

**ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE  
FACULTATEA DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE  
ȘCOALA DOCTORALĂ ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

**Rezumat**

# **Analiza războiului ca spectacol mediatic**

**Perspective și interpretări  
privind experiențe ale jurnaliștilor de război**

**Coordonator științific:**

**Prof. univ. dr. Grigore Georgiu**

**Doctorand:**

**Constantin Mireanu**

**București, 2022**

## CUPRINS

### INTRODUCERE /5

### 1. PUBLICUL SUB PRESIUNEA EFECTELOR MEDIA /11

- 1.1 Rolul sistemului mediatic în modelarea societății /12
- 1.2 Înțelegerea războiului din perspectiva teoriei cultivării /19
- 1.3 Sistemul mediatic poate accentua importanța unor evenimente /24
- 1.4 Teoria cadrajului mediatic, aplicată conflictelor militare /28
- 1.5 Efectul celei de-a treia persoane și asumarea propriei subiectivități /38
- 1.6 Rolul simbolurilor și utilizarea codurilor în media /40

### 2. RĂZBOIUL, ÎNTRE REALITATE ȘI CONSTRUCȚIE SIMBOLICĂ /45

- 2.1 Minte, creier, corp. Procesul de cunoaștere din perspectiva neuroștiințelor /46
- 2.2 Stereotipurile și influențele lor în cunoașterea realității /51
- 2.3 Reprezentări mitice ale războiului. Efectul *Rambo* /57
- 2.4 Imaginea conflictelor militare în cultura media /60
- 2.5 Înfățișări ale războiului în audio-vizual /65
- 2.6 Importanța elementelor spectaculare în construcția mediatică a războiului /74
- 2.7 Jurnaliști înrolați și comportamentul de situație /78

### 3. DILEME ȘI VULNERABILITĂȚI ALE PUBLICULUI

#### SUB PRESIUNEA DEZINFORMĂRII /87

- 3.1 Scurtă istorie a fenomenului *fake news* /88
- 3.2 Dezinformarea, la originile fenomenului *fake news* /93
- 3.3 Potențiale efecte ale *fake news* /95
- 3.4 Granița dintre adevăr și *fake news* /101
- 3.5 Emoțiile, consumul și distribuirea de *fake news* în rețelele sociale /103
- 3.6 Cazul paradoxal al articolelor „științifice” de tip *fake news* /105

#### **4. EXPERIENȚA JURNALIȘTILOR DE RĂZBOI.**

##### **FAPTE, ANALIZE, INTERPRETĂRI /111**

4.1 Designul de cercetare /111

4.2 Factori care influențează relatările jurnaliștilor /115

4.3 Impactul emoțional al zonei de conflict asupra jurnaliștilor /118

4.4 Atașamentul jurnaliștilor față de militari în misiunile de documentare /122

4.5 Jurnaliști „înrolați/embedded” vs. jurnaliști „independenți/freelancer” /128

4.6 Asumarea propriei subiectivități în relatările de pe front /134

4.7 Utilizarea elementelor spectaculare în prezentarea teatrelor de operații /138

4.8 Relatările, influențate de presiunea așteptărilor publicului /142

4.9 Narcisismul în jurnalism /146

4.10 Accentul pe latura emoțională în relatările din conflict /150

4.11 Cadrajul media al războiului /153

4.12 Asumarea reprezentărilor voit spectaculare ale corespondenților de pe front /157

4.13 Jurnaliștii pot schimba percepția publicului față de conflict /159

**4.14 Interpretarea datelor /161**

##### **CONCLUZII /167**

##### **BBIBLIOGRAFIE /173**

##### **ANEXA NR. 1**

**Documentarul „This desert city”, un exemplu de cadraj mediatic /181**

##### **ANEXA NR. 2**

**Ghidul pe baza căruia au fost realizate interviurile cu jurnaliștii de război /182**

##### **ANEXA NR. 3**

**Interviuri de cercetare în format integral /185**

**Analiza războiului ca spectacol mediatic**  
**Perspective și interpretări**  
**privind experiențe ale jurnaliștilor de război**  
*– rezumat –*

„Trăim într-o lume modelată de război”, spune istoricul Margaret MacMillan (2020, p. 13), care consideră omenirea temătoare și fascinată în același timp de conflicte. Războiul ca fapt real, cu întregul său cortegi de violențe, atrocități și drame umane, depășește granițele câmpului de luptă și continuă în plan imagologic, fiind adus în casele noastre prin intermediul informațiilor și a imaginilor transmise de corespondenții de război. Aceste date inițiale, ele însele relative, parțiale, fragmentare, sunt apoi supuse unor „prelucrări” și „puneri în scenă” de laboratoarele sistemului mediatic, pentru a reconstrui o versiune spectaculară a războiului, destinată publicului larg. Uneori, în astfel de situații, calitatea informației pierde teren în favoarea emoției. „Dacă emoția pe care o resimți când privești jurnalul televizat este autentică, informația este adevărată” (Ramonet, 2000, p. 23). Ramonet consideră că în multe cazuri informațiile transmise urmăresc în primul rând să declanșeze o reacție emoțională a publicului.

Pentru a-și atinge acest scop, informațiile sunt asociate adesea cu elemente din sfera dramaturgiei mediatică (efecte speciale, imagini ce provoacă tensiune psihologică, suspans, o anumită scenografie, recuzită, scenariu), astfel încât mediatizarea unor scene și aspecte ale războiului să devină, pentru telespectatori, un spectacol atractiv, care să asigure o audiență ridicată pentru instituțiile media. În fața acestui spectacol mediatic, publicul rămâne în permanență interesat, brășat, implicat afectiv, beneficiind astfel de o distanță protectoare față de realitatea fizică a războiului. Între războiul ca fapt real și războiul ca reprezentare mediatică există o diferență de planuri ontologice.

*Tema* centrală a lucrării de doctorat este analiza modului în care războiul este înfățișat în sistemul mediatic, cu o specială investigație a experiențelor profesionale și umane ale jurnaliștilor de război, în tentativa de a înțelege felul în care ei descifrează realitatea zonelor

de conflict, o codifică în știri, imagini, reportaje, filme documentare sau artistice și o livrează publicului. Demersul are drept *scop* o mai bună înțelegere a reprezentărilor spectaculare în prezentarea realității, cum deformează acestea realitatea și, mai ales, cum s-a ajuns la un tip de spectacol, în care emoția este mai importantă decât prezentarea informațiilor, așa cum afirmă jurnaliștii intervievați.

*Motivația pentru alegerea temei* decurge din necesitatea de a cunoaște mecanismele și tehnicile prin care este reconstruită imaginea mediatică a războiului, precum și din necesitatea resimțită la nivelul publicului larg de a recurge la gândire critică, la prudență atunci când cunoașterea unui eveniment depinde în exclusivitate de sistemul mediatic, care, în anumite situații, funcționează după logica ratingului, dispus uneori să deformeze adevărul în favoarea unor interese politice, strategice sau chiar financiare.

