

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

ȘCOALA DOCTORALĂ

DOMENIUL DE STUDII: ȘTIINȚE POLITICE

TEZĂ DE DOCTORAT

Rolul mass-media și social media în dezinformare.

Studiu de caz: narațiunile dezinformării ruse în România.

Implicații asupra mediului de securitate.

- Rezumat -

Coordonator științific:

Prof. univ. dr. GEORGE - CRISTIAN MAIOR

Doctorand:

CORINA - GEORGIANA STAN (GABROVEANU-GHINEA)

BUCHAREST

- 2021 -

REZUMAT

În ultimii ani, termeni precum „*fake news*”, „propagandă”, „epoca post-adevărului”, „camere ecou”, „dezordine informațională”, precum și alte cuvinte asociate fenomenului de „dezinformare” au devenit parte a vocabularului uzual, atât pentru a exprima neîncrederea față de comunicarea în cadrul *mass-media* și *social media*, dar și ca preocupare a actorilor statali și non-statali de a combate efectele negative ale fenomenului dezinformării. Mediul digital a devenit, treptat (odată cu dezvoltarea erei Internet 2.0, proliferarea platformelor sociale, dar și a dezvoltării unor noi tehnologii), și un spațiu propice diseminării unor neadevăruri, acțiuni parțial false, manipulate sau înșelătoare, exagerări, realități scoase din context, trunchiate, cu scopul de a modela percepții, de a crea neîncredere în anumite instituții sau organizații, de a genera nesiguranță, ostilizare sau polarizare sau de a încerca să perturbe procesele democratice.

Cum s-a ajuns în acest stadiu? Internetul oferă posibilitatea fiecărui utilizator să devină creator de conținut (fie că vorbim despre mesaje text, fie că ne referim la fotografii sau materiale audio-video), iar, conform principiului libertății de expresie, aplicabil și în mediul *online*, fiecare persoană își poate expune propriile opinii.

Prin intermediul cercetării de față am ales să studiez problematica dezinformării nu pentru că ar fi un fenomen nou *per se* (nici pe departe), ci pentru că aceasta se adaptează și evoluează într-un ritm extrem de rapid prin intermediul tehnologiei, afectând vizibil comportamentul uman și societal (atât prin subminarea valorilor democratice ale societăților, dar și prin periclitarea siguranței fizice, a vieții cetățenilor).

Consider că, dacă în stadiul incipient al acestui studiu (octombrie 2017), în România, opinia publică, autoritățile statului, mediul jurnalistic nu erau pe deplin conștiente de pericolele pe care le presupune fenomenul dezinformării, treptat, prin apariția unor efecte vizibile și negative, societatea românească devine din ce în ce mai interesată de amploarea acestui fenomen (diverse *think-thank-uri* au creat *softuri* de *fact-checking*¹, organizații, fundații, universități, programe/ laboratoare de cercetare au organizat conferințe pe tema *fake news*, unde au fost propuse soluții pentru diminuarea dezinformării). Unul din cele mai

¹ De depistare a *fake news*.

recente exemple ale consecințelor dezinformării la scală largă este infodemia apărută în contextul pandemiei provocate de Covid-19. În februarie 2020, Organizația Mondială a Sănătății a caracterizat criza internațională provocată de noul coronavirus ca fiind prima „infodemie masivă răspândită prin rețelele sociale”², infodemia fiind „o supraabundență de informații - unele corecte, altele nu - care îngreunează accesul oamenilor la surse de încredere atunci când au mai multă nevoie de ele”³. Efectele unor astfel de infodemii pot fi chiar fatale pentru unele persoane care apreciază ca fiind corectă informația promovată de pe anumite *site*-uri referitoare la modul de tratare a virusului sau a modului în care acesta se răspândește. Spre exemplu, o știre promovată pe *Sputnik.md* prezintă modul în care savanții suedezi și ruși „au confirmat experimental că dangătul de clopot distruge virusurile gripale, hepatice, tifoide, a scarlatinei și altor agenți patogeni ai infecțiilor, are un efect dăunător asupra celulelor canceroase, contribuie la revigorarea organismului chiar și în condiții de alimentație insuficientă”⁴. Astfel, potrivit acestor cercetători, este suficient ca o persoană bolnavă de Covid-19 sau de cancer să audă zgomotul produs de un clopot și acesta se va vindeca.

Dezinformarea în mediul *online* este cel mai adesea propagată prin intermediul unor teorii ale conspirației, știri explozive, care promovează senzaționalul, discursuri care promovează ura sau care exploatează un anumit tip de subiect de interes pentru societate la un moment dat. Totodată, dezinformarea poate fi realizată de actori statali și/ sau non-statali, atât din interiorul, cât și din exteriorul unei societăți.

În această epocă a digitalizării, dezinformarea este creată și diseminată prin intermediul unor tehnici automate și agresive (ca în cazul *boților* - conturi de utilizatori care sunt controlate în mod automat de către un *software*; cel mai adesea, aceste conturi pretind a fi utilizatori autentici pe platforme precum *Twitter* și *Facebook*⁵ -, inteligenței artificiale, precum și cu ajutorul *trollilor* – „persoane care, în mod intenționat, îi antagonizează pe alții prin afișarea unor comentarii inflamatorii, irelevante sau ofensive sau a altor conținuturi perturbatoare pe Internet”⁶- sau a campaniilor de *microtargeting* – „direcționarea de reclame

² „Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report – 13”, *World Health Organisation*, 02.02.2020, disponibil la: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>, accesat la data de: 05.03.2021.

³ *Ibidem*.

⁴ Cezar Salagor, „Distruge virusul gripei și celulele canceroase: Descoperirea savanților suedezi și ruși”, *Sputnik*, 12.03.2020, disponibil la: <https://sputnik.md/technologies/20200312/29482665/dangat-clopot-distruge-virusul-gripei.html>, accesat la data de: 15.03.2021.

⁵ Tim Hwang, „Digital Disinformation, a primer”, *Atlantic Council*, 2017, p.3.

⁶ Merriam-Webster Dictionary, *Merriam-webster.com*, disponibil la: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/troll>, accesat la data de: 01.08.2020.

personalizate, mesaje politice etc., către persoane pe baza informațiilor detaliate despre acestea (cum ar fi ceea ce cumpără, urmăresc sau răspund de pe un *site web*)”⁷. Astfel, succesul dezinformării este garantat, iar implicațiile acesteia sunt din ce în ce mai agresive și puternice.

Una din cele mai vizibile și controversate campanii de dezinformare din ultimii ani este legată de interferența Rusiei în procesele electorale americane din 2016, care ar fi răspândit *fake news* atât prin intermediul *social media*, cât și prin intermediul *mass-media* tradiționale, susținând alegerea actualului președinte american.

