

**ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
ȘCOALA DOCTORALĂ MULTIDISCIPLINARĂ
ȘTIINȚELE COMUNICĂRII**

TEZĂ DE DOCTORAT

**Comunicarea în spațiul online românesc pe tema schimbărilor
climatice în era dezinformării: modalități de discurs, mituri și
strategii de răspuns**

REZUMAT

Conducător științific: Conferențiar univ. dr. Loredana VLADU

Autor: Marina ENACHE

București, 2025

Introducere

Evoluțiile tehnologice și transformările din mediul comunicațional digital din ultimele două decenii au produs o schimbare radicală în modul în care informațiile sunt create, distribuite și consumate. Supraabundența informațională și intensificarea procesului de comunicare online au permis o vizibilitate fără precedent a temei schimbărilor climatice, dar în același timp au favorizat proliferarea dezinformării, a teoriilor conspiraționiste și a discursurilor negaționiste. Schimbările climatice reprezintă o problemă de interes global, fundamentată pe consensul comunității științifice internaționale, însă dezbaterea online reflectă adesea mai degrabă polarizarea opiniilor și antagonizarea actorilor sociali decât o confruntare de argumente bazate pe date verificabile (Dunlap & Brulle, 2020; Hulme, 2009).

În România, specificul contextului socio-politic și nivelul relativ scăzut de alfabetizare digitală se combină cu accesul ridicat la internet (peste 90% din populație), rezultând într-un teren fertil pentru dezinformare (Cheval et al., 2022). Lipsa încrederii în instituțiile publice și în mass-media tradițională a determinat publicul să caute alternative în mediul online, unde pluralitatea de voci, dar și lipsa unor mecanisme eficiente de validare, au dus la o vizibilitate sporită a narațiunilor false (Cinelli et al., 2021). Fenomenul este cu atât mai periculos cu cât schimbările climatice presupun luarea unor decizii de politici publice cu impact major pe termen lung, iar contestarea lor prin dezinformare poate afecta reziliența societală și capacitatea de adaptare.

În acest cadru, teza propune o analiză integrată a comunicării online pe tema schimbărilor climatice, cu scopul de a identifica tipurile de discursuri care circulă în România, actorii care le promovează, mecanismele dezinformării și miturile dominante, precum și strategiile de răspuns necesare pentru consolidarea rezilienței informaționale. Miza cercetării este atât teoretică, prin dezvoltarea unui cadru interdisciplinar care leagă științele comunicării de studiile de mediu și de analiza fenomenelor dezinformării, cât și practică, prin oferirea unor propuneri pentru strategii de răspuns la dezinformare și campanii de comunicare strategică adaptate realităților românești (Bushell et al., 2017; Oreskes & Conway, 2010).

Obiectivul cercetării

Având în vedere că fluxul dezinformării climatice nu poate fi oprit complet, iar reglementările existente nu au condus la diminuarea efectelor sale, obiectivul central al cercetării a fost identificarea tipologiilor de discurs online despre schimbările climatice și a

mecanismelor prin care acestea influențează percepțiile și atitudinile publicului. Studiul a urmărit să determine modul în care actorii sociali, instituționali și informal, contribuie la construirea, distorsionarea sau contestarea subiectelor din domeniul schimbărilor climatice în spațiul online din România.

Tabelul 1 sintetizează structura procesului de cercetare, prezentând obiectivele cercetării, întrebările de cercetare asociate acestora, metodele utilizate pentru investigare și rezultatele așteptate în urma aplicării acestor metode. În ansamblu, cele cinci obiective de cercetare vizează o explorare cuprinzătoare a modului în care schimbările climatice sunt comunicate în spațiul digital românesc, precum și a percepției dominante cu privire la acestea. Cercetarea integrează atât metode calitative (analiza de conținut calitativă și interviurile semi-structurate), cât și analiza automată (realizat cu ajutorul unui instrument digital numit Talkwalker), vizând nu doar descrierea fenomenului dezinformării, ci și identificarea actorilor relevanți, a canalelor de propagare și a strategiilor eficiente de contracarare. Această abordare este menită a conduce la formularea unor concluzii relevante pentru consolidarea comunicării științifice în domeniul climei.