*Utilitatea acestui demers științific* care invită la gândire critică și la o doză mai mare de scepticism față de relatările din media – este de certă oportunitate mai ales în actualul context social, când pandemia de Covid 19 a arătat vulnerabilitatea publicului în fața valurilor de dezinformare. Aceste vulnerabilități au avut suport solid în faptul că inclusiv cercetătorii, la nivel mondial, au ezitat în anumite momente sau au oferit informații contradictorii, care au facilitat impunerea unor măsuri nejustificate sau disproporționate. După doi ani de pandemie, asistăm la un conflict în proximitatea granițelor noastre, în Ucraina, unde o țară democrată și suverană este atacată. Unicitatea acestui conflict constă în mediul tehnologic propice, experimentat pe timpul pandemiei, care susține valul de dezinformare, de informații sosite în avalanșă, ce se contrazic și provoacă incertitudine, haos și polarizarea societății.

*Obiectivul tezei de doctorat* este analiza războiului ca spectacol mediatic, după modelul dramatizării știrilor și jurnalelor televizate. În acest sens, am recurs la o abordare multidisciplinară a temei apelând pe parcursul cercetării desfășurate atât la teorii din domeniul științelor comunicării, sociologiei, psihologiei sociale, neuroștiințelor, cât și la elemente de metodologie de cercetare științifică, precum interviul semi-structurat și observația participativă, ca martor nemijlocit în teatrele de operații din Afganistan și Libia.

*Conceptul de război ca spectacol mediatic* se referă la faptul că în reprezentarea conflictelor în media putem observa elemente din sfera dramaturgică, precum scenografie (clădiri dărâmate în urma bombardamentelor, decoruri apocaliptice), recuzită (uniforme, echipament balistic, arme de asalt, mașini de luptă), unul sau mai mulți scenariști (ofițeri din statul major care planifică acțiunile de luptă și modul lor de desfășurare), un „spațiu de joc”, care este însuși câmpul de luptă sau teatrul de operații care se prelungește până la nivel global, prin intermediul sistemului mediatic, efecte în rândul publicului și, desigur, publicul care

urmărește spectacolul, bransat în permanență la sursele de informare și aflat sub protecția distanței față de locul de desfășurare a evenimentului. De multe ori, *prezentarea războiului în manieră spectaculară*, în audio-vizual, împrumută tehnici specifice ficțiunii cinematografice, precum inserarea de efecte vizuale și sonore (explozii în *slow-motion*, prezentarea cu insistență a anumitor detalii, gros-planul, camera „vie” mișcată alert, montajul în ritm alert, respirația operatorului, surprinsă în priză directă, diferite tipuri de încadrare ale personajelor, tipuri de iluminare etc.) care dau impresia de agitație, de pericol mai mare decât este în realitate.

Atunci când publicul privește un spectacol cinematografic sau de teatru, acceptă apriori anumite convenții: că decorurile sunt butaforii, că actorii doar imită suferința, că accentele muzicale au rolul de a potența emoția, că nimeni nu moare cu adevărat, ci doar urmează fidel un scenariu. Publicul evadează în arta teatrală sau cinematografică, decodificând-o de regulă în maniera specifică intenției regizorale. În cazul războiului ca spectacol mediatic, publicul are impresia că se informează obiectiv, că are acces la cunoașterea unui mediu social, fără să fi fost avertizat că spectacolul pe care-l privește la televizor poate conține uneori mai puțin adevăr decât ficțiunea cinematografică. Prin urmare, lucrarea de doctorat este un necesar semnal de alarmă cu privire la cheia în care publicul decodifică reprezentările mediatice ale războiului.

Conflictele generează migrația populației din anumite zone, ciocniri culturale, reorganizări sociale și teritoriale și chiar dispariția unor popoare. Poate fi considerat una dintre cele mai organizate activități umane, dacă ținem cont că pregătirea pentru conflict a armatelor moderne este continuă pe timp de pace. Există o preocupare permanentă pentru cercetările din domeniul armamentelor și strategiilor militare, iar investițiile sunt însemnate în aceste domenii, la nivelul statelor moderne. MacMillan analizează războiul ca pe un fenomen social cu puternice influențe în cotidian, care merg până acolo încât inspiră scriitori, poeți, pictori, regizori și jurnaliști. Prezența întâlnită și în jocurile tradiționale pentru copii, precum „Fortăreața”, „Țară, țară, vrem ostași!” etc. Unul dintre cele mai răspândite jocuri video din SUA, de exemplu, este tot despre război, „Call of Duty”, și cuprinde acțiuni de luptă și tactici inspirate de Al Doilea Război Mondial. Chiar și cele mai importante meciuri de fotbal se prezintă sub forma unor bătălii, pentru care suporterii alcătuiesc diferite strategii, își stabilesc ierarhii și fac planuri de luptă, uneori fiind interesați să-și învingă fizic adversarii și nu prin intermediul jocului. Prin urmare, arată autoarea, opinia publică este mereu implicată, are o poziție vizavi de război și, de multe ori, un cuvânt important de spus cu privire la destinul conflictului (MacMillan, 2020).

Instituțiile din sistemul mediatic au conștientizat rapid apetența publicului pentru spectacol și importanța pe care o are mediatizarea conflictelor în creșterea tirajelor, astfel că, în

timpul Războiului franco-prusac (1870-1871), tirajul ziarului „Daily News” a crescut de trei ori. La sfârșitul secolului al XIX-lea, Churchill a devenit faimos și bogat ca urmare a relatărilor despre Războiul Burilor. Corespondenții de război, precum Ernest Hemingway, Edward R. Murrow, Robert Capa, Michael Herr, Marie Colvin, au devenit eroi ai epocii lor. Posibilitatea publicului de a privi, din confortul propriei locuințe, ororile războiului, a influențat adesea chiar durata conflictului. Este cazul Războiului din Vietnam, despre care se spune că a fost câștigat pe câmpul de luptă, dar pierdut în fața televizorului, unde oamenii priveau reportaje care induceau ideea unui conflict nedrept, rușinos, inutil, în care mureau militari ai armatei SUA, fără ca societatea să înțeleagă pe deplin motivele acestor sacrificii. Protestele publicului au creat presiune în rândul politicianilor care susțineau războiului, iar aceștia, conștienți de importanța sprijinului populației în campaniile electorale, s-au conformat.

Unii cercetători (Karmasin et al., 2013, pp. xi-xiii) arată că modalitățile în care se comunică despre războaie contribuie substanțial la crearea imaginii acestora în rândurile publicului. Încă de la apariția telegrafului, care reușea, în 1914, să conecteze întreaga lume, publicul a beneficiat de informații despre diferite crize internaționale și războaie, aproape în timp real, chiar dacă evenimentele se desfășurau pe alt continent. De altfel, cu o jumătate de secol înainte, telegramele trimise din Războiul Crimeii (1853-1856) către publicația „The Times” de William Howard Russel, socotit primul corespondent de război, au bulversat publicul britanic, punându-l în fața unei realități crude a câmpului de luptă, cu soldați tratați rău, într-o armată cu multe disfuncționalități. Aceste informații au fermecat și oripilat în același timp pe cititori, generând efecte imediate, precum implementarea unor schimbări necesare în armată și îmbunătățirea modului de îngrijire a răniților în spitalele de campanie.