Alegerea temei acestei cercetări a avut la bază mai multe motive. În primul rând, am ales să dezvolt subiectul fenomenului dezinformării digitale într-o teză de cercetare doctorală deoarece acest subiect a reprezentat o preocupare constantă atât la nivelul UE, NATO, dar și pentru guvernele și societatea civilă din cadrul multor state. *Social media* și *mass-media* din mediul *online* au devenit, în ultima perioadă, atât un vehicul, dar și un catalizator al dezinformării. Mi-am propus, de asemenea, să analizez rolul acestora în diseminarea narațiunilor (mesajelor cheie) care au rolul de a dezinforma societatea, dar și să caut, pe cât posibil, soluții pentru combaterea acestui fenomen. Am încercat așadar să identific o cale, accesibilă pentru mine, pentru a mă putea implica în demersul de combatere a dezinformării.

În al doilea rând, spre deosebire de literatura de specialitate în domeniul dezinformării și al propagandei de la nivel internațional care este consistentă/ solidă, literatura de specialitate din România se află la un nivel incipient. Apreciez că în acest sens există un gol de cunoaștere, fiind un număr restrâns de cercetători care au studiat fenomenul dezinformării în România (și care au făcut publice rezultatele propriilor studii). Deși există numeroase articole despre fenomenul propagandei și al dezinformării în România (în special despre cea rusă sau pro-rusă), acestea sunt mai degrabă empirice și transmit, în esență același mesaj, despre „influența malignă a Rusiei”. Caracterul inovativ al cercetării derivă din realizarea unei cercetări amănunțite și cât de poate de obiective a narațiunilor dezinformării ruse, promovate la nivelul diplomatic oficial rus în România.

În al treilea rând (dar în strânsă conexiune cu primul argument), aprofundarea și diseminarea cercetării susține o mai bună înțelegere a dezinformării, ceea ce ar putea duce la dezvoltarea culturii de securitate.

⁷ Merriam-Webster Dictionary, *Merriam-webster.com*, disponibil la: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/microtarget>, accesat la data de: 01.08.2020.

În ceea ce privește titlul cercetării de față: „Rolul *mass-media* și *social media* în dezinformare. Studiu de caz: narațiunile dezinformării ruse în România. Implicații asupra mediului de securitate”, acesta surprinde, într-o formă succintă, capitolele principale ale lucrării doctorale. Preferința pentru studierea rolului *mass-media* și *social media* în dezinformare derivă tocmai din actualitatea temei, dar și a pregnanței acesteia în activitățile cotidiene. Zilnic, suntem „bombardați” cu *fake news*, cu diverse campanii de dezinformare pe care este dificil să le distingem din abundența informațională din mediul digital.

De ce am ales ca temă de cercetare discursul oficial rus în România? Pentru că apreciez că este una dintre cele mai evidente forme de propagandă, un „exemplu-școală” pentru ceea ce numim propagandă și dezinformare. Acțiunile de influență, manipulare, propagandă, *fake news* și dezinformare ale Rusiei s-au intensificat, în ultimii ani, din ce în ce mai mult, tehnologia fiind un catalizator al acestora. Iar comunicarea publică oficială rusă în România s-a dezvoltat în principal datorită tehnologiei și a promovării discursurilor ambasadorului rus în atât în *mass-media*, dar și pe platformele de socializare. Desigur, nu doar Rusia apelează la dezinformare pentru atingerea intereselor la nivel global, dar este cu siguranță, cel mai vizibil și persistent actor. Philip Breedlove, *SACEUR* al NATO⁸ a declarat că Rusia de astăzi poartă „cea mai uimitoare campanie militară de război informațional (...) din istoria războiului informațional”⁹. Comunicarea publică, deși este aparent inofensivă, poate avea una din cele mai mari rate de succes în promovarea, treptată, a unor mesaje generatoare de noi percepții asupra realității. De asemenea, potrivit Serviciului European de Acțiune Externă, „dezinformarea rusă reprezintă cea mai mare amenințare pentru UE, deoarece este sistematică, are resurse puternice și este la o scară diferită în comparație cu alte țări”¹⁰.

Analizarea discursurilor ambasadorului rus (discursuri politice, diplomatice, dar în același timp, în care se promovează propaganda și dezinformarea), ar putea contribui la înțelegerea mult mai bună a fiecărui aspect al ideilor promovate, a deciziilor politice adoptate

⁸ În perioada mai 2013 - mai 2016.

⁹ Peter Pomerantsev, „Russia and the Menace of Unreality,” *The Atlantic*, 09.09.2014, disponibil la: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/09/russia-putin-revolutionizing-information-warfare/379880/>, accesat la data de: 03.03.2021.

¹⁰ „EU action plan against disinformation”, *Audit preview Information on an upcoming audit*, European Court of Auditors, martie 2020, p.5, disponibil la: https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/ap20_04/ap_disinformation_en.pdf, accesat la data de: 03.03.2021.

de Rusia la nivel internațional, fără a lua în considerare evaluări, uneori pripite, disponibile pe diverse *bloguri* sau *site-uri* din mediul *online*.

Conex, prin intermediul acestui studiu, mi-am propus să analizez și eventualele implicații pe care le poate avea dezinformarea asupra mediului de securitate, cu scopul de a identifica ulterior cele mai potrivite soluții pentru combaterea acestui fenomen.

Consider că teza de cercetare se încadrează prioritar în domeniul științelor politice și al relațiilor internaționale și subsecvent în domeniul științelor comunicării (având în vedere că prin analiza discursurilor publice ale unor diplomați sau personalități politice, se poate urmări modul în care aceștia promovează mesaje care dezinformează populația, care duc la schimbarea mentalităților acestora și care pot crea noi curente de opinie).

În domeniul științelor politice și al relațiilor internaționale, până în prezent, dezinformarea nu a beneficiat de un mare interes din partea cercetătorilor. Cunoscutul reprezentant al școlii realiste, John Mearsheimer, aprecia că liderii naționali foarte rar se mint unul pe altul, în ciuda faptului că statele apelează ocazional la exagerări cu scopul de a obține un avantaj sau să simuleze o slăbiciune pentru a-i prinde adversari pe picior greșit¹¹.

Apreciez că principalul argument pentru care fenomenul dezinformării se încadrează în domeniul științelor politice și al relațiilor internaționale este legat de faptul că dezinformarea poate duce la schimbarea unor realități geopolitice. Vizibil în acest sens este exemplul crizei *Brexit* sau al crizei catalane, în care promovarea unor mesaje eurosceptice, naționaliste în interiorul unui stat a dus la polarizarea socială, la consolidarea agendelor iredentiste și la modificarea convențiilor între state. Totodată, în contextul crizei generate de pandemia Covid-19, o campanie de dezinformare referitoare la actorul responsabil de răspândirea virusului ar putea duce la schimbarea realităților geopolitice fie pe termen mediu-scurt, fie chiar pe termen lung (excluderea din foruri/ organizații internaționale, izolarea geopolitică și economică a acestuia, impunerea unor sancțiuni economice internaționale sau chiar ruperea relațiilor diplomatice cu statul respectiv).