Interviurile semi-structurate constituie o metodă principală de culegere a datelor pentru toate întrebările de cercetare, oferind o înțelegere aprofundată a percepțiilor, motivațiilor și experiențelor actorilor implicați. Această metodă este completată sistematic de analize calitative și automate de conținut, acolo unde este necesar, pentru a asigura validarea și triangularea rezultatelor. Astfel, cercetarea beneficiază de o abordare mixtă, care valorifică atât perspectiva participanților, cât și analiza sistematică a unor seturi mari de date din medii online.

Tabel 1. *Prezentarea procesului de cercetare*

Nr.	Obiectivul cercetării	Întrebarea de cercetare	Metode utilizate	Rezultate așteptate
1	Investigarea comunicării online referitoare la schimbările climatice în contextul românesc, prin identificarea tipologiilor discursive predominante și evaluarea percepției experților asupra acestei problematice.	Care sunt principalele tipuri de discursuri despre schimbările climatice prezente în spațiul digital românesc și cum sunt acestea deciptate de experții familiari cu aceste aspecte?	Interviuri semi-structurate	Clasificarea discursurilor online pe teme climatice, identificarea actorilor relevanți și evaluarea opiniilor experților cu privire la aceste aspecte
2	Identificarea actorilor-cheie implicați în modelarea dezbaterii publice privind	Care sunt actorii principali ce modelează discursul public în domeniul schimbărilor	Analiză calitativă de conținut, interviuri	Identificarea actorilor semnificativi și descrierea mecanismelor prin

	schimbările climatice și analiza mecanismelor utilizate de aceștia pentru influențarea opiniei publice în România.	climatice și prin ce mecanisme își exercită aceștia influența?	semi-structurate	care aceștia influențează discursurile climatice.
3	Identificarea și clasificarea principalelor mituri și narațiuni înșelătoare referitoare la schimbările climatice care circulă în mediul online românesc.	Care sunt cele mai frecvente mituri și narațiuni înșelătoare privind schimbările climatice răspândite în mediul digital românesc?	Analiză calitativă și automată de conținut, interviuri semi-structurate	Clasificarea miturilor și narațiunilor dominante și analiza contextului și factorilor care favorizează propagarea acestora.
4	Investigarea percepției privind impactul narațiunilor dezinformatoare asupra încrederii publice în comunitatea științifică și politicile climatice, identificând grupurile sociale cele mai vulnerabile.	Care este impactul perceput al narațiunilor dezinformatoare asupra încrederii publicului românesc în informațiile științifice și în politicile climatice?	Interviuri semi-structurate	Evaluarea percepției experților cu privire la impactul dezinformării asupra opiniei publice și identificarea grupurilor sociale susceptibile la influența acestor narațiuni.
5	Identificarea strategiilor eficiente pentru combaterea dezinformării climatice și formularea de recomandări aplicabile comunicării climatice online în România.	Care sunt strategiile actuale de comunicare eficiente în contracararea dezinformării climatice și ce recomandări pot fi elaborate pentru optimizarea comunicării în contextul românesc?	Interviuri semi-structurate	Identificarea strategiilor comunicative eficiente și formularea unor recomandări specifice pentru îmbunătățirea comunicării climatice în mediul online.

Astfel, întrebările de cercetare formulate au vizat atât dimensiunea descriptivă, respectiv ce fel de discursuri circulă și cine le produce, cât și dimensiunea explicativă, respectiv care sunt miturile și dezinformările dominante, prin ce canale se propagă și ce impact au acestea asupra publicului. Totodată, cercetarea a încercat să răspundă și unei întrebări normative, și anume ce strategii pot fi dezvoltate pentru contracararea dezinformării și consolidarea rezilienței informaționale la nivel societal.