Conflictul din Vietnam a demonstrat rolul major al sistemului mediatic în succesul războiului, în general. A fost un război care a făcut parte integrantă din societatea americană, ale cărei efecte au fost vizibile în cultura de masă, o sursă de inspirație pentru muzică, mișcări sociale, artă. Un război despre care se spune că a fost câștigat pe front și pierdut acasă, în ochii societății. Acest conflict a însemnat, din perspectiva armatei SUA, sfârșitul propagandei și începutul relațiilor publice în domeniul militar. Au luat naștere structuri profesioniste de PR, nu s-au mai spus minciuni, ci fragmente de adevăr, nu a mai fost cenzură impusă din exterior, ci una indusă în conștiința jurnaliștilor *embedded*, care s-au autocenzurat pentru a nu pune în pericol trupele proprii. „După Vietnam, sistemul mediatic, în general, media electronice, în particular, au devenit parte a strategiilor militare. Robert M. Entman a punctat foarte clar: de acum înainte, războiului va fi vândut publicului – chiar și cu prețul de a nu cuprinde nicio urmă de realism”. (Karmasin et al., 2013, p. viii).

De cele mai multe ori informațiile sunt prezentate în așa fel încât să inducă stări de spirit, să genereze emoții ori să seducă publicul. Acest pericol este semnalat frecvent în sistemul mediatic, de diferite organizații europene, pe *site*-uri specializate în combaterea informațiilor false, a zvonurilor și a dezinformării. De asemenea, învățământul românesc începe să manifeste preocupări în privința formării deprinderilor de gândire critică în rândurile elevilor, încă din învățământul gimnazial. Elevii sunt educați să cerceteze informația din mai multe surse, să verifice autorul, sursa care i-a generat informația și să păstreze, într-un final, o doză de scepticism. Cu toate acestea, *elementele de spectacol adăugate în transmiterea informațiilor continuă să fie utilizate și să reconstruiască o realitate credibilă, cu valențe de veridicitate, însă de multe ori paralelă cu situația din teren.*

Analiza războiului ca spectacol mediatic conține *elemente de originalitate* în sfera comunicării în situații de conflicte militare și subliniază faptul că jurnalistul nu este un cercetător care să respecte reguli metodologice în sondarea stărilor de fapt, astfel că, în transmisiile sale pot apărea distorsiuni ale faptelor, evenimentelor, informațiilor, unele fără intenție, altele însă cu un scop definit. Acest aspect aduce un plus de originalitate lucrării de față, deoarece cercetarea a fost realizată prin „lentilele” unui jurnalist de carieră, familiarizat cu relatările din miezul conflictelor armate, ceea ce mi-a permis o perspectivă mai realistă asupra fenomenelor mediatice studiate și chiar asupra modului în care însăși activitatea pe care o desfășor are impact în societate.

Lucrarea este compusă din patru capitole, cărora le corespund tot atâtea *direcții de cercetare*, respectiv, trei preponderent teoretice în care am analizat și descris teorii media și efectele lor în cunoașterea socială a cotidianului, iar capitolul al patrulea este dedicat aplicării teoriei de referință în practică, etapă de cercetare materializată în două sub-etape distincte: schițarea și eșantionarea interviurilor și analiza și interpretarea datelor rezultate în urma efectuării acestora.

*Primul capitol abordează o primă direcție de cercetare științifică*, respectiv analizarea opiniei publice, din perspectiva influențelor și efectelor sistemului mediatic asupra societății, în timp de conflict armat.

În timpul conflictelor armate, media pot influența în mod direct cursul operațiilor militare. *Pe parcursul primului capitol* se analizează, din această perspectivă, aura de ficțiune și elementele de spectacolar inserate de jurnaliștii de război în relatările lor, care conduc, la un moment dat, la incertitudine în rândurile receptorilor informației. De altfel, Baudrillard (2008) analizează modul în care cotidianul este intens teatralizat și trecut prin filtrele jurnaliștilor până ce publicul ajunge să confunde realitatea cu ficțiunea. Războiul nu face excepție, cu atât mai



mult cu cât conceptul „teatru de operații” trimite, în viziunea lui Baudrillard, la o zona unde au loc confruntările armate, dar sugerează și natura dramaturgică a războiului. Plecând de la ideea că realitatea câmpului de luptă este de fapt construită prin inserarea elementelor de spectacol, Jean Baudrillard se întreabă metaforic dacă „Războiul din Golf a existat cu adevărat” (este vorba despre operațiunea „Desert Storm”, din perioada 1990-1991) cu referire la piesa de teatru a lui Jean Giraudoux, intitulată „La Guerre de Troie n’aura pas lieu”/„Războiul troian nu va avea loc”. (Allain & Harvie, 2012, p. 201).

*Al doilea capitol al lucrării, respectiv a doua direcție de cercetare științifică a lucrării de față*, are drept scop analizarea modului în care se „construiește” realitatea în mintea noastră și influența sistemului mediatic la perceperea subiectivă a mediului social.

Televiziunea a dat ocazia publicului să privească în direct prima noapte de bombardamente din Irak, ocazie cu care *CNN* și-a câștigat un nume echivalent cu transmiterea *live* a războiului. George H.W. Bush, președintele SUA la momentul respectiv, avea să declare, fascinat, că a învățat mai multe din transmisiile *CNN* decât din rapoartele CIA. (Bahador, 2007). Tot atunci a apărut conceptul de „Efect CNN”, care se referă la faptul că sistemul mediatic poate schimba destinul unui conflict, îl poate accelera, scurta sau prelungi și poate influența luarea unor decizii cu privire la continuarea acțiunilor de luptă, prin influențele pe care le are asupra diplomației, politicilor de apărare și opiniei publice.

*Cel de-al treilea capitol al lucrării, cu direcția sa de cercetare*, este dedicat analizării fenomenului *fake news* și rolului acestuia în crearea unui mediu informațional viciat, care poate influența atât percepția jurnalistului aflat în documentare în zonele de conflict, cât și modul în care publicul recepționează/decodifică informațiile primite.

În scopul argumentării cercetării sunt prezentate câteva exemple de *fake news* științific, a căror construcție conține informații false, așezate pe scheletul unui articol științific, și tipărite în publicații academice de prestigiu. Acestea sunt folosite ulterior ca surse de documentare de anumiți cercetători, preluate și răspândite cu bună credință. Chiar dacă, în timp, falsul este descoperit și retractat, el produce efecte, prin simplul fapt că aceste informații inspiră alte puncte de vedere. Unele construcții mediatice false sunt ușor de demontat. Este suficientă o documentare sumară sau verificarea surselor și rezultatele pot apărea imediat. Altele însă sunt construite atât de ingenios, încât și specialiștilor le este imposibil uneori să le combată.

*Capitolul al patrulea al lucrării, arondat ultimei direcții de cercetare a tezei de doctorat*, este dedicat cercetării calitative pe care am efectuat-o pe baza interviurilor cu jurnaliști de război cu experiență. Prin apelul la literatura de specialitate, care consemnează modul în care sunt mediatizate conflictele, cum sunt utilizate dramele umane în scopul rating-

ului televiziunilor, amplificarea unora sau trecerea altora în plan secund, este realizată o paralelă între cazurile celebre de prezentare spectaculară a războiului în media și felul în care jurnaliștii români intervievați au relatat despre războaiele la care au participat.

Analiza interviurilor cu jurnaliștii de război reprezintă elementul central al lucrării, unde se realizează legătura între conceptele analizate și modalitățile efective de lucru în jurnalismul de război. Această analiză urmărește confirmarea/infirmarea totală sau parțială a răspunsurilor oferite de literatura de specialitate cu privire la obiectivitatea/subiectivitatea relatărilor din război, prezentarea războiului ca pe un spectacol și încadrarea conflictului în tiparele vocii oficiale a statului implicat în conflict. În capitolele anterioare, preponderent teoretice, am analizat o parte din mecanismele prin care jurnaliștii de război sondează mediul social, operează o selecție a informațiilor, le codifică și apoi le transferă către public. Accentul analizelor a fost pus pe relatările în situații de criză, de conflict armat, uneori într-un mediu informațional viciat de *fake news*.