Lucrarea a fost elaborată având la bază un proces amănunțit de cercetare a materialelor bibliografice publice pe tema dezinformării. A fost realizată o documentare constantă și o consultare a principalelor lucrări de referință realizate pe acest subiect, atât din plan național, dar mai ales din cel internațional. Actualitatea temei a presupus atât avantaje, dar și dezavantaje. Unul din cele mai mari avantaje ale studierii unui subiect atât de actual și

¹¹ John J. Mearsheimer, *Why Leaders Lie: The Truth about Lying in International Politics*, Oxford, Oxford University Press, 2011, p. 15.

de fascinant precum dezinformarea este acela al prezenței unui număr foarte mare de materiale care tratează subiectul de interes. Faptul că există atât de mulți cercetători la nivel internațional care studiază același fenomen duce la crearea unui bagaj consistent de noțiuni, de experiențe care, coroborate, pot duce la identificarea unor soluții viabile pentru combaterea acestui fenomen. În același timp însă, tocmai această supraabundență a informațiilor pe subiectul dezinformării poate duce la însăși o dezinformare (prin realizarea unor pseudo-cercetări sau studii subiective).

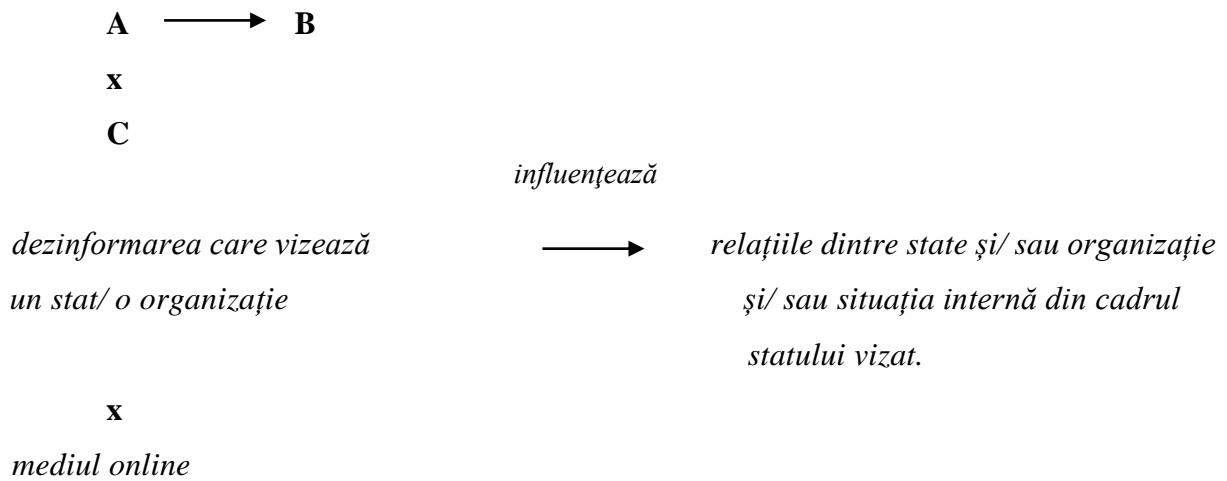
Principalele **scopuri** ale tezei de cercetare sunt reprezentate de *analizarea fenomenului dezinformării în epoca digitală* (și implicit înțelegerea mecanismelor care stau la baza dezinformării, cauzele succesului acestui fenomen, evoluția dezinformării și trecerea la dezinformarea digitală, înțelegerea rolului *mass-media* și *social media* în crearea și promovarea dezinformării, identificarea mecanismelor funcționale pentru combaterea dezinformării din prezent - aplicabile erei tehnologiei 2.0), *stabilirea gradului în care dezinformarea poate afecta relațiile interstatale și de identificarea narațiunilor dezinformării ruse, la nivel oficial, în România.*

De asemenea, teza de doctorat are ca obiectiv realizarea unei contribuții în domeniul culturii de securitate a cetățenilor români și nu numai. Consider că pentru diminuarea impactului dezinformării, dar și a amplitudinii acesteia, este nevoie de creșterea gradului de conștientizare a populației asupra efectelor negative ale fenomenului deja generalizat - dezinformarea.

Cercetarea s-a derulat în jurul ipotezei de cercetare cauzale: *Dacă dezinformarea din mediul online vizează un stat/o organizație atunci atât relațiile dintre state și/sau organizație pot fi influențate/ degradate, precum și situația internă din cadrul statului vizat.*

În acest caz, ipoteza cauzală de tipul: „Dacă A... atunci B” a fost constituită din:

- **variabila independentă A** = *dezinformarea care vizează un stat/ o organizație*
- **variabila dependentă B** = *relațiile dintre state și/sau organizație și/sau situația internă din cadrul statului vizat.*
- **variabila de condiție C** = *mediul online*



Variabila de condiție C acționează asupra variabilei independente A, amplificând-o sau diminuând-o. Mai exact, mediul *online* reprezintă un factor cu impact asupra dezinformării, fiind în acest caz un catalizator al acesteia. Simpla utilizare a dezinformării poate determina o reacție a publicului țintă (în sensul dorit de inițiatorul dezinformării sau nu).

Astfel, dacă un actor statal/ non-statal inițiază o campanie de dezinformare asupra unui stat (scopurile putând fi diverse: de la rațiuni economice la rațiuni care vizează destabilizarea situației politico-sociale din statul respectiv), atunci, în cazul în care este descoperit autorul dezinformării, relațiile dintre cei doi actori s-ar putea degrada. Un exemplu în acest sens este legat de acuzațiile aduse asupra Rusiei de către Statele Unite ale Americii (2016) și Franța (din 2017) pentru implicarea în procesele electorale¹², prin dezinformarea populației și fabricarea unor mesaje-cheie, țintite pentru fiecare utilizator, în funcție de propriile preferințe referitoare la valorile de viață, politică, principii. Ulterior, având în vedere că aceste acuzații au fost aduse la cunoștință publicului larg, prin intermediul *mass-media*, a existat o reticență în dezvoltarea relațiilor dintre „statul victimă” și „statul acuzat”, cauzată de o neîncredere la nivelul instituțiilor publice, dar și la nivelul societății.

