

TITLU TEZĂ DE DOCTORAT: Fake news și efectul celei de-a treia persoane: contextualizări generate de capacitatea de detecție a știrilor false și de vulnerabilitatea stabilității opiniilor în fața acestora

Coordonator: Prof. univ. dr. Nicoleta CORBU

Autor: Alexandru-Cristian DUMITRACHE

Rezumat:

Încă din cele mai vechi timpuri, diverse tehnici de influențare a maselor au fost utilizate pentru atingerea unor obiective multiple, în special din rațiuni politice, militare sau economice (Thomson, 1977). Odată cu dezvoltarea tehnologică a societății, aceste tehnici au luat forme diverse, devenind tot mai avansate și eficiente. În 2016, popularitatea termenului *fake news* (știri false) a crescut vertiginos, fenomen congruent cu două evenimente marcante ale istoriei recente: ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană și alegerea lui Donald Trump în funcția de președinte al Statelor Unite ale Americii, puse inclusiv pe seama influenței dezinformării asupra populației.

Au existat numeroase încercări de definire (Gelfert, 2018; Lazer et al., 2018; McIntyre, 2018; O. Klein & R. Wueller, 2017; Rini, 2017; Zhang & Ghorbani, 2020) și tipologizare (Molina et al., 2021; Tandoc et al., 2018a; Wardle, 2017a; Waszak et al., 2018) a conceptului *fake news* (știri false). Grupul de Experți la Nivel Înalt al Comisiei Europene pentru probleme în materie de *Fake News* și Dezinformare Online (2018, pp. 10–11) pledează pentru utilizarea termenului *dezinformare*, *fake news* fiind un concept care poate îngloba numeroase aspecte ce țin de mediul online și, de asemenea, utilizat în mod tendențios de diverși lideri politici. Deși lucrarea de față susține, la nivel tehnic, diferențierea foarte clară între conceptele menționate, pentru cursivitate și ca urmare a popularității termenului, în cadrul lucrării sunt folosiți cu precădere și, în mod special, în cadrul secțiunii aplicative, termenii *fake news* și *știri false*.

Pornind de la ideea că oamenii au tendința de a se considera mai puțin vulnerabili în fața unor efecte negative ale mass-media în comparație cu ceilalți, Davison introduce, în 1983, conceptul de *efect al celei de-a treia persoane*. Studiat, de-a lungul timpului, în raport cu multiple tipuri de fenomene, s-a ajuns la concluzia că acest efect poate genera nu doar schimbări de percepție, ci și schimbări comportamentale.

Similar unui corpus relativ dezvoltat, însă în continuare limitat de studii academice (Baek et al., 2019; Buturoiu et al., 2020; J. Cheng et al., 2021; Y. Cheng & Chen, 2020; Y. Cheng & Luo, 2020; Chung & Kim, 2021; Corbu et al., 2021; Hong, 2020; Landrum & Olshansky, 2020; T. Lee, 2021; T. Lee et al., 2022; Liu & Huang, 2020; Mena, 2020; Talwar et

al., 2020; Tang et al., 2021; F. Yang & Horning, 2020; J. Yang & Tian, 2021), lucrarea de față reprezintă o analiză a efectului celei de-a treia persoane în raport cu fenomenul știrilor false.

Acest tip de analiză are o relevanță deosebit de importantă întrucât contribuie la o înțelegere în profunzime a efectelor știrilor false, și în special a modului în care acestea sunt percepute. Având în vedere faptul că 2024 reprezintă un an cu un număr record de scrutine electorale la nivel global și, de asemenea, luând în considerare faptul că știrile false constituie un pericol la adresa democrației, o înțelegere detaliată a modului în care indivizii se raportează la *fake news* poate contribui la o mai bună pregătire împotriva răspândirii fenomenului.

Prin urmare, principalul scop al lucrării este de a identifica dacă, în rândul unui eșantion de conveniență format din tineri studenți din cadrul Facultății de Comunicare și Relații Publice din cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative și ai Facultății de Geografie din cadrul Universității București (N=1079), se confirmă existența efectului celei de-a treia persoane în raport cu capacitatea *fake news* de a influența opiniile tinerilor și capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false. Pentru a putea înțelege modul în care variază efectul celei de-a treia persoane, a fost importantă inclusiv analizarea elementelor care ar putea avea rolul de predictor al intensității efectului, precum și dacă există elemente care ar putea fi influențate de acest efect. Astfel, a fost formulată o serie de opt sub-obiective, care analizează existența efectului celei de-a treia persoane în contextele anterior menționate, potențialul interesului față de politică, al cunoștințelor politice, al consumului de știri, al expunerii percepute la știrile false, al intenției de a apela la metode de verificare a faptelor și al gândirii critice de a influența efectul celei de-a treia persoane, precum și potențialul efectului de a influența intenția tinerilor de a merge la vot. Fiecărui sub-obiectiv îi este subscris un set de două ipoteze, care diferențiază între efectul celei de-a treia persoane raportat la capacitatea știrilor false de a influența opiniile tinerilor și la capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false.

