

INFORMARE ȘI DEZINFORMARE ÎN MASS-MEDIA

Cpt.asist.univ. Sorin Drăguș

Abstract

The Truth includes only The Truth, but the information can come also from lies; that's why it is a good thing to analyze every word, fact, living or feeling of those who say that they bring and give positive information. The one who searches will always find what wants, if he really wants it, but he must not forget the value of his conscience, that, must be fed with TRUTH only.

Dezinformarea este un termen apărut recent în limbajul de specialitate, deși se practica încă din antichitate. Este indisolubil legată de informație, care poate fi viciată în numele unor scopuri bine definite. Sunt concluziile la care a ajuns Vladimir Volkoff, autorul lucrării *Tratat de dezinformare*, apărută la Editura Antet și pe care le prezentăm cititorilor noștri.

Trebuie făcută o distincție clară între un fapt și o informație. „Plouă“ nu este o informație, ci un fapt. Acesta devine informație în momentul în care este comunicat de cineva unei alte persoane, fie direct, prin metoda „gură/ureche“, fie mediat, prin telefon, ziar, radio, televiziune etc. Pe parcursul procesului de transmitere a informației pot apărea – involuntar sau dimpotrivă, intenționat – distorsiuni, omisiuni, adăugiri de elemente noi etc. care sunt tipice dezinformării.

Orice informație presupune prezența a trei variabile, în care nu se poate avea deloc încredere: informatorul (care poate face o confuzie între ploaie și stropii unui aspersor, de pildă), mijlocul de comunicare (telefonul se aude slab, permițând confuzii între cuvinte, sau scrisoarea este caligrafiată cvasiindescifrabil, ceea ce duce la același rezultat etc.), informatul (care poate crede că informatorul exagerează). Toate aceste elemente ne sugerează faptul că aproape orice informație este supusă riscului denaturării. De aici rezultă că: informația nu conține niciodată adevărul sută la sută.

Termenul de dezinformare a apărut pentru prima dată în limba rusă, după al doilea război mondial, și avea rolul de a desemna „*practicile exclusiv capitaliste care urmăreau aservirea maselor populare*“. De aici, termenul a trecut în limba engleză, cu înțelesul de „*scurgere deliberată de informații care induc în eroare*“. În Franța, noțiunea a apărut în 1974 și era definită drept utilizare a tehnicilor de informare, în special de informare în masă, pentru a induce în eroare, a ascunde sau a travesti faptele.

Bazele fundamentale ale dezinformării au fost puse în antichitatea chineză (aproximativ secolul V î.Hr.) de generalul Sun Tzî, în cartea sa intitulată „*Arta războiului*“. Postulatele acestuia erau următoarele:

- arta supremă a războiului constă în a învinge dușmanul fără luptă;
- toată arta războiului se întemeiază pe înșelătorie;
- un stat inamic trebuie ocupat intact; ruinarea acestuia este o politică inferioară.

Pentru aceasta:

- trebuie discreditat tot ceea ce merge bine în țara adversă;
- reprezentanții claselor conducătoare ale țării adverse trebuie determinați să întreprindă acțiuni ilegale. Reputația lor trebuie subminată prin orice mijloace și, la momentul oportun, aceștia trebuie supuși oprobriului public;
- trebuie răspândite discordia și gâlceava între cetățenii țării adverse;
- tinerii trebuie întărâtați împotriva bătrânilor;
- tradițiile adversarilor trebuie ridiculizate.

Ziarul, cartea și dezinformarea

Există trei evenimente majore care au dus la dezvoltarea explozivă a tehnicilor de dezinformare: apariția tiparului (1434), a primului periodic (Köln, 1470) și consacrarea opiniei publice în viața politică a Occidentului (începând cu secolul XVIII).

Ziarul și cartea au ajuns rapid să consacre un principiu în spatele căruia dezinformarea putea lua orice formă sau dimensiune: este adevărat, fiindcă am citit cu ochii mei! Ziarul și cartea, intrând în toate căminele în care cel puțin o persoană știa să citească, aveau să priveze rapid puterea regală

de monopolul deciziei, iar puterea ecleziastică de monopolul cunoașterii. Pe de altă parte, prin intermediul acestor doi vectori, autorii sau cei care stăteau în spatele lor puteau să manipuleze în voie conștiința publicului cititor, oferindu-i informații unilaterale, „adevăruri“ prefabricate și concepții contaminate de ideologii partizane.