Totodată, dezinformarea din mediul *online* (realizată de un actor terț) poate degrada situația internă din cadrul statului respectiv, dacă acea campanie de dezinformare țintește autoritățile statului (politicile și măsurile luate de acestea care vizează bunăstarea socială, implicarea statului în diverse alianțe internaționale, care pot afecta parcursul unui stat), astfel încât, prin intermediul dezinformării se creează sau se intensifică sentimentul de neîncredere

¹² „How Russia hacked the French election”, *Politico.eu*, disponibil la: <https://www.politico.eu/article/france-election-2017-russia-hacked-cyberattacks/>, accesat la data de 29.08.2020.

al populației în propriile autorități și în instituțiile democratice. Spre exemplu, un sondaj realizat de Centrul de Cercetare *Pew* din Statele Unite ale Americii a arătat că aproape 70% dintre cetățenii americani au afirmat că „*fake news* și știrile fabricate au un impact semnificativ asupra încrederii americanilor în instituțiile guvernamentale”¹³.

În acest caz, mediul *online* reprezintă un vehicul potrivit pentru promovarea dezinformării, pentru degradarea relațiilor dintre actorii internaționali și pentru consolidarea unor mentalități, percepții în cadrul diferitelor societăți.

Întrebările subsecvente ale cercetării au fost:

- Care este rolul *mass-media* și *social media* în dezinformare?
- Care sunt implicațiile dezinformării asupra mediului de securitate?
- Care este granița dintre diplomație publică și propagandă? Discursul oficial rus din România este unul de tip propagandistic sau este o componentă a diplomației publice?
- De ce este dezinformarea atât de răspândită în ziua de azi? Care este miza acesteia?
- Ce determină ca dezinformarea să fie atât de prezentă? Care sunt elementele care duc la succesul sau eșecul dezinformării?
- Cum putem rezolva în mod eficient problema dezinformării? Este productivă contrapropaganda?

Cercetarea doctorală a fost concepută pe două paliere. Primul palier prezintă o abordare conceptual-teoretică, în încercarea de a înțelege atât conceptele fundamentale care au stat la baza tezei (prin stabilirea unui cadru comun al înțelegerii noțiunilor precum dezinformare, știri false, *fake news*, propagandă, care deși pot părea similare, au caracteristici distincte), dar mai ales relaționarea dintre acestea. Cel de-al doilea palier a presupus o abordare aplicată a fenomenului dezinformării, prin analiza unor discursuri publice, declarații politice exprimate în cadrul unor interviuri a două persoane cheie, în vederea formulării unor concluzii pertinente ale cercetării: ambasadorul rus în România (din iulie 2016 și până în prezent) și președintele rus.

Cercetarea a fost realizată prin aplicarea unor metode mixte, care au făcut ca lucrarea să fie un produs complex din punct de vedere metodologic. În prima parte a cercetării am identificat și selectat sursele primare de informație, am revizuit literatura de specialitate, am

¹³ Amy Mitchell, Jeffrey Gottfried, Galen Stocking, Mason Walker, Sophia Fedeli, „Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs To Be Fixed”, *Pew Research Center*, disponibil la: <https://www.journalism.org/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/>, accesat la data de: 29.03.2021.

aplicat constant axe cronologice (pentru o înțelegere mai bună a fenomenului), iar ulterior am îmbinat utilizarea metodelor descriptive și analitice (în analiza conexiunilor dintre *social media/ mass-media* și dezinformare). Prin revizuirea literaturii de specialitate am vizat înțelegerea cât mai profundă a fenomenului dezinformării, pentru identificarea rezultatelor cercetărilor realizate până în prezent, dar și pentru identificarea golurilor de cunoaștere. Procesul de documentare a noilor studii în domeniul dezinformării a reprezentat o constantă în toată această perioadă, având în vedere dinamica fenomenului, dar și a interesului celorlalți cercetători sau instituții special create în acest sens.

De asemenea, în cadrul acestei teze, am aplicat metoda analizei de conținut și analizei critice a discursului asupra declarațiilor oficiale ale ambasadorului rus din România, dar și ale președintelui rus. Astfel, am urmărit analizarea, interpretarea și ulterior coroborarea următoarelor elemente identificate în cadrul discursurilor diplomatului rus: stilul lexical adoptat, tonalitatea folosită, structurile sintactice repetitive, utilizarea figurilor de stil, atitudinea față de interlocutor (agresivitate, pasivitate, corecturi de sens, provocarea, insinuarea unor idei proprii sau nedorite, pentru a genera o reacție contrară din partea interlocutorului), strategiile retorice (specifice persuasiunii), dar și strategiile culturale folosite.

În ceea ce privește analiza narațiunilor oficiale ruse în România, considerând reprezentativ pentru tema de cercetare actuală discursul ambasadorului rus în România din prezent, a fost realizată astfel:

- Au fost selectate interviurile ambasadorului rus pe care le-a acordat unor publicații din *mass-media* din România, dar și anumite declarații/ poziții oficiale ale acestuia care se regăsesc în cadrul *site*-ului Ambasadei Ruse în România.
- Intervalul de referință analizat a fost ales din momentul acreditării diplomatului rus în funcția de ambasador al Rusiei în România, adică iulie 2016 și până în decembrie 2019, inclusiv – data la care a fost finalizată colectarea materialelor. Analiza unui eveniment (în cazul de față, discursurile diplomatului rus) aflat în plină desfășurare prezintă dezavantajul de a nu putea fi actualizat în orice moment. Astfel, am decis fixarea unui termen final al colectării interviurilor de bază, iar ulterior, inițierea analizei acestora.

Deoarece nu a existat o constantă a modului în care diplomatul rus a acordat interviuri (referitoare la limba în care au fost acordate interviurile sau la modalitatea de exprimare: scrisă sau orală), a fost realizat un demers de standardizare a acestora: au fost realizate transcrieri ale interviurilor audio și au fost traduse interviurile acestuia

în limba engleză (pentru o analiză comparativă a două categorii de interviuri: ale diplomatului și ale președintelui rus este nevoie de raportarea la același tip de limbaj).

Cu scopul realizării unei cercetări pe cât posibil obiective în demersul de validare a tuturor datelor obținute, a fost utilizată atât observația, triangulația datelor (prin colectarea informațiilor din diverse surse credibile și distincte, fără elemente de conexiune între acestea, care ar fi putut deforma informația), dar și triangulația metodologică (prin utilizarea mai multor tehnici de culegere a datelor, precum: observația, analiza de text, analiza imaginilor, a gesturilor).

Pentru evitarea subiectivismului în evaluarea discursurilor, a fost utilizat un *software* de analiză automată a discursului științific, *Tropes*, care a facilitat automatizarea textului, extragerea unor fraze și elemente cheie, a identificat stilul predominant al acestuia, precum și diverse caracteristici, greu sesizabile doar printr-o primă parcurgere a textelor (frecvența cuvintelor, conectori, centrarea textului asupra propriei persoane, noțiuni ale îndoielii, etc.).