Structura lucrării

Lucrarea este structurată în nouă capitole, construite progresiv de la delimitarea cadrului teoretic și conceptual până la prezentarea rezultatelor empirice și formularea concluziilor generale. Primul capitol trasează cadrul general al comunicării digitale și modul în care schimbările climatice sunt tematizate în spațiul public internațional și românesc. Sunt

discutate teoriile comunicării în era digitală și particularitățile pe care mediul online le imprimă temelor cu încărcătură științifică și politică, fiind totodată subliniată necesitatea unei abordări interdisciplinare care să coreleze perspectivele din științele comunicării cu cele din domeniul climatologiei și al științelor sociale.

Capitolul al doilea delimitează și clasifică tipurile de discursuri pe teme de schimbări climatice care circulă în spațiul online, analizând în detaliu discursul politic și instituțional, discursul științific și de popularizare, discursul popular-mediatic și discursul activist. Fiecare categorie este descrisă prin caracteristicile sale dominante, prin actorii care o susțin și prin mecanismele de propagare în mediul digital.

În continuare, capitolul al treilea este centrat pe fenomenul dezinformării climatice, tratat ca o categorie distinctă a dezinformării online. Sunt prezentate principalele mituri și narațiuni false, cum ar fi ideea că schimbările climatice reprezintă un fenomen exclusiv natural, teoria conspirației potrivit căreia criza climatică ar fi instrumentată de elite globale sau percepția conform căreia politicile climatice ar conduce la declin economic. Capitolul detaliază motivațiile și strategiile actorilor care alimentează aceste discursuri, precum și factorii contextuali care le favorizează răspândirea.

Capitolul al patrulea discută strategiile de răspuns la dezinformarea climatică, trecând în revistă atât măsurile reactive, cum ar fi fact-checking-ul și campaniile de demontare a miturilor, cât și strategiile preventive, între care alfabetizarea media și inocularea pozitivă ocupă un loc central. De asemenea, este analizat rolul reglementărilor la nivel european și național, precum și importanța utilizării comunicării strategice prin intermediul influencerilor și al platformelor sociale.

Cel de-al cincilea capitol contextualizează cazul românesc, descriind particularitățile mediului digital autohton: o penetrare ridicată a internetului, coroborată cu un nivel redus al competențelor digitale și cu o încredere scăzută în instituțiile statului și în mass-media. Capitolul prezintă actorii locali implicați în dezbaterile climatice, tipurile de discursuri care se conturează și miturile dominante care circulă în spațiul online românesc.

Capitolul al șaselea prezintă cadrul metodologic al cercetării. Sunt expuse obiectivele și întrebările de cercetare, metodele selectate – analiza automată, analiza calitativă de conținut și interviurile cu experți –, precum și procedurile de selecție a datelor, instrumentele utilizate și considerentele etice asumate, precum anonimizarea și protecția datelor. Acest capitol are rolul de a fundamenta empiric etapele următoare și de a explicita opțiunile metodologice.

Capitolul al șaptelea este dedicat prezentării rezultatelor analizei de conținut asupra materialelor colectate din mediul online, atât prin metode automate, cât și prin examinare

calitativă. Sunt identificate tiparele narrative dominante, mecanismele de amplificare a miturilor, nivelul de polarizare al discursurilor și diferențele de vizibilitate dintre mesajele bazate pe consens științific și narațiunile conspiraționiste.

Penultimul capitol reunește rezultatele obținute în urma interviurilor cu experți proveniți din domeniul climatologiei, al comunicării și al politicilor publice de mediu, din spațiul academic dar și din organizații neguvernamentale. Acestea oferă o perspectivă complementară asupra fenomenului, punând în lumină percepțiile specialiștilor privind actorii implicați, vulnerabilitatea publicului românesc în fața dezinformării climatice și potențialele strategii de contracarare.

În final, capitolul al nouălea formulează concluziile generale ale tezei, sintetizează contribuțiile teoretice și aplicative ale cercetării și propune recomandări concrete pentru consolidarea rezilienței informaționale și pentru dezvoltarea unor narațiuni climatice coerente în spațiul online românesc. Tot aici sunt prezentate și direcțiile viitoare de cercetare, ce pot extinde și aprofunda rezultatele obținute.