Apariția radioului

Epoca de glorie, în materie de dezinformare a acestei invenții a fost atinsă în cursul celui de-al doilea război mondial și în perioada de ascensiune a comunismului, care i-a urmat. Virtuțile radioului în potențarea dezinformării au fost speculate în mod genial de Goebbels și Lenin. Cel dintâi era de părere că „o minciună repetată de o mie de ori rămâne o minciună, dar o minciună repetată de un milion de ori devine adevăr“, radioul fiind instrumentul perfect pentru a repeta o minciună de milioane de ori. Cel de-al doilea credea sincer că „a spune adevărul este o prejudecată burgheză meschină“, în consecință, radioul era utilizat la maximum conform acestei „axiome“, iar adevărul era ocolit cu mare grijă.

Limba de lemn

Limba de lemn, utilizată atât în scris, cât și în vorbire, în ziare, cărți și la radio, este considerată capodopera dezinformării, deoarece este imposibil de folosit de cineva fără ca acesta să nu devină în același timp și dezinformator și dezinformat. Principalele caracteristici ale limbii de lemn sunt: caracterul impersonal și pasiv al frazelor („relațiile reciproce s-au strâns“, „într-o atmosferă de stimă și respect reciproc“, „s-au exprimat urări“ etc.), abundența mijloacelor lingvistice care servesc la accentuarea obligativității (a trebui, a fi dator, cu necesitate, negreșit, obligatoriu, neabătut etc.), maniheismul (lipsa nuanțelor, împărțirea strictă în doar două categorii ale oricărui domeniu sau mulțimi de oameni – buni și răi, prieteni și dușmani, devotați și trădători, abstract și concret, general și particular, obiectiv și subiectiv etc.), metaforele și personificările excesive (hidra capitalistă, părintele popoarelor cu referire la Stalin etc.), codificarea (anumite cuvinte, ca „revizionist“ sau „dușman al poporului“, dau semnalul de atac; altele, precum „lipsa de vigilență revoluționară“, servesc drept avertisment sau amenințare etc). Limba de lemn nu este apanajul exclusiv al comuniștilor. Toți specialiștii – medicii, juriștii, militarii, preoții, filosofii etc. – au limba lor de lemn. Diferența constă în faptul că respectivele jargoane specializate înseamnă ceva, cel puțin pentru cei inițiați, și deci nu sunt dezinformatoare nici pentru cei ce le înțeleg, nici pentru cei ce nu le înțeleg.

Cum se practică dezinformarea

Există numeroase moduri de a trata o informație, în așa fel încât ea să devină aptă pentru o acțiune de dezinformare:

- ❖ Negarea faptelor (Nu este adevărat că X i-a furat banii lui Y).
- ❖ Inversarea faptelor (Nu X i-a furat banii lui Y, ci dimpotrivă, Y i-a furat banii lui X).
- ❖ Amestecul dintre adevăr și minciună (Este adevărat că X i-a luat banii lui Y, dar asta din cauza faptului că Y îi datora lui X acei bani, pe care refuză să-i mai dea înapoi).
- ❖ Modificarea motivului (Motivul pentru care banii lui Y au fost găsiți la X nu este furtul, ci faptul că X i-a găsit pe o alee în fața casei lui Y).
- ❖ Estomparea (Se face prea multă gălăgie pentru o sumă atât de mică; alții fură miliarde și nu pățesc nimic!).
- ❖ Generalizarea (Toată lumea fură în România; cum de l-ați găsit tocmai pe X țap ispășitor?).
- ❖ Utilizarea părților inegale (În cazul mediatizării furtului, se va acorda un spațiu restrâns faptului în sine, iar evidențierea calităților morale și ale faptelor bune ale lui Y va ocupa un spațiu mult mai mare).