O altă metodă de cercetare pe care am utilizat-o constant în cadrul acestei lucrări a fost analiza critică a documentelor care formează cadrul juridic, normativ, al relațiilor internaționale, dar și încadrarea evenimentelor în contextul legal stabilit de acestea (mai ales în ceea ce privește cadrul legal prin care statele, organizațiile internaționale și platformele sociale încearcă să combată dezinformarea).

De asemenea, cercetarea de față a beneficiat și de evaluare colegială/ *inter pares*. Această metodă a fost aplicată cu sprijinul coordonatorului științific, a membrilor comisiei de îndrumare a studiului doctoral (în cadrul prezentării celor trei rapoarte de cercetare științifică), dar și cu sprijinul altor persoane (profesori, studenți, cercetători) care au asistat la prezentarea unor fragmente ale lucrării (în cadrul conferințelor internaționale științifice). Aprecierea astfel oferită a dus la creșterea calității demersului de cercetare.

Rezultatele acestei cercetări sunt prezentate într-o manieră descriptivă, argumentativă. Totodată, teza a avut la bază un raționament inductiv, dar și o abordare critică a datelor obținute, ce a presupus și o abordare pluridisciplinară, având în vedere că lucrarea de față se înscrie în mai multe domenii de cercetare (de la cel al științelor politice, al științelor comunicării, sociologiei și al celor juridice).

În demersul de cercetare, apreciez că au existat două **limite** majore: necunoașterea limbii ruse și accesul limitat la întreaga cantitate de informații propuse spre analiză.

În ceea ce privește prima limită întâmpinată în procesul acestui studiu, având în vedere că atât tema centrală a studiului – dezinformarea, dar și cercetarea *per se* sunt legate de Rusia, consider că ar fi fost utilă cercetarea surselor de origine rusă sau analizarea

discursurilor în limba rusă tocmai pentru o evaluare obiectivă a acestora. Totuși, consider că această limită este doar parțială, având în vedere că discursurile președintelui rus au fost disponibile pe *site*-ul Administrației Prezidențiale ruse direct în limba engleză (fiind o traducere oficială a acestora, acceptată de către emitentul declarațiilor). De asemenea, o parte din interviurile/ declarațiile diplomatului rus în România au fost purtate tot în limba engleză (cel mai probabil pentru a facilita dialogul cu jurnaliștii autohtoni, care, asemenea publicului țintă, sunt, în mare parte, necunoscători ai limbii ruse). Ulterior, traducerile interviurilor ambasadorului rus (din română în engleză) au fost efectuate cu sprijinul unui traducător autorizat care, anterior, a analizat preferința diplomatului rus (în acest caz, persoana interviuată) pentru utilizarea și folosirea unor anumite sintagme, în scopul realizării unei traduceri cât mai fidele a textului original. Totodată, o parte importantă din literatura de specialitate în domeniul dezinformării, de origine rusă, este tradusă în limba engleză, tocmai pentru a oferi un acces mult mai larg tuturor persoanelor interesate de diferite subiecte conexe. Astfel, din dorința realizării unui studiu cât mai puțin subiectiv, am consultat lucrări de specialitate, care să surprindă ambele părți implicate (atât cele acuzatoare la adresa Rusiei, dar și cele care constituie apărarea acesteia).

O altă limită a cercetării a constat în imposibilitatea accesării integrale a materialelor necesare studiului discursurilor ambasadorului rus în România, din perioada de referință. În mediul *online*, au fost disponibile fie interviurile integrale, fie părți selectate de către publicația care a obținut interviul (selecțiile de materiale au vizat preponderent cele mai reprezentative segmente ale discursului ambasadorului rus). Este posibil ca, această selecție a unor fragmente din cadrul interviurilor să ducă la o eventuală părtinire a analizei, din cauza unor inerente acțiuni de extragere din context și interpretare eronată a acestora.

Alte limite ale cercetării pot fi legate tocmai de alegerea singulară a studiului discursurilor diplomatului rus în România (și implicit perioada de referință) și nu și a discursurilor altor reprezentanți diplomatici ruși (aflați în prezent la post sau care au deținut în trecut o funcție diplomatică în statul nostru) sau a altor voci care promovează propaganda și dezinformarea rusă. Desigur, un studiu mult mai amplu ar putea urmări și aceste aspecte sau ar putea fi realizată o comparație, precum și o evoluție a discursului diplomatic rus în România. Apreciez că aceste coordonate indicate ar putea face obiectul unui nou studiu, unei cercetări viitoare.

O altă limită a cercetării ar putea fi considerată alegerea realizării unei corelări a discursurilor ambasadorului rus Valery Kuzmin cu câteva mesaje cheie din cadrul discursurilor anuale ale președintelui rus Vladimir Putin și nu cu mesaje promovate și de alți

reprezentanți ai statului rus, precum purtătoarea de cuvânt a MAE rus, Maria Zaharova (august 2015 - prezent), ministrul rus al Apărării, Serghei Shoigu (decembrie 2012 – prezent) și premierul rus, Mihail Mișustin (ianuarie 2020 – prezent). Alegerea pentru corelarea realizată în cadrul cercetării de față s-a bazat pe nivelul cel mai înalt de reprezentativitate în cele două state, mai exact, președintele statului și ambasadorul statului rus în România.

În ceea ce privește direcțiile pentru cercetările viitoare, pornind de la rezultatele acestui studiu, o temă care ar putea fi abordată în cadrul unei noi cercetări este realizarea unui sondaj la nivel național care să reflecte impactul dezinformării ruse în România. Ulterior, rezultatele acestui sondaj ar putea fi comparate cu alte sondaje similare realizate în state europene (atât state ale fostului bloc sovietic, dar și alte state care nu au fost sub umbrela comunistă).

Consider, totodată, că această teză aduce o contribuție relevantă în domeniul studierii dezinformării și în construirea, respectiv consolidarea unei culturi de securitate. Astfel, sper că studiul de față va inspira realizarea unor noi studii, care să aprofundeze aspectele detaliate în cadrul acestei cercetări, precum: studierea impactului dezinformării asupra tinerilor, asupra deciziilor de politică internă ale unui stat țintă, asupra relațiilor interstatale, studierea soluțiilor pentru combaterea dezinformării (inclusiv cercetarea dezinformării în domeniul cibernetic, a combaterii *trolling*-ului, a *boților*) sau studierea graniței între diplomație publică și propagandă, respectiv dezinformare.

Lucrarea este structurată în trei capitole astfel: „Rolul dezinformării în relațiile internaționale”, „Dezinformarea în *social media*” și „Narațiunile dezinformării ruse în România (discursul oficial rus în România). Implicații asupra mediului de securitate”.