Rezultatele cercetării

Cercetarea empirică desfășurată în cadrul acestei teze a urmărit analiza detaliată a modului în care schimbările climatice sunt tematizate în spațiul online românesc și identificarea felului în care dezinformarea și narațiunile conspiraționiste influențează percepțiile și atitudinile publicului. Rezultatele obținute din analiza de conținut a platformelor digitale, completate de interviurile cu experți din domeniul comunicării, mass-mediei și mediului academic, relevă un tablou complex, caracterizat prin fragmentare narativă, polarizare accentuată și vulnerabilitate ridicată la dezinformare.

Astfel, rezultatele analizei automate confirmă ceea ce cercetarea empirică a surprins prin metoda interviurilor: polarizarea nu se reduce doar la o simplă opoziție între adevăr și fals, ci se traduce într-o competiție de cadre narrative. Pe de o parte, discursul instituțional și științific rămâne constant, însă este perceput ca distant, greu accesibil și lipsit de atractivitate emoțională. Pe de altă parte, narațiunile conspiraționiste exploatează tehnici retorice ambigue și pseudo-analitice, recurgând la vocabular insinuant și la teme recognoscibile pentru public, ceea ce le sporește viralitatea și impactul. Această disproporție între vizibilitatea redusă a mesajelor bazate pe consensul științific și puterea de difuzare a discursurilor conspiraționiste este o constantă care străbate ambele seturi de rezultate.

Din perspectiva tipologiilor de discurs, constatările sunt convergente: miturile dominante identificate prin analiza calitativă – ideea schimbărilor climatice ca fenomen

natural, teoria conspirației globale a elitelor și narațiunea economică a sărăcirii populației prin politici verzi – se regăsesc explicit în analiza automată a conținutului digital. Ele nu apar izolat, ci se combină și se reînnoiesc prin conexiuni cu evenimente curente și prin personalizarea excesivă a temei climatice, unde figuri internaționale precum Bill Gates, Klaus Schwab sau Ursula von der Leyen devin simboluri ale unui presupus complot global. Aceste rezultate confirmă observațiile experților intervievați, care subliniază că hibridizarea discursurilor – între politic, mediatic și conspiraționist – generează un mediu informațional confuz, în care publicul întâlnește simultan mesaje contradictorii și are dificultăți în a discerne veridicitatea lor.

Algoritmii rețelelor sociale, menționați atât în analiza automată, cât și în analiza , joacă un rol central în amplificarea acestei polarizări. Atât datele cantitative, cât și percepțiile experților indică faptul că platformele digitale favorizează conținutul emoțional, negativ și controversat, ceea ce explică dominanța furiei și fricii în postările identificate. În acest cadru, mesajele de tip pozitiv sau neutru, asociate soluțiilor climatice și consensului științific, rămân marginale, fiind adesea limitate la nișe de utilizatori mai educați și mai predispuși la verificarea informațiilor. Această asimetrie structurală se traduce într-o vulnerabilitate colectivă, accentuată de nivelul redus de alfabetizare media și de neîncrederea în instituții, aspecte confirmate și de literatura recentă (Cheval et al., 2022).

Corelând cele două perspective, se conturează o imagine coerentă: dezinformarea climatică în România nu este un fenomen periferic, ci unul central în configurarea percepțiilor publice. Ea beneficiază de un avantaj structural conferit de mecanismele digitale, de un teren fertil datorat neîncrederii sociale și culturale, și de o capacitate de adaptare prin hibridizarea cu discursuri politice și mediatice. Consecința este subminarea politicilor publice de tranziție energetică și adaptare climatică, întrucât mesajele conspiraționiste și negaționiste reduc sprijinul social pentru măsurile verzi, confirmând riscul ca dezinformarea să producă efecte directe asupra capacității de guvernare (Dunlap & Brulle, 2020).

În concluzie, atât analiza automată și calitativă a conținutului digital, cât și analiza calitativă prin interviuri, descriu același tablou: discursul climatic online în România este dominat de o tensiune între consensul științific marginalizat și narațiunile conspiraționiste. Reziliența unor segmente ale populației, în special tinerii urbani cu educație superioară, nu anulează impactul general al dezinformării, care rămâne disproporționat de puternic. Această constatare convergentă susține necesitatea unor strategii concertate de comunicare climatică, care să combine informarea riguroasă cu apelul la emoții pozitive și care să construiască narațiuni alternative capabile să rezoneze cu publicul și să contracareze forța discursurilor false.