În acest capitol mi-am propus să cercetez, pe baza unui ghid de interviu semi-structurat:

- de ce au ales intervievații să fie jurnaliști de război;
- dacă zonele de conflict au avut un impact emoțional puternic asupra lor;
- cât de dificil le-a fost să rămână neutri în relatări și dacă au reușit;
- dacă li s-a întâmplat să se atașeze de anumiți militari despre care ulterior au relatat;
- cât de implicați afectiv au fost în relatări;
- care ar putea fi cauzele pentru care unii jurnaliști deformează realitatea;
- dacă au deformat, în mod conștient informațiile pe care le-au obținut la fața locului, pentru accentuarea pericolului.

Astfel, am pornit de la trei întrebări de cercetare:

ÎC1. În ce măsură jurnaliștii de război se implică afectiv/subiectiv în abordarea subiectelor pe care le mediatizează?

ÎC2. Cum se reconstruiește „realitatea” teatrelor de operații în relatările jurnaliștilor?

ÎC3. Care este rolul elementelor spectaculare și în ce măsură se regăsesc aceste elemente în construirea „realității” mediatice a războiului?

Fiecare interviu a avut o durată de cel puțin 60 de minute, însumând 8 -10 pagini de text, în Word, Times New Roman, cu font 12, la 1,5 rânduri. Fiind vorba de interviuri relativ lungi, răspunsurile au fost ample, ideile respondenților au fost dezvoltate în profunzime, iar dialogul s-a prelungit de fiecare dată și în afara întrebărilor inițiale. Combinația de interviu directiv și nondirectiv a condus, pe de o parte, la o structură clară a ghidului de interviu,

completată însă de spontaneitate, centrare pe jurnalistul interviuat, fără a fi sub presiunea timpului, ceea ce a permis și înregistrarea sentimentelor și atitudinilor exprimate spontan, consemnate ulterior într-o analiză a interviurilor complexă, din care au reieșit atât elemente comune tuturor celor intervievați, cât și puncte diferite de vedere, care au conturat complexitatea problematicii abordate..

Cei 11 jurnaliști au fost selectați din rândurile corespondenților de război cu experiență în mai multe genuri de presă, au o reputație bună în rândurile colegilor de breaslă și au participat cel puțin la o misiune în teatre de operații (fosta Iugoslavie, Irak, Afganistan, Angola, Albania), acolo unde a avut și România trupe. Trei dintre jurnaliștii intervievați au relatat din teatrele de operații atât ca jurnaliști independenți, cât și sub protecția trupelor proprii. Toți jurnaliștii au o bogată experiență în mai multe genuri de presă, precum televiziune, presa scrisă și radio.

Datele codificate în cadrul cercetării au fost integrate în câteva teme principale precum:

- factori care influențează relatările jurnaliștilor;
- impactul emoțional al zonei de conflict asupra jurnaliștilor;
- atașamente care influențează relatările;
- jurnaliști „înrolați/embedded” vs. jurnaliști „independenți/freelancer”;
- asumarea propriei subiectivități în relatări;
- utilizarea elementelor de spectacular;
- relatările, influențate de presiunea așteptărilor publicului;
- narcisismul în jurnalism;
- accentul pe latura emoțională în relatările din conflict;
- cadrulul media al războiului;
- asumarea reprezentărilor voit spectaculare;
- schimbarea percepției publicului față de conflict, cu ajutorul corespondenților de război;

În analiza răspunsurilor am utilizat teorii precum agenda setting, cadrulul media, teoria cultivării, efectul celei de-a treia persoane, teorema lui Thomas.

De asemenea, am încercat să aflu dacă au simțit, în propriile relatări:

- presiunea publicului care așteaptă ceva diferit, spectaculos;
- anumite condiționări ale instituției media de care aparțin;
- cenzura structurilor specializate ale armatei;
- condiționările propriilor stereotipuri.

Uneori, urmând un model tradițional de construire a unui material de presă, ori în funcție de experiența, de educația și deontologia fiecăruia, jurnaliștii pot cădea în plasa moștenirilor

unor tipare, a unor modele de relatare, care ajung, la un moment dat, să recreeze realitatea sau să fie portavocea agendei publice construite în jurul unui anumit subiect.

Am apelat la o metodă de cercetare calitativă, precum interviul semi-structurat, deoarece permite sondarea experiențelor private ale subiecților, crezurilor acestora, atitudinilor și ideologiilor, despre care nu există alte surse de informare.

Utilitatea metodei de cercetare alese s-a concretizat și în faptul că mi-a dat posibilitatea să urmăresc, pe tot parcursul cercetării, interacțiunea umană, psihologică și socială cu jurnaliștii intervievați. Avantajele utilizării acestei tehnici au constat și în obținerea de răspunsuri specifice, particulare, dezvoltate, la fiecare întrebare. De asemenea, interviurile mi-au permis observarea comportamentelor nonverbale, un control deplin asupra succesiunii întrebărilor, obținerea unor răspunsuri spontane, posibilitatea de obținere și a altor răspunsuri decât cele prevăzute inițial în ghidul de interviu, sugerate de interlocutori, sondarea experiențelor practice și teoretice ale respondenților cu privire la problema analizată, dar și a opiniilor pe care le au despre ceilalți colegi de breaslă. (Chelcea, 2001, p. 270).

Pentru zona de desfășurare a operațiilor militare (câmpul de luptă), am folosit termenul consacrat în limbaj militar „teatru de operații”.

Dintre jurnaliștii selecționați pentru aplicarea interviului, trei au avut ocazia să participe la diferite conflicte, după 1990, fără a se afla sub protecția trupelor. Pe aceștia i-am numit, pentru acele misiuni, „jurnaliști independenți”. Termenul „jurnalist înrolat” se referă, în această cercetare, la jurnaliștii care, pe timpul relatărilor din teatrele de operații, s-au aflat cu trupele, sub protecția acestora.

Așa cum precizam anterior, scopul general al acestui demers a fost de a înțelege și de a explica o parte din factorii care contribuie la crearea imaginilor și reprezentărilor despre război în media și de a invita cititorii la mai multă prudență atunci când consumă produse media pentru informare și nu ca pe un simplu divertisment.

*Consider că acest scop a fost atins, deoarece din interviurile realizate a reieșit faptul că există mai mulți factori care îi determină pe jurnaliști să vadă lucrurile din mai multe perspective, să decupeze frânturi de realitate și să le prezinte ca pe un întreg. Printre acești factori, aș enumera nivelul de educație, influența mediului de apartenență al jurnalistului, experiențele anterioare, valorile morale, interesele financiare ale trustului de presă, politica redacției, agenda publică a statului, nevoile unui anumit tip de public. Atunci când discutăm despre maniera subiectivă în care se relatează din teatrele de operații, jurnaliștii preferă mai degrabă să se refere la ce au observat la colegii de breaslă, în anumite situații, decât la propria subiectivitate. Cu toate acestea, cei mai mulți dintre ei recunosc că este imposibil să nu fii de o*

parte sau de alta a baricadei și să nu te atașezi de militarii cu care au petrecut mult timp, care le-au asigurat protecția și accesul la informație.

