Sper că situația se va schimba, însă până atunci fiecare reporter este impus să facă alegerea. Iar pentru ca această alegere să fie foarte simplă, este nevoie de ajutorul societății civile și a consumatorilor de presă care trebuie să dezaprobe orice încercare de manipulare informațională, descurajându-i astfel pe finanțatorii manipulării”, conchide Alina Radu.



Cum poate mass-media să manipuleze punctul tău de vedere

Atenție la imagini!

La fel ca și cuvintele, imaginile pot transmite mesaje. Astfel, cameramanul sau fotograful „mânuieste” imaginea, fiind emițător de mesaje către public.

„Mișcarea camerei de fotografiat sau a camerei video poate influența publicul să gândească la fel ca și realizatorul acestor imagini”, precizează fotografii Roman Rybaliov. El susține că un fotoreporter sau un cameraman care vrea să manipuleze, la fel ca și persoanele care editează imaginile înainte să fie publicate, se pot „juca” cu încadraturile pentru a influența publicul într-

un anumit fel. „Autorul imaginilor trebuie să prezinte ceea ce a văzut cu adevărat, nu ceea ce gândește sau ce simte el”, spune R. Rybaliov.

Fotografii Nicolae Pojoga afirmă că așa-numitele „legende” ale fotografiilor, adică textele care însoțesc imaginea, pot reduce din efectul manipulării informaționale. „Pentru a nu lăsa loc de interpretări, o fotografie de ziar trebuie să fie însoțită de o descriere succintă a imaginii. Dacă nu au legende bune, fotografiile pot fi comentate în mod diferit și înțelese distorsionat”, spune Nicolae Pojoga.