Limitele cercetării

Acest studiu dedicat dezinformării climatice în spațiul online românesc oferă o imagine nuanțată, dar limitată de caracterul incomplet al eșantionului și de focalizarea deliberată pe cazuri relevante, ceea ce poate induce o eroare cognitivă de confirmare. Rezultatele nu reflectă întreaga diversitate a conversațiilor despre schimbările climatice, ci doar segmentele analizate – anumite rețele sociale și site-uri alternative – iar faptul că analiza a fost realizată exclusiv pe conținut în limba română a exclus narațiuni internaționale care nu aveau deja ecou local. În plus, intervalul temporal redus, concentrat pe perioada 2022-2025, conferă rezultatelor statutul de instantaneu, nereprezentativ pentru dinamica mai amplă a discursului.

Instrumentele de analiză automată au fost bazate pe cuvinte-cheie, fapt ce a putut omite forme subtile de comunicare, precum sarcasmul sau ironiile, greu de surprins de algoritmi, mai ales în limba română. Limitările impuse de reglementările GDPR, restricțiile platformelor și lipsa accesului aplicației Talkwalker la anumite rețele și la un anumit conținut, cum este cazul TikTok, respectiv discuțiile din grupurile private din cadrul Facebook, au redus și mai mult completitudinea eșantionului. În consecință, datele obținute trebuie înțelese ca un tablou fragmentar și orientativ al fenomenului, nu ca o imagine exhaustivă a discursului online despre schimbările climatice.

Pe plan calitativ, interpretarea conținutului și a interviurilor cu experți implică inevitabil un grad de subiectivitate, influențat de convingerile și sensibilitatea cercetătorului la fenomenul dezinformării. Deși s-au utilizat metode de triangulare pentru a diminua riscul de deformare, influențele personale sau tendința spre suprainterpretare nu pot fi eliminate complet. În ceea ce privește interviurile, acestea au fost realizate cu un eșantion restrâns, alcătuit din persoane aliniate consensului științific, ceea ce a exclus intenționat vocile conspiraționiste și a lăsat loc doar pentru o analiză indirectă a acestora.

În ansamblu, cercetarea este puternic ancorată în contextul românesc, marcat de particularități socio-culturale precum nivelul redus de încredere în știință și polarizarea mediatică, ceea ce face dificilă extrapolarea directă a rezultatelor în alte spații naționale. Conștientizarea acestor limite nu scade valoarea studiului, ci trasează granițele în care concluziile pot fi interpretate și oferă puncte de plecare pentru cercetări viitoare – fie prin extinderea perioadei de observație, fie prin includerea unor eșantioane mai largi și mai diverse, care să surprindă mai fidel complexitatea fenomenului dezinformării climatice.

Relevanța teoretică și aplicativă

Lucrarea de față propune o arhitectură teoretică și practică solidă, situată la confluența dintre comunicarea digitală, studiile despre schimbările climatice și cercetările asupra fenomenului dezinformării, oferind un cadru integrat de analiză a modului în care narațiunile despre schimbările climatice circulă și se consolidează în mediul online. În plan teoretic, contribuțiile sale se remarcă prin extinderea cadrului conceptual existent, în care dimensiunile cognitive, afective și tehnologice sunt aduse împreună într-o sinteză interdisciplinară. Pe această bază, comunicarea despre schimbările climatice este explicată ca un fenomen complex, în care vulnerabilitatea cognitivă a publicului la iluziile de adevăr și la efectele de confirmare (Lewandowsky et al., 2013; Saunders, 2017), dinamica emoțiilor și a identităților colective (Hulme, 2009; Bushell et al., 2017), precum și arhitectura mediului online (Klinger & Svensson, 2014; Cinelli et al., 2021) converg pentru a explica reziliența miturilor din domeniul schimbărilor climatice. Modelul tripartit demonstrează că aceste narațiuni rezistă nu doar pentru că sunt propagate de actori rău intenționați, ci și pentru că satisfac nevoi psihologice fundamentale de simplitate și coerență, declanșează reacții emoționale puternice și sunt amplificate de mecanismele algoritmice ale noilor media. În acest fel, teza depășește abordările unilaterale și oferă un tablou comprehensiv asupra fenomenului, adaptat specific la contextul digital.