Fluxul informațional fără precedent, transmis și amplificat de noile mijloace tehnologice de comunicare, aduce omenirea în imposibilitatea de a discerne între informațiile adevărate, bine documentate, validate științific, și cele false, înșelătoare, menite să inducă publicul în eroare. De cele mai multe ori informațiile sunt prezentate în așa fel încât să inducă stări de spirit, să genereze emoții ori să seducă publicul. Acest pericol este semnalat frecvent în sistemul mediatic, de diferite organizații europene, pe *site*-uri specializate în combaterea informațiilor false, a zvonurilor și a dezinformării. De asemenea, învățământul românesc începe să manifeste preocupări în privința formării deprinderilor de gândire critică în rândurile elevilor, încă din învățământul gimnazial. Elevii sunt educați să cerceteze informația din mai multe surse, să verifice autorul, sursa care i-a generat informația și să păstreze, într-un final, o doză de scepticism. Cu toate acestea, din analiza realizată în primul capitol al lucrării de față reiese că *elementele de spectacol adăugate în transmiterea informațiilor continuă să fie utilizate și să reconstruiască o realitate credibilă, cu valențe de veridicitate, însă de multe ori paralelă cu situația din teren.*

Multitudinea de mesaje, videoclipuri, filme, surse de informații, unele construite profesional, a căror veridicitate ori bune intenții sunt greu de dovedit, produc fie o dezinformare greu de gestionat, fie un soi de anxietate în masa a unei societăți copleșite de spectacol, de negativ, de senzational. Cu atât mai mult, în situații de criză, pe timpul conflictelor armate, analiza informațiilor care ajung la public devine mai complicată din cauza dinamicii desfășurării evenimentelor, a dezinformărilor, a zvonurilor, a informațiilor greu de verificat dar și a modului în care conflictul este încadrat în media. Dacă în anumite situații publicul are acces la verificarea directă, la fața locului, a evenimentului, pentru a se convinge că un incendiu a fost sau nu devastator pentru o anumită zonă sau că un accident are urmări atât de grave, așa cum îl prezintă media, atunci când vine vorba despre război, informațiile despre desfășurarea operațiilor militare provin din surse deschise, precum mass media, și din surse oficiale de comunicare ale armatelor sau guvernelor care desfășoară acțiuni de luptă. Sursele oficiale de informare respectă politica de comunicare a statelor implicate în conflict, relatările jurnaliștilor de război depind de mai mulți factori, printre care orientarea ideologică a trusturilor de presă de care aparțin jurnaliștii, deontologia profesională a acestora, cultura din care provin, nivelul de educație al jurnaliștilor, subiectivismul acestora și specificul publicului pentru care relatează.

În situația în care cunoașterea unui fenomen, precum războiul, este mijlocită de mass media, felul în care publicul descifrează mesajul depinde în mod direct de modul în care acesta

a fost codificat, de unghiul din care jurnaliștii au ales să privească evenimentul, de bucățile de adevăr prezentate sub forma unui întreg.

*Din analiza realizată în capitolul al doilea, am constatat că realitatea, reflectată în media și care generează de multe ori în rândul publicului atitudini, reacții, credințe, este, în multe situații, o construcție a jurnaliștilor, care are drept punct de plecare propria lor subiectivitate.* Urmând un model tradițional de construire a unui material de presă, jurnaliștii pot cădea în plasa moștenirilor unor tipare, unor modele de relatare. Indiferent de care parte a baricadei se află, televiziunile utilizează aceleași procedee care vizează emoția, prin tehnici deja cunoscute ale dramaturgiei televizate, precum cadrele în *slow-motion*, cu explozii care produc ravagii, detalii de ochi înlăcrimați, muzică lentă sau alertă, moderatori care anunță cu ton grav că la fiecare secundă s-ar mai putea produce o tragedie. Informații care vor nu doar să aducă noutăți de pe front, ci să inducă stări, reacții, atitudini. Informații cu elemente de spectacular, care creează impresii, amplifică certitudini și par să reflecte într-un mod fidel o realitate pe care, deocamdată, nu o putem proba.

*În ce privește analiza fenomenului fake news, din capitolul al treilea am dedus că, de regulă, analizele dezinformărilor din situațiile de criză și efectele pe care le au în rândul publicului sunt realizate eficient după ce informațiile se decantează și pot fi verificate în teren, așa cum a fost cazul conflictelor din Afganistan și Irak, despre care s-au scris numeroase studii cu privire la felul în care anumite trusturi media au încadrat conflictul.*

Interviurile cu jurnaliștii de război mi-au relevat faptul că este greu să ai o viziune de ansamblu asupra conflictului, mai ales atunci când însoțești trupele. De asemenea, am aflat că există un grad destul de mare de implicare emoțională, că se întâmplă să te atașezi de subiect, de cauza pentru care luptă acesta și să fie greu, aproape imposibil, să vezi și „realitatea” taberei care îndreaptă armele către ai tăi.

Pe de altă parte, jurnaliștii militari sunt mai tentați să-și recunoască subiectivitatea în relatare, deoarece este vorba despre instituția pentru care lucrează, în care s-au format, iar subiectele despre care relatează sunt de multe ori poveștile colegilor de arme.

De mult ori, jurnaliștii pornesc la drum cu păreri deja formate despre conflict, dar și cu o manieră prestabilită de relatare, în funcție de stilul fiecăruia, dar și de genul preferat de presă. Spectacularul creat artificial apare atunci când redacția cere informații care să producă emoții, iar în zona de unde relatează jurnalistul nu se întâmplă nimic, într-o anumită perioadă. Atunci se apelează la trucuri precum burtiere care anunță dezastrul, la o introducere a publicului în tema spectaculoasă ce urmează să fie prezentată „de la război” sau la artificii tehnice, precum camera mișcată, ritmul sacadat al vorbirii, alegerea unui fundal de filmare cât mai belicos, cu

mașini de luptă, explozii, pe care îl completează ținuta jurnalistului, cu vestă, cască, chiar și atunci când nu este cazul. Jurnaliștii cu care am discutat au mărturisit că au întâlnit astfel de practici în cariera lor, pe care însă nu le agreează și nici nu le-au utilizat.

*Războaiele din care au relatat jurnaliștii care au acceptat să participe la această cercetare au fost prezentate întotdeauna din perspectiva oficială a țării iar legitimitatea lor nu a fost niciodată contestată.* Încercând însă să descoperim împreună, pe baza unui ghid de interviu, gradul de implicare subiectivă al reporterului în relatare, foarte utilă s-a dovedit, în rezultatele obținute, teoria denumită „Efectul celei de-a treia persoane”. Jurnaliștilor intervievați le-a fost mult mai ușor, de exemplu, să se refere la acțiunile unor colegi de breaslă, la apetența acestora pentru spectacol și deformarea realității, decât la propriile acțiuni, deși mulți dintre ei și-au recunoscut, în anumite situații, propria subiectivitate.

Ajuns într-o zonă de conflict, jurnalistul, prin documentare, încearcă să înțeleagă fenomenul, să cunoască realitatea de la fața locului. Următorul pas este transmiterea informațiilor relevante către public, într-o anumită formă. Pentru aceasta, jurnalistul construiește mesajul, îi atribuie valori simbolice, îl organizează după diferite scheme și îl livrează. La modul ideal, ar trebui să existe o simetrie între felul în care jurnalistul construiește mesajul și modalitatea în care el este interpretat, citit, decodificat.