Astfel, structura lucrării de față începe cu o primă secțiune dedicată analizei teoretice a celor două concepte majore avute în vedere: *fake news* și efectul celei de-a treia persoane. Primul sub-capitol teoretic își propune să analizeze conceptul *fake news*, pornind de la originile fenomenului și modul în care metodele de influențare a maselor au evoluat de-a lungul istoriei, urmat de o prezentare a delimitărilor teoretice ale conceptului (diversitatea definițiilor, particularități ale conceptului și tipologii), o analiză a efectelor și a moderatorilor știrilor false, precum și o prezentare a modalităților existente de combatere a *fake news*. Cel de-al doilea sub-capitol teoretic își propune să analizeze teoria efectului celei de-a treia persoane în contextul dezinformării, începând cu reperele de ordin cronologic ale efectului celei de-a treia persoane,

componentele efectului celei de-a treia persoane, o prezentare a predictorilor și a moderatorilor acestuia și finalizând cu o analiză a studiilor care au alăturat efectul celei de-a treia persoane cu conceptul *fake news*.

Din punct de vedere practic, lucrarea de față își propune să analizeze dacă cele 16 ipoteze se confirmă în cadrul eșantionului, utilizând datele statistice ale chestionarului aplicat pe 1076 de studenți, acestea fiind utilizate în analize bivariante sau multivariate. Ulterior prezentării detaliate a metodologiei avute în vedere în cadrul lucrării, precum și a obiectivelor și a ipotezelor de cercetare, a doua secțiune a demersului empiric își propune să prezinte analiza datelor obținute, precum și interpretarea acestora.

Similar studiilor publicate anterior, și în cadrul acestui eșantion se confirmă existența efectului celei de-a treia persoane, atât în raport cu capacitatea știrilor false de a influența opinii, cât și în ceea ce privește capacitatea tinerilor de identificare a *fake news*.

Prin urmare, una dintre principalele concluzii ale prezentei cercetări constă în faptul că, și în cadrul eșantionului analizat, tinerii vor considera că au opiniile influențate de știrile false într-un grad mai redus decât prietenii lor apropiați și, de asemenea, mult mai redus decât oamenii în general. În manieră similară, aceiași tineri vor considera că au o capacitate mult mai bună de a distinge între știrile adevărate și cele false, spre deosebire de persoanele apropiate acestora și, în special, spre deosebire de oameni în general.

Un element de noutate constă, de asemenea, în identificarea elementelor care ar putea influența sau ar putea fi influențate de efectul celei de-a treia persoane în contextele anterior menționate. Conform datelor statistice rezultate din analizele care identifică corelații directe între două variabile dar și din modelele de regresie care aduc în comun toate elementele care ar putea avea rol de predictor al efectului celei de-a treia persoane, cu o singură excepție (nivelul consumului de știri al tinerilor), toate variabilele avute în vedere în lucrare influențează, total sau parțial, cel puțin unul dintre cele două contexte în care efectul celei de-a treia persoane este analizat.

Interesul față de politică se confirmă ca fiind un predictor al efectului celei de-a treia persoane doar în contextul capacității tinerilor de identificare a știrilor false. Deși acest rezultat ar putea fi influențat inclusiv de o lipsă de interes generală a tinerilor în ceea ce privește politica, se poate contura un raționament conform căruia cu cât un tânăr este mai interesat de politică, cu atât va considera că persoanele apropiate acestuia, precum și, în și mai mare măsură, oamenii în general, vor fi mai puțin capabili să distingă între știrile reale și cele false. Acest rezultat provine însă strict din corelațiile de tip Pearson dintre cele două variabile, nefiind identificată nicio influență a acestui predictor în cadrul modelelor de regresie.

Cunoștințele politice ale unui tânăr influențează efectul celei de-a treia persoane atât cu privire la capacitatea *fake news* de influențare a opiniilor (prin raportare la persoanele apropiate și la oameni în general), cât și în cazul capacității de identificare a știrilor false (raportat, însă, doar la oameni în general, nu și la persoanele apropiate). Deși în cadrul corelațiilor de tip Pearson nu au fost identificate corelații directe între variabile, modelele de regresii confirmă faptul că nivelul cunoștințelor politice al unui tânăr constituie un predictor al efectului celei de-a treia persoane. Prin urmare, se identifică un raționament conform căruia cu cât un tânăr deține mai multe cunoștințe politice, cu atât va considera că persoanele apropiate acestuia sunt mai vulnerabile în fața știrilor false, având o percepție și mai sumbră cu privire la oameni în general. De asemenea, același tânăr va considera că este mai în măsură să identifice știrile false în comparație cu oamenii în general.

Consumul de știri al tinerilor reprezintă singurul element avut în vedere de lucrarea de față ca fiind un potențial predictor al efectului celei de-a treia persoane în cazul căruia nu a putut fi identificată niciun fel de corelație, atât ca urmare a analizei corelațiilor de tip Spearman, cât și în cadrul modelelor de regresii.