Un al doilea aport major constă în conceptualizarea narațiunilor pe teme de schimbări climatice drept mitologii contemporane și introducerea conceptului de conflict narativ ca instrument de lectură a discursului public. În jurul schimbărilor climatice s-a conturat un ecosistem narativ compus din mituri, metafore și cadre contradictorii care funcționează similar structurilor mitologice (Hulme, 2009; Milkoreit, 2017). Imaginarul climatic al publicului este modelat de confruntarea dintre narațiuni divergente – apocalipsa climatică, negaționismul climatic, utopia verde – care, deși diferite ca sens, pot produce efecte similare de complacere sau paralizie. Identificarea tipologiilor de mituri climatice – cel al negaționismului naturist, cel conspiraționist și cel apocaliptic – și sistematizarea funcțiilor lor sociale oferă un vocabular conceptual valoros. Mai mult, teza dezvoltă ideea de metanarațiune conspiraționistă pe subiectul schimbărilor climatice, un cadru ideologic care subsumează teorii diverse, de la chemtrails la eco-dictatura UE, integrându-se în retorica populistă iliberală (Krange et al., 2021). Această perspectivă leagă analiza comunicării climatice de teoriile comunicării politice,

arătând cum dezinformarea climatică devine teren de confruntare ideologică între paradigme liberale și iliberale (Cook, 2020).

O a treia contribuție rezidă în explorarea rolului central al emoțiilor și identităților sociale în comunicarea despre schimbările climatice. Teza demonstrează că emoțiile au un potențial persuasiv mai puternic decât argumentele strict raționale (Moezzi et al., 2017; Zak, 2015), iar integrarea modelului elaborării probabilității (Petty & Cacioppo, 1986) cu teoria narațiunilor explică de ce publicul procesează mesajele climatice predominant pe ruta periferică, bazată pe indicii afectivi și euristici. Această cheie de lectură susține necesitatea utilizării strategice a poveștilor pozitive despre soluții, capabile să inducă speranță, empatie și mândrie civică, consolidând astfel reziliența la retorica negativistă. În plus, adaptarea mesajelor la identitatea culturală și valorică a publicului țintă (Fløttum & Gjerstad, 2017; van der Linden et al., 2017) devine un principiu central: un mesager intern, credibil pentru un grup social, are forță de persuasiune superioară unui outsider (Van Der Linden et al., 2015). În ansamblu, lucrarea propune o paradigmă teoretică care tratează comunicarea climatică digitală ca pe un proces narativ competitiv, emoțional și tehnologic mediat, punând bazele unei posibile teorii a inoculării emoționale în comunicarea științifică.

În plan practic, teza formulează un set consistent de recomandări. Ea pledează pentru trecerea de la strategii reactive de tip debunking la abordări preventive de inoculare informațională, menite să dezvolte anticorpi mentali împotriva miturilor din domeniul schimbărilor climatice (van der Linden et al., 2017; Cook et al., 2017). În același timp, alfabetizarea media și științifică este prezentată ca o soluție structurală pe termen lung, de implementat sistematic în școli prin curriculum, materiale didactice adaptate cultural și programe de formare pentru profesori, însoțite de inițiative inovatoare precum Săptămâna Verde sau platforme educaționale online. Alte recomandări vizează presa și ONG-urile, chemate să producă ghiduri accesibile pentru verificarea informațiilor, dar și platformele digitale, care trebuie să își asume responsabilitatea de a combate dezinformarea prin parteneriate locale de fact-checking, transparență algoritmică și eliminarea boților, în consonanță cu reglementările europene (Comisia Europeană, 2022). Totodată, se accentuează rolul proactiv al instituțiilor publice, care trebuie să adopte un stil comunicativ transparent, ancorat în realitățile cetățenilor, capabil să dezamorseze suspiciunile și teoriile conspiraționiste (Supran & Oreskes, 2021; Țugulea & Florea, 2024). ONG-urile și inițiativele civice, precum InfoClima, sunt considerate actori-cheie în medierea între știință și public, având capacitatea de a formula contra-narațiuni constructive și mobilizatoare. Teza subliniază importanța narațiunilor pozitive, a mesajelor nepolarizante și a campaniilor strategice naționale, care să