*Una din preocupările constante pe durata acestui demers științific a fost să identific rolul spectacularului în relatările corespondenților de război, subiectivitatea și constrângerile resimțite pe câmpul de luptă, aspecte accentuate în modul de structurare și aplicare a interviurilor.* Din această preocupare, au reieșit următoarele:

- *Cei mai mulți jurnaliști cu care am discutat au susținut că au fost martori ai unor deformări ale realității de către colegi de breaslă, care au apelat la diferite metode pentru a amplifica emoțiile transmisiei lor. Cauzele identificate pentru aceste practici prin care se exagerează evenimentele prin apelul la spectacular sunt generate de rațiuni economice ale instituției media, de dorința jurnalistului de a ieși în evidență prin aducerea în prim-plan a propriului curaj de a se afla într-o zonă de război unde se moare sau pentru că există ideea, de multe ori verificată în practică, că dorința publicului este să primească violență, spectacol, emoție.*

- *Fiecare dintre jurnaliștii intervievați, cu mici excepții, este legat de o persoană care l-a inspirat sau de o anumită poveste care a generat atracția pentru meseria de corespondent de război.* Primele întrebări din ghidul de interviu sondează motivele care au condus către o astfel de carieră. De asemenea, asupra majorității jurnaliștilor, zonele de conflict au avut un impact destul de mare, datorită ineditului zonei respective, culturii populației, infrastructurii

bazelor militare, condițiilor grele de viață ale localnicilor, dar și ale militarilor, pericolului, dramei celor aflați în război. O lume care i-a impresionat și pe care au încercat să o redea cât mai fidel. Uneori, pentru a putea transmite emoția pe care au trăit-o la fața locului, câțiva jurnaliști au mărturisit că au apelat la spectacular, fără însă a denatura realitatea. Zonele de operații militare în desfășurare pe care le-au văzut și din care au relatat au avut influență asupra felului în care văd războiul, în care îi privesc pe militari, dar și în stilul de relatare, care în anumite situații a fost unul personal, cu implicații subiective.

- În demersul de sondare a implicării subiective în propriile corespondențe, *fiecare jurnalist cu care am discutat a mărturisit că are povești sau persoane de care se simte atașat, legat sufletește. De asemenea, cei mai mulți au recunoscut că nu au putut rămâne perfect neutri în relatările lor, mai ales atunci când au empatizat cu militarii, cu victimele de război, cu ororile conflictului.* Prin urmare, aceste atașamente față de zone, idei sau persoane, au condus de multe ori la abordări subiective ale unor problematici specifice războiului, uneori fără a fi conștientizate. Cât privește favorizarea reprezentărilor spectaculare, jurnaliștii intervievați au mărturisit că nu au făcut acest lucru, sau nu în mod flagrant. Au menționat însă că există colegi în presă care se pun pe ei înșiși în valoare, subliniind importanța și rolul lor în conflict, unicitatea relatării și puterea trustului de presă care i-a trimis.

- *Subiectivitatea jurnaliștilor, în diferite doze, felul în care aceștia filtrează realitatea, structurile după care își construiesc mesajul, la care se adaugă un mediu informațional viciat de construcții de tipul fake news pot conduce, în multe situații, la o percepție eronată cu privire la realitatea dintr-un anumit loc, cu atât mai mult cu cât este vorba despre un teatru de operații, la care publicul nu are altfel acces, decât prin intermediul presei.*

*Studiul de față este un început în analiza conflictelor în desfășurare, din perspectiva reprezentărilor mediatice ale războiului.* Ca perspective de dezvoltare a cercetării de față, de exemplu, metoda de lucru aplicată, cea a cadrajului mediatic, poate fi optimă pentru analiza modalității de mediatizare a războiului în desfășurare din Ucraina, cu atât mai mult cu cât avem informații venite pe două voci în disonanță, una oficială, a Rusiei, în opoziție cu cea a statelor europene, democrate, la care se aliniază în această situație Ucraina.

*Consider că această cercetare poate fi utilă atât corespondenților de război - care uneori nu sunt conștienți de propria subiectivitate în decuparea anumitor bucăți de realitate și livrarea lor ca întreg și nici de efectele pe care acțiunile lor le pot avea în rândurile publicului sau chiar în destinul conflictului - cât și specialiștilor în relații publice, ofițerilor de stat major, combatanților, dar mai ales publicului larg, uneori insuficient avertizat cu privire la prezentările spectaculare ale războiului în media.* Din punct de vedere practic și teoretic, acest



studiu este o contribuție la literatura de specialitate care analizează felul în care sunt încadrate conflictele în media, cu accent pe corespondenții de război.

*Studiul aduce o notă de originalitate și prin faptul că sondează perspectivele, sentimentele, crezurile și strategiile corespondenților de război din România, cu privire la modul în care aceștia aduc conflictele în casele oamenilor prin intermediul sistemului mediatic.*

### ***Limitele cercetării***

Cercetarea de față s-a desfășurat în contextul Pandemiei Covid 19, care a îngreunat posibilitatea întâlnirilor față în față cu anumiți jurnaliști, pe unii dintre ei fiind nevoit să-i cooptez prin intermediul platformelor digitale, ceea ce a scăzut mult nivelul interacțiunii umane. Cu toate acestea, faptul că aparținem aceleiași bresle a condus la depășirea barierelor impuse de mijloacele tehnologice și a condus la dialoguri consistente, utile de ambele părți.

## BIBLIOGRAFIE:

- Ackland, R. & Gwynn, K. (2021). *Adevărul și dinamicile difuzării de știri pe Twitter* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Albarracin, D. (2021). *Convingeri conspiraționiste* (Rainer Greifeneder, Mariela E. 37. Jaffé, Eryn J. Newman, & Norbert Schwarz, Ed.). Trei.
- Allain, P. & Harvie, J. (2012). *Ghidul Routledge de teatru și performance*. Nemira.
- Andsager, J. L. & White, A. H. (2007). *Self versus others: Media, messages, and the third-person effect*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Axt, J. R., Landau, M. J. & Kay, A. C. (2021). *Atribuirea etichetei de fake news ca sursă de structură nespecifică* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Bar-Ilan, J. & Halevi, G. (2021). *Articole retractate-Versiunea științifică a fake news* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Bahador, B. (2007). *The CNN effect in action: How the news media pushed the West toward war in Kosovo*. Palgrave Macmillan.
- Baudrillard, J. (2005). *Societatea de consum*. Comunicare.ro.
- Baudrillard, J. (2008a). *America*. Paralela 45.
- Baudrillard, J. (2008b). *Simulacre și simulare*. Idea Design & Print.
- Bârgăoanu, A. (2006). *Tirania actualității, o introducere în istoria și teoria știrilor*. Tritonic.
- Bârgăoanu, A. (2018). *#Fakenews: Noua cursă a înarmării*. Evrika Publishing.
- Bârgăoanu, A. (2021). *Tendința anului 2021: „NOI” împotriva „LOR” – indiferent care ar fi subiectele aflate în discuție*. Preluat în 25 ianuarie 2022, din <https://www.qmagazine.ro/tendinta-anului-2021-noi-impotriva-lor-indiferent-care-ar-fi-subiectele-aflate-in-discutie>.
- Beciu, C. (2011). *Sociologia comunicării și a spațiului public*. Polirom.
- Bennett, W. L., Lawrence, R. G., & Livingston, S. (2007). *When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina*. University of Chicago Press.
- Berger, A. A. (2022). *Searching for a Self: Identity in Popular Culture, Media and Society*. Vernon Press.
- Berger, L. P., & Luckmann, T. (1999). *Construirea socială a realității: Tratat de sociologia cunoașterii* (A. Butucelea, Trad.). Univers.
- Bernstein, B. B. (2003). *Class, codes, and control*. Routledge.