Expunerea percepută a tinerilor la *fake news* constituie un predictor al efectului celei de-a treia persoane doar cu privire la capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false. Acest lucru rezultă atât din analiza corelațiilor de tip Spearman, cât și din modelele de regresii. Prin urmare, se poate concluziona că atunci când un tânăr consideră că este mai expus la știrile false, va percepe mai acut faptul că persoanele apropiate acestuia sunt mai puțin capabile să identifice *fake news*, considerând, de asemenea, că oamenii în general au o capacitate și mai scăzută de a distinge între știrile reale și cele false.

În ceea ce privește intenția tinerilor de apelare la metode de verificare a faptelor, atât corelațiile de tip Pearson cât și modelele de regresii demonstrează faptul că această variabilă constituie un predictor al efectului celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false doar în cazul raportării la oameni în general, nu și la persoanele apropiate.

Nivelul gândirii critice este, de asemenea, un predictor al efectului celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea *fake news* de a influența opiniile (raportat strict la oameni în general) și cu privire la capacitatea tinerilor de detecție a știrilor false (atât în privința persoanelor apropiate, cât și în privința oamenilor în general).

Conform modelelor de regresie, în cazul efectului celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea știrilor false de a influența opiniile tinerilor, în cazul raportării la persoanele apropiate, cel mai influent predictor constă în cunoștințele politice ale tinerilor, fiind urmat de

religiozitate, unde se identifică o corelație negativă. Lucrurile sunt similare în cazul raportării la oameni în general, cu excepția că modelul relevă existența nivelului gândirii critice în rolul celui mai influent predictor.

În cazul efectului celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false, în cazul raportării la persoanele apropiate, cel mai influent predictor este religiozitatea, care se corelează negativ, fiind urmată de nivelul gândirii critice și de expunerea percepută la știri false, corelate pozitiv. Lucrurile stau diferit în cazul raportării la oameni în general, nivelul gândirii critice fiind cel mai influent predictor, urmat de expunerea percepută la știrile false, intenția de a apela la metode de verificare a faptelor, religiozitate și nivelul cunoștințelor politice.

Singurul element avut în vedere ca fiind potențial influențat de efectul celei de-a treia persoane este intenția tinerilor de a merge la vot. Doar corelațiile de tip Pearson confirmă faptul că există o legătură strict între efectul celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea tinerilor de identificare a *fake news* (atât în cazul persoanelor apropiate, cât și în cazul oamenilor în general) și intenția acestora de a merge la vot. Prin urmare, un alt element de noutate al acestei lucrări constă în raționamentul conform căruia cu cât un tânăr va considera că este mai capabil decât persoanele apropiate acestuia și, în mod special, decât oamenii în general să identifice știrile false, cu atât se va simți mai motivat să meargă la vot. Prin urmare, vulnerabilitatea percepută cu privire la faptul că alți oameni nu pot identifica *fake news* reprezintă un factor motivant pentru ca un tânăr să își exercite dreptul la vot.

Prin urmare, se poate spune că în ceea ce privește efectul celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea știrilor false de a influența opiniile tinerilor, au fost identificate corelații pozitive care denotă faptul că efectul este influențat de nivelul cunoștințelor politice ale tinerilor (atât în cazul persoanelor apropiate cât și în cazul raportării la oameni în general) și nivelul gândirii critice al acestora (raportat doar la oameni în general).

Totodată, în privința efectului celei de-a treia persoane cu privire la capacitatea tinerilor de identificare a știrilor false, au fost identificate corelații pozitive care denotă faptul că efectul este influențat de nivelul interesului față de politică (atât în cazul persoanelor apropiate cât și în cazul raportării la oameni în general), nivelul cunoștințelor politice (raportat doar la oameni în general), nivelul expunerii percepute la știrile false (atât în cazul persoanelor apropiate cât și în cazul raportării la oameni în general), nivelul intenției de apelare la metode de verificare a faptelor (raportat doar la oameni în general) și nivelul gândirii critice (atât în cazul persoanelor apropiate cât și în cazul raportării la oameni în general).

Relevanța prezentului studiu constă tocmai în actualitatea temei și importanța înțelegerii sale în contextul dezinformării ca pericol la adresa democrației. Știrile false se răspândesc prin intermediul oamenilor și pot avea efecte ireversibile. Înțelegerea modului în care oamenii în general și, în special, tinerii sunt afectați de știrile false constituie un element deosebit de important, în special în contextul anului 2024 în care, pe lângă alegerile europene, au loc alegeri în peste 64 de țări din întreaga lume (Koh, 2023). În acest sens, devine important de înțeles care sunt elementele care îi determină pe tineri să îi considere pe alți tineri mai vulnerabili în fața știrilor false dar și, spre exemplu, dacă această percepție îi determină să înregistreze o prezență mai numeroasă la vot.