Utilizarea imaginii în dezinformare

„E adevărat fiindcă am văzut“ este o afirmație puternic înrădăcinată în psihicul uman, mai puternică decât cea menționată anterior, respectiv „E adevărat pentru că am citit“.

Iată câteva din avantajele imaginii în materie de dezinformare:

- este literalmente incontestabilă;
- informația vizuală nu are nevoie să treacă prin creier pentru a ne afecta inima sau pornirile instinctuale;
- imaginea, prin natura ei, se pretează la toate manipulările posibile: selecție, încadratură, unghi de filmare, animație, trucaje etc.;
- imaginea se adresează maselor într-o măsură mai mare decât cuvântul, este ușor de perceput, ușor de reprodus și devine imediat subiect de conversație.

Definită drept „paradisul dezinformatorilor“, televiziunea oferă o întreagă serie de facilități care devin însă foarte ușor constrângeri. Materialele trebuie să fie scurte. Trebuie să schimbăm subiectul înainte ca telespectatorul să schimbe canalul – (este una din regulile producătorilor), iar difuzarea informațiilor depinde de orele la care se produc evenimentele (dacă un eveniment se produce după ora 23.00, este posibil să nu se vorbească nici a doua zi de el). Scurtimea împiedică orice aprofundare a subiectului, iar momentul producerii unui eveniment poate duce la omiterea lui din jurnalele de știri.

Puterea imaginii este atât de mare, încât prima impresie rămâne de nezdruncinat, dezmințirile ulterioare având efecte minime.

Războiul informațiilor

Acesta este un concept stabilit pentru prima dată de americani și constă în utilizarea ofensivă și defensivă a sistemelor de informare pentru a exploata, corupe și distruge informațiile și sistemele de informare ale adversarului, protejându-se însă propriile informații și sisteme.

Din punct de vedere militar, informația este de acum considerată a cincea dimensiune a oricărei bătălii, alături de dimensiunile pământ, mare, aer, spațiu. Războiul din Golf, de exemplu, a reprezentat mai mult triumful informației decât cel al armamentului, strategiei sau al moralului trupelor.

Culmea cea mai înaltă a dezinformării a fost atinsă grație mediilor electronice de informare. Internetul se bazează mai puțin pe calitatea informației și mai mult pe capacitatea de cristalizare a unor opinii difuze. Asemenea unui teren propriu-zis, terenul cibernetic aparține celui care îl acaparează mai întâi. Majoritatea „navigatorilor“ pe Internet sunt dirijați întotdeauna spre aceleași site-uri, aceleași soluții, aceleași întreprinderi, dincolo de care nu fac decât rareori efortul să mai caute.

Ideea manipulării informațiilor a apărut din nevoia mobilizării populației civile ca o parte a efortului de război. Dacă inițial această manipulare, în special a sentimentelor, avea drept scop recrutarea unui număr cât mai mare de voluntari, în ultimii 30 de ani tipologia conflictelor militare s-a modificat spre o profesionalizare a participanților și spre o restrângere a ariei geografice în care se desfășoară conflictul. Fenomenul globalizării, efectul difuzării unor informații asupra economiei face în ultimii ani, ca anumite teme să nu fie menționate în presă, în special din cauza obsesiei „Wall Street“ și a variației prețului acțiunilor. Într-o economie ce se sprijină pe prezența investitorilor de portofoliu în piață, orice conflict militar prost dirijat din punct de vedere mediatic poate declanșa crize majore.

Omisiunea, fragmentarea, minciuna sunt instrumentele folosite pentru manipularea mass-media. O atitudine perfect scuzabilă dacă luăm în calcul cercetările sociologice: 86% dintre americani folosesc televiziunea ca instrument principal pentru a se informa asupra războiului. Doar 51% dintre aceștia citesc un ziar. Putem bănuși că, în mare, proporțiile se respectă și în Europa sau oriunde în lume. Astfel se explică existența unei unități speciale în armata americană, „4th Psychological Operation Group“, cantonată la Fort Bragg și având în componență 1200 de militari, special antrenați în operațiuni psihologice.