- Blumer, H. (1933). *Movies and conduct*. The Macmillan Company.
- Boncu, Ș. (2002). *Psihologia influenței sociale*. Polirom.
- Boncu, Ș. & Holman, A. (2019). *Cum gândim în viața de zi cu zi*. Polirom.
- Borțun, D. (2013). *Bazele epistemice ale comunicării*. Tritonic.
- Bourdieu, P. (2007). *Despre televiziune*. Art.
- Boswinkel, L., Finlayson, N. B., Michaelis, J., & Rademaker, M. (2022). Weapons of mass influence.
- Buturoiu, R. (2016). *Noua eră a vechilor media*. Comunicare.ro.
- Busselle, R., & Van den Bulckk, Jan (2019). *Cultivation Theory, Media, Stories, Processes, and Reality* (M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant, Ed.; Fourth edition). Routledge.
- Carr, N. (2012). *Superficialii. Efectele internetului asupra creierului uman*. Publica.
- Carr, N. (2014). *Cușca de sticlă*. Publica.
- Carter, M. J. (2013). The Hermeneutics of Frames and Framing: An Examination of the Media's Construction of Reality. *SAGE Open*, 3(2), 215824401348791.
- Castells, M. (2015). *Comunicare și putere*. Comunicare.ro.
- Chaudhary, M. U., Usman, S., & Farooq, U. (2022). Role of news media in the peacebuilding process. *Journal of Humanities, Social and Management Sciences (JHSMS)*, 3(1), 16-25.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.
- Cojean, A. (1990). Șocul imaginilor, ponderea trucajelor. *Le Monde*.
- Cooke, J. B. (2007). *Reporting the war: Freedom of the press from the American revolution to the War on terrorism* (1st ed). Palgrave Macmillan.
- Corbu, N. et al. (2021). Fake News Going Viral: The Mediating Effect of Negative Emotions. *Media Literacy and Academic Research*. 4. 58-85.
- Damasio, A. R. (2016). *Sinele: Construirea creierului conștient* (D. Lica, Trad.). Humanitas.
- Dalkir, K., & Katz, R. (Ed.). (2020). *Navigating fake news, alternative facts, and misinformation in a post-truth world*. IGI Global.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15.
- Davison, W. P. (1996). The Third-Person Effect revisited. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(2), 113–119.
- De Botton, A. (2015). *Știrile: Manualul utilizatorului*. Humanitas.

- DeJong, S., & de Monti Souza, A. B. (2022). Playing Conspiracy: Framing Conspiracy Theory Analogies within Research-Creation Board Game Design. *M/C Journal*, 25(1).
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., & Corbu, N. (2007). *Istoria comunicării*. Comunicare.ro.
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A. (2003). *Mass media și societatea*. București: Editura Comunicare.ro.
- Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2019). *Belief in Conspiracy Theories: Looking Beyond Gullibility* (J. P. Forgas & R. F. Baumeister, Ed.). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Eco, U. (1986). *La Guerre du faux*. Grasset & Fasquelle.
- Eco, U. (2008). *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*. Polirom.
- Eco, U. (2021). *Despre televiziune*. Polirom.
- Fahmy, S., & Johnson, T. J. (2007). Embedded versus Unilateral Perspectives on Iraq War. *Newspaper Research Journal*, 28(3), 98–114.
- Fiske, J. (2003). *Introducere în științele comunicării* (M. Mitarcă, Trad.). Polirom.
- Forgas, J. P., & Baumeister, Roy. F. (Ed.). (2019). *The social psychology of gullibility: Fake news, conspiracy theories and irrational beliefs*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Frisk, K. (2017). But when I tell them about heroes, then they listen: The soldier hero and transformations of the Danish welfare state. *Acta Sociologica*, 60(2), 176–189.
- Gavreliuc, A. (2006). *De la relațiile interpersonale la comunicarea socială*. Polirom.
- Gavreliuc, A. (2019). *Psihologia socială și dinamica personalității*. Polirom.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J., (2014). *Growing up with television: cultivation process*. Taylor and Francis.
- Georgiu, G. (2010). *Comunicare interculturală*. Comunicare.ro
- Gilboa, E. (2005). Global Television News and Foreign Policy: Debating the CNN Effect. *International Studies Perspectives*, 6(3), 325–341.
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience* (Northeastern University Press ed). Northeastern University Press.
- Goffman, E. (2007). *Viața cotidiană ca spectacol*. Comunicare.ro.
- Greifeneder, R., Jaffé, M. E., Newman, E. J. & Schwarz, N. (Ed.). (2021). *Psihologia Fake News*. Trei.
- Gutsche, R.E. (Ed.). (2022). *The Future of the Presidency, Journalism, and Democracy: After Trump* (1st ed.). Routledge.
- Guțu, D. (2007). *New Media*. Tritonic.

- Hall, S. (2006). *Encoding/Decoding* (Centre for Contemporary Cultural Studies, Ed.; Repr., transferred to digital print). Routledge.
- Hasan, M. (2022). A Metaphorical & Visual Analysis of Gender in Al Jazeera & BBC coverage of Afghanistan after the Taliban takes over. *Indiana Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(5), 38-43.
- Hentea, C. (2016). *Oamenii propagandei*. Cetatea de Scaun.
- Hollander, M. M., & Turowetz, J. (2017). Normalizing trust: Participants' immediately post-hoc explanations of behaviour in Milgram's „obedience” experiments. *British Journal of Social Psychology*, 56(4), 655–674.
- Jaffé, M. E. & Greifeneder, R. (2021). *O fi adevărat sau sunt doar fake news?* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Jennings, W. (2006). Book Reviews. *Journal of Communication*, 56(4), 869–870.
- Kapferer, J. N. (1993). *Zvonurile: Cel mai vechi mijloc de informare din lume*. Humanitas.
- Kellner, D. (2001). *Cultura media*. Institutul European.
- Kellner, D. (2012). *Media spectacle and insurrection, 2011: From the Arab uprisings to Occupy everywhere*. Continuum.
- Larson, C. U. (2003). *Persuasiunea: Receptare si responsabilitate* (O. Arhip, Trad.). Polirom.
- Lazăr, M. (2008). *Noua televiziune și jurnalismul de spectacol*. Polirom.
- Lecheler, S. K. (2010). *Framing politics*. Universiteit van Amsterdam.
- Lemarié-Saulnier, C. (2016). *Cadrer les définitions du cadrage: Une recension multidisciplinaire des approches du cadrage médiatique*. *Canadian Journal of Communication*, 41(1), 65-73.
- Leo Șerban, A. (2001). Reality blow. *Observatorul cultural*, 82.
- Lesenciuc, A. (2017). *Teorii ale comunicării*. Academia Forțelor Aeriene „Henri Coandă”.
- Llosa, M. V. (2018). *Civilizația spectacolului*. Humanitas.
- Lippmann, W. (2009). *Opinia publică* (G. Mihăiță & D. Flonta, Trad.). Comunicare.ro.
- Lyons, B. A., Merola, V. & Reifler, J. (2021). *Cât de gravă este problema fake news?* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Ileri, K. (2022). Images from the Battlefields: How Al-Jazeera and BBC News Sites Visually Framed the Libyan Revolution. *Visual Communication Quarterly*, 29(1), 48-61.