Primul capitol este dedicat realizării unei prezentări a cadrului general al fenomenului dezinformării, pornind de la definiția unor concepte precum: „dezinformare”, „propagandă”, „*fake news*” sau „măsurile active”. Alegerea pentru realizarea acestui demers a avut la bază dorința de a avea o înțelegere unitară a termenilor utilizați în întreaga cercetare, dar și de a avea o imagine completă a evoluției fenomenului dezinformării. De asemenea, au fost prezentate, într-o manieră explicativă, care sunt cauzele pentru care dezinformarea are succes, cum se realizează aceasta, care este relaționarea dintre dezinformare și putere și care este puterea limbajului în dezinformare. În acest capitol, cercetarea s-a axat și pe prezentarea rolului *mass-media* în dezinformare. Prezentarea actualizată a cadrului instituțional al dezinformării a avut rolul atât de a înțelege mecanismele care au stat la baza acestui fenomen, care era nivelul de implicare al statelor în promovarea acestuia și care este implicarea actuală a actorilor statali în ceea ce privește combaterea dezinformării. Impactul fenomenului prezent

asupra societății este dat și de amploarea măsurilor pe care statele, organizațiile internaționale sau platformele de socializare le adoptă pentru diminuarea, pe cât posibil, a efectelor adverse ale dezinformării.

În cadrul celui de-al doilea capitol a fost analizat stadiul dezinformării în epoca digitală, instrumentele care facilitează distribuirea acesteia la scară largă, precum și implicațiile pe care le presupune (de la utilizarea unor algoritmi pentru promovarea *fake news*, la utilizarea inteligenței artificiale și la crearea de *deepfake* - „videoclip care a fost editat folosind un algoritm pentru a înlocui persoana din videoclipul original cu altcineva (în special o persoană publică) într-un mod care face ca videoclipul să arate autentic”¹⁴). Un subcapitol tratează și modul în care funcționează dezinformarea în mediul *online*, rațiunile pentru care falsul se distribuie mai repede, dar și cum se ajunge la fenomenul de spălare a informației. Ulterior, conceptele teoretice au fost exemplificate prin prezentarea propagandei computaționale ruse, a modului cum aceasta a trecut, cel puțin în mediul *online*, de la *soft la dark power* (precum automatizarea distribuirii informațiilor, *microtargetingul* și coordonarea campaniilor de dezinformare)¹⁵. Un alt subcapitol tratează propunerile de soluții care ar trebui aplicate împotriva fenomenului dezinformării (de la gândire critică, la *fact-checking*, la evaluarea informațiilor și până la utilizarea inteligenței artificiale).

Cel de-al treilea capitol al lucrării conține partea practică a cercetării, în care mi-am propus atât să identific și să analizez narațiunile dezinformării ruse – din cadrul discursului oficial rus în România, precum și să analizez reflectarea mediatică a temelor utilizate de ambasadorul rus și de președintele rus în cadrul principalelor canale de propagandă rusă: *RT* și *Sputnik News*, dar și în *social media*. Astfel, a fost abordat atât cadrul teoretic pentru analiza critică a discursului (deoarece apreciez că este necesară înțelegerea unitară a conceptului) – având în vedere că am analizat discursurile ambasadorului rus (în perioada iulie 2016 – data acreditării la post în România a diplomatului rus – decembrie 2019), dar și analiza efectivă a temelor promovate de propaganda rusă în România. De asemenea, a fost realizată o analiză a distincției între diplomația publică și propagandă, respectiv dezinformarea realizată prin intermediul unor reprezentanți diplomatici. Granița între cele

¹⁴ Merriam-Webster Dictionary, *Merriam-webster.com*, disponibil la: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/deepfake-slang-definition-examples>, accesat la data de: 06.08.2020.

¹⁵ Claire Wardle, „Misinformation Has Created a New World Disorder”, *Scientific American*, 01.09.2019, disponibil la: <https://www.scientificamerican.com/article/misinformation-has-created-a-new-world-disorder/>, accesat la data de: 06.03.2021.

două concepte este fină și necesită o atenție mult mai mare din partea auditorului/ receptorului pentru a face diferența între cele două acțiuni atât de prezente la nivel internațional.

CONCLUZII

Teza a explorat o realitate a secolului prezent – dezinformarea digitală, fenomen care suscită îngrijorări atât la nivelul statelor, dar și la nivelul organizațiilor internaționale. Cercetarea de față și-a propus să analizeze atât evoluția dezinformării, modalitatea în care s-a adaptat noilor tehnologii, dar și reacția actorilor statali și non-statali pentru combaterea acestui fenomen.

Utilizarea propagandei computaționale, diseminarea de *fake news* și dezinformarea societăților prin intermediul *social media*, dar și al *mass-media* din mediul *online* a devenit o modalitate facilă, utilizată de diverse entități, de modelare a opiniilor unui public țintă. Mediul informațional, caracterizat de cantități impresionante de informații, de libertate de acțiune și exprimare, dar și de un control extrem de redus a devenit treptat, un mijloc facil de realizare a unor obiective politice. Dezinformarea este un arsenal, dar care pervertește diplomația publică.

De asemenea, studiul de față s-a axat pe realizarea unei analize a discursului diplomatic rus oficial din România, pe identificarea elementelor cheie de mesaj, a temelor utilizate de ambasadorul rus în retorica propagandistă, pe realizarea unei evaluări a evoluției mesajelor prezente în cadrul interviurilor și pe demonstrarea rolului, dar și a efectelor diplomației publice.

Astfel, dezinformarea rusă din România a fost un obiectul principal de studiu tocmai pentru că reprezintă una din cele mai agresive forme de dezinformare existente pe teritoriul României.

Care sunt obiectivele dezinformării ruse în România? Consider că aceste obiective coincid, în mare parte, cu obiectivele generale ale dezinformării ruse, precum: subminarea capacității de decizie a instituțiilor statului, accentuarea vulnerabilităților interne, inducerea de atitudini favorabile statului rus (sau cum mai este numit acest obiectiv „câștigarea inimilor și minților oamenilor”¹⁶), precum și ostilizarea unui public țintă dintr-un stat față de valorile și viziunile democratice (fie ale statului, fie ale unor organizații din care statul de referință

¹⁶ Mark Galeotti, „Controlling Chaos: How Russia manages its political war in Europe”, în *European Council On foreign Relations*, disponibil la: https://www.ecfr.eu/page/-/ECFR228_-_CONTROLLING_CHAOS1.pdf, accesat la data de: 11.08.2020.

este membru: în cazul României – NATO și UE). „Una din mizele cheie ale propagandei ruse în România este o țară naționalistă (nu una cu un patriotism inteligent, care presupune prezență activă și influență în cluburile unde suntem membri) și frustrată de locul său la masă, pe model parțial vișegradean”¹⁷.