Responsabilitatea militarilor este extrem de mare, pe lângă considerente ce țin de strategie, trebuind să ia în calcul și influențele unui foc de armă, tras undeva în Asia, asupra economiei. De cele mai multe ori, militarii manipulează mass-media prin restricționarea informațiilor care pot fi prezentate, publicul neștiind că fiecare imagine difuzată este previzionată de Pentagon, că fiecare corespondență trimisă de pe front este supervizată de un ofițer specializat în tehnici de „public relations“.

Presa americană este prima supusă manipulării, dezvoltarea rețelelor de televiziune americane, prestigiul jurnalistic al unor reporteri având un dublu efect: pe de-o parte devin „surse“ de credibilitate, pe de altă parte sunt „vectori“ de informare. Majoritatea conflictelor militare din ultimii 50 de ani au născut disensiuni majore între reporteri și personalul militar însărcinat cu informarea asupra mersului operațiunilor. De multe ori, reporterii care nu respectau conduita impusă de ofițerii de presă ai Pentagonului erau marginalizați.

Campanie de informare = campanie de dezinformare. Aceasta este viziunea militarilor asupra rolului presei într-un conflict militar. Prima tentație este aceea de a arunca întreaga vină în spatele armatei, care nu are interesul să prezinte soldați americani, britanici sau francezi uciși, care nu vrea să admită că presa se poate comporta independent. Pe de altă parte trebuie să ne gândim că imaginile transmise de CNN din Somalia, cu militarii americani uciși și târați pe străzile din Mogadiscio pe post de manechine fără viață, au declanșat o puternică emoție în SUA, determinând retragerea contingentului american. Sistemul de pol de presă a fost aplicat în intervenția din Panama (1989). Atunci a fost selecționat un grup de ziariști care au putut însoți trupele americane de intervenție și care au transmis reportaje live. Debutul transmisiilor în direct dintr-un conflict militar de proporții a fost făcut în Coreea. Se poate spune că atunci a avut loc faza romantică. Victimele americane nu erau arătate, iar transmisiile erau marcate de optimism.

Probabil că cel mai bun exemplu de manipulare a fost războiul din Vietnam. „Rezoluția Golfului Tonkin“, august 1964, cea mai apropiată de o declarație de război, prevedea că președintele SUA este autorizat să folosească orice mijloace pentru a stopa atacurile viitoare ale Vietnamului de Nord asupra vaselor americane. Președintele Johnson a ordonat represalii ca urmare a unor noi atacuri ale nord-vietnamezilor, deși în realitate, nu existase un al doilea atac. Adevărul a ieșit la iveală mult timp după finalul conflictului.

Tot în războiul din Vietnam, o cercetare ulterioară a dovedit că majoritatea reportajelor de luptă erau furnizate de serviciile de relații publice ale armatei, care numai în 1971, au cheltuit peste 200 de milioane de dolari ca să îmbunătățească imaginea. Serviciile de relații publice ale armatei au înscenat manevre ale armatei sud-vietnameze, acestea fiind filmate de operatori militari și difuzate în SUA prin stații mici de televiziune care nu aveau fondurile necesare finanțării unor corespondenți de război.

Filmul și televiziunea au creat o imagine cu totul distorsionată despre război. Acolo, pe ecran, au loc ambuscade spectaculoase, acte de bravură evidente, se poartă dialoguri pline de miez, tensiunea crește și descrește pentru a impresiona spectatorul. În fond, are loc o minuțioasă punere în scenă. Dar demn de remarcat, această punere în scenă ignora în mare măsură realitatea luptei. În alte genuri de film (drama familială, drama psihologică, filmul erotic), publicul este familiarizat cu realitățile descrise și de aceea e mai greu de manipulat. Dar într-un film de război se poate întâmpla virtualmente orice, pentru că un procent redus din rândurile publicului a tras vreodată cu arme de foc iar din rândul acestora un procent infim a luat parte vreodată la acțiuni de luptă.

Războiul prezentat de filme este o succesiune de acte de violență spectaculoasă, de acțiuni rapide și de rezultate clare.

