

Cum luptăm cu dezinformarea: o abordare comportamentală

Rustam Romaniuc,

Profesor de economie comportamentală, MBS School of Business, expert asociat, Expert-Grup

Octombrie 2024

Moldovenii vor merge la vot pe 20 octombrie pentru a alege președintele și a decide modificarea constituției în vederea aderării Republicii Moldova la Uniunea Europeană. Campania electorală din acest an a debutat pe fundal de război hibrid susținut de Rusia împotriva guvernării actuale de la Chișinău. Campaniile de dezinformare sunt un element cheie al acestui război hibrid. În acest context, o provocare majoră pentru autoritățile de la Chișinău este asigurarea integrității votului. Una din soluțiile propuse de o delegație din partea Consiliului Europei este ca guvernul moldovean să sensibilizeze publicul cu privire la campania de dezinformare susținută de Kremlin (<https://www.zdg.md/stiri/politic/consiliul-europei-se-arata-ingrijorat-de-interferentele-straine-semnificative-in-viitoarele-alegeri-din-r-moldova/>). O campanie de sensibilizare reușită ar trebui să integreze două elemente: 1) informarea cetățenilor despre ingerințele străine în campania electorală și 2) utilizarea cetățenilor cu unele competențe de bază care i-ar ajuta să facă diferența între o informație falsă și una veridică.

Propagarea de informații false este un fenomen global. În ultimii ani, acțiunile de luptă împotriva dezinformării au devenit unul din subiectele cele mai studiate în științele comportamentale (mai multe discipline științifice care studiază comportamentul uman). Un studiu recent publicat în una din cele mai prestigioase reviste de știință, *Nature Human Behavior*, a rezumat rezultatele a 81 de articole publicate pe subiectul luptei împotriva dezinformării (<https://www.nature.com/articles/s41562-024-01881-0>). Autorii acestui studiu au identificat o serie de strategii care pot fi utile pentru elaborarea unei campanii naționale de combatere a dezinformării în Republica Moldova.

O strategie care poate fi implementată ușor (cost mic comparativ cu impactul așteptat) și pe scară largă este elaborarea unei campanii naționale de informare care ar sublinia unele aspecte cheie la care cetățenii ar trebui să atragă atenția atunci când sunt expuși unei noi informații cu caracter politic. Autorii studiului au demonstrat că recomandări simple, precum „verifică sursa”, sau „fii sceptic față de titluri”, pot ameliora capacitatea cetățenilor de a identifica informațiile false.

Articolul mai subliniază și importanța instruirii tinerilor (există programe de educație în diferite domenii; e timpul să implementăm și un program de instruire axat pe capacitatea tinerilor de a procesa informațiile din social media). Unul din programele elaborate de o echipă de la Universitatea de la Cambridge constă în jocuri unde participanții au rolul de „șefi pe propagandă”. În acest rol, aceștia elaborează strategii cu scopul promovării unor persoane necalificate drept experți într-un anumit domeniu și să propage informații false. Scenarii de tipul dat dezvoltă o gândire critică și îi ajută pe tineri să înțeleagă mai bine cât de ușor este să fii dus în eroare. A fost demonstrat că tinerii care au participat în programul Universității de la Cambridge au dezvoltat o capacitate mai bună de a recunoaște informațiile false și de a demasca „experți” cu profiluri

dubioase. Un astfel de program educațional ar putea fi implementat în școlile și instituțiile de învățământ superior din Republica Moldova.

E de notat că unele strategii care au funcționat într-un context geografic și geopolitic specific pot avea un efect diferit în contextul țării noastre. De aceea este important ca orice program să fie testat (cu metode științifice robuste) pe scară mai mică înainte de a fi implementat la nivel național. Nu este suficient să ne cantonăm la dezvoltarea unei campanii de sensibilizare bazată exclusiv pe informarea cetățenilor despre ingerințe străine, așa cum preconizează raportul experților de la Consiliul Europei. Din păcate, studiile științifice au arătat că campaniile tradiționale de informare nu au niciun efect asupra capacității cetățenilor de a face diferența între o informație falsă și una veridică. Soluțiile care funcționează vizează mecanisme psihologice specifice. Autoritățile publice ar trebui să investească mai mult timp și resurse în înțelegerea acestor mecanisme și în elaborarea de soluții bazate pe rezultate științifice din științele comportamentale.