Ce impact ar putea avea aceste mesaje la nivelul României? Spre exemplu, dezinformarea ambasadorului rus referitoare la statului României de „colonie” a NATO și UE poate avea următoarele implicații:

- Poate crea nemulțumiri la nivelul populației, nemulțumiri care ar putea fi transpuse în presiuni la adresa guvernului de a diminua sumele alocate pentru segmentul de apărare, de a nu mai contribui la prezența trupelor românești în zonele de conflict sau de menținere a păcii ale NATO și ONU;
- Pe segmentul economic, mesajul de „colonie” a Occidentului poate fi transpus în „ideea că Europa de Vest este mult prea dezvoltată, iar noi suntem pur și simplu o colonie cu forță de muncă ieftină și suntem exploatați de către colonizatorii mult mai dezvoltați. Și că resursele noastre naturale ar fi folosite în interesul colonizatorilor – și noi avem de pierdut în permanență”¹⁸. Astfel, pot apărea diverse nemulțumiri în rândul persoanelor care deja au această viziune și pot fi atrase și alte persoane în această paradigmă de gândire.

Mesaje similare sunt promovate și de anumiți decidenți ai clasei politice actuale din România (ca urmare a identificării unui public țintă care aderă deja la mesajele de tip naționalist).

Funcționează dezinformarea promovată de discursul oficial rus în România? Evaluarea gradului în care propaganda rusă are sau nu succes în cazul societății românești nu a făcut obiectul acestei cercetări, dar putem identifica factorii favorizanți care ar putea duce la un eventual succes al acesteia:

- Nivelul scăzut de încredere al cetățenilor în clasa politică (potrivit Barometrului de opinie publică al Academiei Române, realizat de INSCOP Research – aprilie-mai

¹⁷ Codruța Simina, „România - colonia Europei. O poveste cu propagandă care nu se mai termină”, *Press One*, declarația lui Radu Magdin, disponibil la: <https://pressone.ro/romania-colonia-europei-o-poveste-cu-propaganda-care-nu-se-mai-termina>, accesat la data de: 11.08.2020.

¹⁸ *Ibidem*.

2019, 88,3% din persoanele intervievate nu au încredere sau au un grad foarte mic de încredere în clasa politică din România¹⁹);

- Portretizarea Rusiei ca fiind un actor negativ pe plan internațional/ tendințe rusofobe ale societății românești (în 2018, Centrul de cercetări Avangarde²⁰ a realizat un sondaj care arată că 31% dintre români încă mai consideră Rusia drept cel mai mare dușman al țării lor, 7% dintre români apreciază că Rusia ar trebui să fie principalul partener al țării²¹). Astfel de argumente sunt utilizate de diplomația rusă din România pentru a se victimiza și pentru a explica nivelul redus de relaționare ruso-română;
- Nivelul de trai al cetățenilor României (potrivit unui studiu al indicatorului de consum individual efectiv (AIC/locuitor) al *Eurostat*, România a ajuns în 2018 la 70% din nivelul de trai mediu al UE)²²;
- Gradul scăzut al inițiativelor politice românești de a contracara propaganda rusă;
- Calitatea României de stat membru al NATO și UE.

Cât de departe au ajuns mesajele diplomatului rus? În mediul *online* este dificil de realizat un inventar exact al numărului de persoane/ utilizatori la care a ajuns retorica rusă. Dacă în cazul articolelor *media* se poate calcula numărul exact de distribuiri ale mesajelor promovate în articolul de bază (există o practică de a fi preluat același mesaj de către mai multe publicații *media*), în ceea ce privește rețelele sociale, acestea presupun mai multe limitări (ca în cazul grupurilor închise, unde accesul la conținutul promovat pe grup este acordat doar membrilor grupului sau cazul conturilor personale de *Facebook* cu conținut restricționat – și în acest caz, mesajele promovate de un utilizator sunt disponibile doar listei de prieteni ai acestuia). Totodată, este nevoie de mai mult decât calcularea unor simple interacțiuni (de tipul distribuie, comentariu sau reacții- *love, like, angry, sad*) în cazul promovării unor mesaje pe platforme de socializare. Spre exemplu, există utilizatori care

¹⁹ „Barometrul de opinie publică al Academiei Române”, *INSCOP Research*, aprilie-mai 2019, disponibil la: <https://larics.ro/wp-content/uploads/2019/05/Raport-INSCOP-Barometru-aprilie-mai-2019-1.pdf>, accesat la data de: 11.08.2020.

²⁰ Avangarde – Grupul de Studii Socio-Comportamentale, *Grupul Avangarde.ro*, disponibil la: <https://www.grupul-avangarde.ro/stiri/0>, accesat la data de: 11.08.2020.

²¹ Grupul de Studii Socio-Comportamentale Avangarde, *Sondaj la nivel național*, octombrie 2018, p.11, disponibil la: <https://www.grupul-avangarde.ro/sondaj-2018.pdf>, accesat la data de: 11.08.2020.

²² Marin Pană, „Nivelul de trai a ajuns la 70% din media UE; PIB/loc – la 64%. Ce înseamnă asta și cum stau ceilalți”, *Curs de Guvernare*, 20.06.2019, disponibil la:

<https://cursdeguvernare.ro/nivelul-de-trai-a-ajuns-la-70-din-media-ue-pib-loc-la-64-ce-inseamna-asta-si-cum-stau-ceilalti.html>, accesat la data de: 11.08.2020.

citesc un anumit tip de mesaj, dar nu interacționează cu acesta, deși poate se află în acord sau dezacord cu ideile transmise.

Așadar, deși am identificat faptul că mesajele promovate de ambasadorul rus au fost diseminate în mediul *online* prin intermediul articolelor publicate, acestea au fost preluate pe diferite *bloguri* și rețele de socializare fie de către jurnaliști autohtoni, fie de „idioți utili” (acele două categorii pot fi și interdependente, nu se exclud în totalitate), nu este posibilă evaluarea cu certitudine a gradului de permeabilitate al societății românești în ceea ce privește dezinformarea și propaganda rusă.

Cum s-ar putea reduce dezinformarea rusă în România? Metodele de diminuare a dezinformării sunt multiple: prin consolidarea culturii de securitate a românilor, prin identificarea mult mai clară a mesajelor propagandistice ale Rusiei și înțelegerea tiparelor strategice ale acesteia (spre exemplu, sentimentul de „cetate asediată al acesteia”, lipsa de încredere față de Occident și sentimentul de inferioritate față de acesta, excepționalismul și mesianismul Rusiei), prin identificarea tehnicilor de propagandă și persuasiune folosite, prin derularea de campanii de *fact-checking*, precum și prin introducerea/ crearea unui cadru legislativ care să reglementeze combaterea fenomenului dezinformării.