- Iliescu, D. (2009). Principalele atentate revendicate sau atribuite rețelei teroriste Al-Qaida. *Mediafax*. <https://www.mediafax.ro/externe/cronologie-principalele-atentate-revendicate-sau-atribuite-retelei-teroriste-al-qaida-5227371>, consultată în mai 2021.
- MacMillan, M. (2020). *Războiul. Cum ne-au modificat conflictele*. Trei.
- Manolescu, A. (2017). Adevărul din spatele minciunilor. *Dilema veche*, 715.
- Marsh & Matthew L. S. (2021). *Convingeri eronate* (Rainer Greifeneder, 42. Mariela E. Jaffé, Eryn J. Newman, & Norbert Schwarz, Ed.). Trei.
- McBrayer, J. P. (2021). *Beyond fake news: Finding the truth in a world of misinformation*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- McCombs, M., Shaw, D. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*. 43(3), 58-67.
- McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future. *Journalism Studies*. 6(4), 543- 557.
- McCombs, M., & Reynolds, A. (2009). *How the News Shapes Our Civic Agenda* (J. Bryant & M. B. Oliver, Ed.). Routledge.
- McCombs, M. (2011). *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*. Routledge.
- McLuhan, M. (2014). *Galaxia Gutenberg, Scrieri esențiale*. Nemira.
- McQuail, D. (1999). *Comunicarea*. Institutul European.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2004). *Modele ale comunicării: Pentru studiul comunicării de masă* (A. Bârgăoanu & P. Dobrescu, Trad.). Comunicare.ro.
- Mead, G. H. (1985). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviourist*. Univ. of Chicago Press.
- Mihăilescu, V. (2017). *Hotel Ambos Mundos: Scurt eseu de antropologie borgesiană*. Polirom.
- Mircea, D. (2009). *Managementul influențării sociale în conflictele moderne*. Top Form.
- Mocanu, M. (2018). *Analiza strategică în mediul de securitate contemporan*. Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”.
- Moore, D. W. (2009). Twenty-First Century Embedded Journalists: Lawful Targets? *Army Lawyer*, 434, 1–32.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a comunica: Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare* (G. Sfichi, G. Puică, & M. Roman, Trad.). Polirom.
- Mucchielli, A. (2002). *Arta de a influența: Analiza tehnicilor de manipulare*. Polirom.

- Negroponete, N. (1999). *Era digitală*. All.
- Newman, E. J. & Zhang, L. (2021). *Aparența de adevăr* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Oyserman, D., & Dawson, A. (2021). *Voi, cu fake news, noi, cu faptele* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Oprea, B. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică – manual pentru toți utilizatorii de internet*. Iași: Polirom.
- Petcu, M. (2002). *Sociologia mass-media*. Dacia.
- Palmeri, H. (2017). La télévision publique aux États-Unis à un tournant de son histoire: Vers une résurgence ? *Canadian Review of American Studies*, 47(1), 26 -53.
- Ramonet, I. (2000). *Tirania comunicării*. Doina.
- Raphael, C. (2006). Book Reviews. *Journal of Communication*, 56(4), 864–866.
- Reese, S. D., Gandy, O. H., & Grant, A. E. (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Rémy, R. (2008). *Sociologia mass-media*. Polirom.
- Rheingold, H. (2005). *Găști inteligente. Următoarea revoluție socială*. Andreco International.
- Ribeiro, N., & Schwarzenegger, C. (2022). Introduction: Media and Fear—Diachronic, Intermedia, and Transcultural Perspectives on a Toxic and Functional Relationship during Pandemics, Wars, and Political Crises. In *Media and the Dissemination of Fear* (pp. 1-15). Palgrave Macmillan, Cham.
- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Taylor, D. S. (1988). A Methodological Examination of Cultivation. *Communication Research*, 15(2), 107–134.
- Schwarz, N., & Jalbert, M. (2021). *Când știrile (false) par adevărate* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Sartori, G. (2005). *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*. Humanitas.
- Sălcudean, M. (2015). *New media, social media și jurnalismul actual*. Tritonic.
- Searle, J. R. (2000). *Realitatea ca proiect social* (A. Deciu, Trad.). Polirom.
- Seethaler, J., Karmasin, M., Melischek, G., & Wöhlert, R (Ed.). (2013). *Selling war: The role of the mass media in hostile conflicts from World War I to the „War on Terror”*. Intellect.
- Serrano, Y. (2008). Les medias de masse au service de la communication de guerre. *Suma Psicológica*, 15(2), 423–435.

- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2004). *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă: Originile, metodele și utilizarea lor în mass media*. Polirom.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge University Press.
- Shrum, L. J. (2017). *The International Encyclopedia of Media Effects* (P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. Zoonen, Ed.). Wiley.
- Skrynnikova, I. V., & Astafurova, T. N. (2022). Figurative Framing Around Pandemic Discourse: From Metaphorical Wars on Coronavirus to Wars on Anti-Vaxxers. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seria 2, Iazykoznanie*, 21(2).
- Sontag, S (2011). *Privind la suferința celuilalt*. Humanitas.
- Stan, S. C. (2004). *Manipularea prin presă*. Humanitas.
- Stan, S. C. (2009). *Omayra Sanchez moare în direct*. Institutul European.
- Ștefănescu, S. (2005). *Media și conflictele*. Tritonic.
- Tewksbury, D. & Scheufele, D. A. (2019). *News Framing Theory and Research* (M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant, Ed.; Fourth edition). Routledge.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60 -78.
- Van Der Linden, S. & Roozenbeek, J. (2021). *Inocularea psihologică împotriva fake news* (Greifeneder, R., Jaffé, E. M., Newman, J. E., & Schwarz, N., Ed.). Trei.
- Voicu, M. (2018). *Matrioșka minciñoșilor: Fake news, manipulare, populism*. Humanitas.
- Volkoff, V. (2010). *Tratat de dezinformare: De la Calul Troian la Internet* (M. Columbeanu, Trad.). Antet.
- Vorderer, P., Park, David W., & Sarah L. (2019). *A History of Media Effects Research Traditions* (M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant, Ed.; Fourth edition). Routledge.
- Winston, B. & Winston, M. (2020). *The roots of fake news: Objecting to objective journalism*. Routledge.
- Wolton, D. (2012). *Despre comunicare* (D.-A. Oprea, Trad.). Comunicare.ro.
- Woody, W. D., Gretz, D., LaFary, K., & Rosenblum, C. (2022). Military Personnel Led to Enhanced Interrogation Techniques in the War on Terror.
- Zelizer, B. (2022). What journalism tells us about memory, mind and media. *Memory, Mind & Media*, 1.
- Zeca-Buzura, D. (2007). *Totul la vedere: Televiziunea după Big Brother*. Polirom.
- Zeca-Buzura, D. (2005). *Jurnalismul de televiziune*. Polirom.



Zeca-Buzura, D. (2006). Paleo- și neoteleviziunea — Realitate și ficțiune. *Secolul 21*, 1–6.

Zeca-Buzura, D. (2009). *Veridic, virtual, ludic: Efectul real al televiziunii*. Polirom.

Zeca-Buzura, D. (2016). *La taclale cu idoli. Talk-show-ul — Dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii*. Polirom.