În realitate însă, asemănarea se oprește la violență. Dincolo de faptul că este violent, războiul real este însă plicticos, neinteresant pentru a fi urmărit oră cu oră. Mare parte din el (cel puțin în prezentul război din Irak) consta în deplasări de trupe, aprovizionări cu materiale de luptă, alimente și combustibili, acțiuni de încercuire și evitarea pe cât posibil a confruntărilor directe.

Războiul poate însemna (înseamnă frecvent în acest caz) o coloană de blindate care se oprește brusc în deșert și stă timp de două ore din pricini logistice sau meteorologice. Războiul e viață, nu film. Iar viața este în majoritate o succesiune de perioade de rutină și relaxare, punctate rareori de momente interesante. Războiul din Irak nu este nicidecum spectaculos; el este doar un foarte important eveniment internațional. Dar media a preferat tot timpul să confunde importantul și spectaculosul, obligând publicul să creadă la fel.

În lipsă de lucruri spectaculoase, presa reține amănuntele anecdotice. Ele nu constituie însă, nici pe departe, esența războiului propriu-zis, dar ajung să ocupe spațiul mediatic.

Dintotdeauna omul a dorit să aibă cunoașterea necesară pentru a putea supraviețui în dimensiunea karmică în care viețuiește, pentru a evolua. Dorința lui trebuia într-un fel împlinită. Tocmai prin această dorință, omul a deschis căi către alte dimensiuni. Fiecare dimensiune spirituală

a început să reverse cunoașterea prin cei mai sensibili oameni ce viețuiau în dimensiunea karmică, dimensiunea materiei dense. Această cunoaștere era percepută în funcție de valoarea conștiințelor celor ce s-au adaptat cunoașterii spirituale, iar informațiile transmise prin aceștia erau înțelese parțial de cei care îi ascultau. Timpul a demonstrat acest adevăr împlinit. Fiecare învățătură transmisă omului, a schimbat destinul său ajutându-l să aibă o cunoaștere asupra universului, asupra a ceea ce este el ca ființă în univers. Informarea lui fiind limitată și nu întotdeauna corectă, a făcut să apară revolta în viața lui, fapt ce l-a determinat să cerceteze, tot rațional, căi către alte lumi necunoscute. Informarea venită prin cuvânt scris, i-a dat șansa să înțeleagă faptul, că cele ce pot fi înțelese doar prin trăire și simțire, pot înălța ființa umană. Cunoașterea a venit, prin cei ce erau canale deschise spre a o primi, dar nu întotdeauna această cunoaștere a ajuns pură la doritorii de adevăr. Dezinformarea a făcut ca omul să rătăcească pe căi nedorite.

Adevărul ca și valoarea, constă în ceea ce omul poate simți în fața unei învățături autentice. Orice informație venită din exterior, trebuie să îndemne omul la meditație profundă, pentru a nu cădea în capcana gândirii celor ce nu cunosc Adevărul. O informație poate înălța conștiința omului sau poate determina stagnarea evoluției spirituale a acestuia. Fiecare are liberul său arbitru și poate hotărî ce ar dori și ce nu ar dori să îplinească. Nimeni nu poate obliga pe nimeni la nimic, iar dacă cineva încearcă, printr-o informație eronată, să schimbe destinul unui om, trebuie să-și asume și responsabilitatea acceptării efectului cauzat. Adevărul cuprinde doar Adevărul, dar informația poate veni și din neadevăr; de aceea, este bine să se cerceteze fiecare cuvânt, faptă, trăire și simțire ale acelor ce spun că aduc și dau o informație pozitivă. Cel ce caută întotdeauna va găsi ce dorește, dacă vrea cu adevărat, dar să nu uite de valoarea conștiinței sale, ce trebuie hrănită doar cu Adevăr.

Note bibliografice

- [1] Volkoff, V., *Tratat de dezinformare*, București, Editura Militară, 1999.
- [2] Tzî, Sun, *Arta războiului*, București, Editura ANTET, 1999.
- [3] Cosmin, C., *Informare și dezinformare*, Lumea magazin, nr.1/2003.
- [4] Maitreya, F., *Războiul informațiilor*, în Familia ta, nr.2/2003