Astfel, dezinformarea rusă duce la o prezentare greșită a realității pentru a o face să coincidă cu interesele proprii și în același timp duce la „intoxicarea” populației (prin faptul că *mass-media*, și în special rețelele de socializare, sunt pline de „zgomot” care împiedică obținerea de către utilizator a acelor informații cu adevărat relevante și reale).

Argumentele prezentate în cadrul cercetării de față au arătat că dezinformarea, promovată prin intermediul diplomației clasice, și beneficiind astfel de avantajul credibilității pe care o oferă funcția unui astfel de promotor, poate modela percepții, crea și consolida curente eurosceptice și poate chiar dăuna democrației (prin îngreunarea capacității cetățenilor de a lua propriile decizii, nealterate, în cunoștință de cauză).

Teza a avut la bază ipoteza de cercetare „*dacă dezinformarea din mediul online vizează un stat/ o organizație atunci atât relațiile dintre state și/sau organizație pot fi influențate, precum și situația internă din cadrul statului vizat*”, iar întrebările secundare ale cercetării au primit răspuns pe parcursul întregului studiu. Spre exemplu, pe parcursul realizării acestei cercetări (prin studierea reflectării mesajelor diseminate de ambasadorul rus, dar și de președintele rus în *mass-media*) am demonstrat faptul că atât *mass-media*, dar și *social media* au un rol de catalizator și de vehicul al dezinformării. De asemenea, am arătat că deși granița dintre diplomație, diplomație publică și propagandă și dezinformare este extrem de fină, nu putem ignora faptul că mesajele propagandistice pot avea efecte

devastatoare asupra publicului țintă. Totodată, prin realizarea analizei calitative a discursului ambasadorului rus în România, am putut încadra acest tip de discurs în categoria celor propagandistice, fără a-l considera o simplă componentă a diplomației oficiale a statului rus.

Consider că eliminarea dezinformării este un demers utopic (întotdeauna vor exista actori internaționali care vor avea fie interese politice, fie interese economice pentru a disemina mesaje parțial adevărate cu scopul obținerii unor beneficii proprii). Putem însă, contribui la diminuarea acestui fenomen nociv, treptat, dar cu efecte vizibile pe termen mediu-lung, prin: informarea din surse credibile, verificarea informațiilor, promovarea doar acelor informații reale și chiar utilizarea tehnologiei/ inteligenței artificiale. Această cercetare poate fi un sprijin în conștientizarea asupra efectelor dezinformării, dar și în identificarea narațiunilor ruse promovate la nivelul societății românești.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. „Comunicare Comună către Parlamentul European și Consiliu. Cadrul comun privind contracararea amenințărilor hibride. Un răspuns al Uniunii Europene”, *Eur-Lex*, Bruxelles, 06.04.2016, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018>.
2. „Comunicare Comună către Parlamentul European, Consiliul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor. Plan de acțiune împotriva dezinformării”, *Eur-Lex*, Bruxelles, 5.12.2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A52018JC0036>.
3. ACHARYA, Amitav; BUZAN, Barry, *The Making of Global International Relations: Origins and Evolution of IR at its Centenary*, Cambridge, Cambridge University Press, 2019.
4. BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew, „Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions”, în *Digital Journalism*, 2017.
5. CATHALA, Henri- Pierre, „Epoca Dezinformării”, Editura Militară, București, 1991.
6. CURTOIS, Stephane; ACKERMAN, Galia, *Discursul politic rus de la al Doilea Război Mondial la conflictul ruso-ucrainean*, Iași, Polirom, 2017.
7. FAIRCLOUGH, Norman, *Critical Discourse Analysis*, ediția a II-a, Oxfordshire, Editura Taylor and Francis, 2010.
8. FUNKE, Daniel; FLAMINI, Daniela, „A guide to anti-misinformation actions around the world”, *Poynter*, <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>.
9. GALEOTTI, Mark, „Controlling Chaos: How Russia manages its political war in Europe”, în European Council On foreign Relations, https://www.ecfr.eu/page/-/ECFR228_-_CONTROLLING_CHAOS1.pdf.
10. GALEOTTI, Mark, *Russian Political Warfare: moving beyond the hybrid*, Londra, Routledge, 2019.
11. GALEOTTI, Mark, *We Need to Talk About Putin: How the West Gets Him Wrong*, Londra, Penguin Random House UK, 2019.
12. HWANG, Tim, „Digital Disinformation, a primer”, *Atlantic Council*, 2017.
13. JOWETT, Garth S.; O'Donnell, Victoria, *Propaganda and Persuasion*, Newbury Park, Sage, 1986.
14. KOSINSKI, Michal; STILLWELL, David; GRAEPEL, Thore, „Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior”, în *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 09.04.2013.

15. MAIOR, George Cristian, *Globalization of Civil-Military Relations: Democratisation, Reform and Security*, București, Ed. Enciclopedică, 2002.
16. MAIOR, George Cristian, *Incertitudine. Gândire strategică și relații internaționale în secolul XXI*, ediția a doua, București, Ed. RAO, 2014.
17. MARLIN, Randal, *Propaganda and the Ethics of Persuasion*, ediția a 2-a, Peterborough, Ontario, Broadview Press, 2013.
18. MELESHEVICH, Kirill; SCHAFER, Bret, „Online Information Laundering: The Role of Social Media”, *Policy Brief*, nr. 2, German Marshall Fund of the United States Publications, 2018.
19. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason, *When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions*, <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/nyhan-reifler.pdf>.
20. PACEPA, Ion Mihai; RYCHLAK, Ronald J. *Dezinformarea*, București, Ed. Humanitas, 2015.
21. PÜTZ, Martin; AERTSELAER, JoAnne Neff-van; VAN DIJK, Teun A., *Communicating ideologies. Multidisciplinary perspectives on language, discourse and social practice*, Frankfurt am Main, Peter Lang, 2004.
22. VAN HERPEN, Marcel H., *Putin's Propaganda Machine. Soft Power and Russian Foreign Policy*, Maryland, Rowman & Littlefield, 2016.
23. VILLASENOR, John „Artificial intelligence, deepfakes, and the uncertain future of truth”, *Brookings*, 14.02.2019.
24. VOLKOFF, Vladimir, *Dezinformarea văzută din Est*, București, Pro Editură și Tipografie, 2007.
25. WAYTZ, Adam, „The Psychology Behind Fake News”, *Kellog Inside*, 2017.
26. WEIHUN HE, Agnes, „Discourse Analysis”, în *The Handbook of Linguistics*, New Jersey, Ed. Blackwell, 2003.