implice guvernul, experții și influenceri relevanți, pentru a transmite mesaje adaptate diferitelor segmente de public. Comunicarea trebuie să fie perseverentă, onestă și incluzivă, orientată nu spre efecte imediate în spațiul digital, ci spre transformări concrete în politici, comportamente și practici sociale.

În concluzie, cercetarea oferă atât un cadru teoretic original, interdisciplinar și adaptat ecosistemului digital, cât și o serie de recomandări practice menite să consolideze reziliența comunicațională în fața dezinformării climatice. Această dublă contribuție – conceptuală și aplicată – creează premisele pentru o comunicare climatică mai eficientă, capabilă să sprijine tranziția către un viitor sustenabil prin cunoaștere, implicare și narațiuni mobilizatoare.

Direcții viitoare de cercetare

Rezultatele obținute în cadrul acestei cercetări, precum și limitele sale metodologice și conceptuale deschid o serie de direcții fertile pentru investigații viitoare în domeniul comunicării digitale pe tema schimbărilor climatice. Prima dintre acestea se leagă de impactul accelerat al tehnologiilor emergente, în special al inteligenței artificiale, asupra modelării și transmiterii discursului climatic. Fenomene precum deepfake-urile – conținuturi audio-vizuale hiperrealiste generate prin rețele neuronale profunde – ridică semne de întrebare majore privind viitorul ecologiei informaționale (Chesney & Citron, 2018). Posibilitatea ca un material fals, dar verosimil, să înfățișeze o figură publică negând realitatea schimbărilor climatice are un potențial perturbator, exploatând vulnerabilitățile cognitive ale publicului și încrederea sa tradițională în imagine. În același timp, rețelele de boți controlați algoritmic, capabile să reproducă interacțiuni aparent autentice la scară masivă, pot construi un consens artificial, multiplicând și amplificând narațiuni climatice distorsionate (Broniatowski et al., 2018). De aici decurg întrebări de cercetare cu relevanță imediată: în ce măsură aceste rețele automate participă la proliferarea miturilor climatice, cum pot fi detectate și contracarate deepfake-urile tematice și care este rolul noilor instrumente de verificare automată a faptelor în arhitectura informativă a viitorului. Totodată, avansul inteligenței artificiale deschide și oportunități benefice, de la algoritmi de fact-checking capabili să identifice rapid falsurile climatice, la instrumente de procesare a limbajului natural care pot urmări în timp real evoluția narațiunilor, oferind expertizei în comunicare un arsenal extins. Se conturează astfel un câmp de cercetare interdisciplinar, situat la intersecția dintre comunicare, informatică și etică, cu o importanță tot mai mare în epoca conținutului generat de IA.

O a doua direcție de dezvoltare este cea a abordării comparative internaționale, în care analiza discursului climatic online din România să fie pusă în oglindă cu cel din alte contexte

naționale. Cercetarea prezentă s-a concentrat asupra spațiului românesc, scoțând în evidență specificitățile sale – nivel relativ scăzut de preocupare publică, influența conținutului tradus, rolul vectorilor media locali. Însă comparația cu state vest-europene, unde gradul de conștientizare este mai ridicat, sau cu alte țări central- și est-europene cu profil similar, ar putea lămuri măsura în care aceste trăsături sunt generalizabile sau, dimpotrivă, strict contextuale. Metodele utilizate – analiza de conținut și interviurile – pot fi replicate pentru a surprinde diferențele culturale în raportarea la criza climatică și pentru a înțelege dacă miturile și strategiile de dezinformare variază semnificativ de la un context la altul. În timp ce în state nordice temele dominante ar putea fi legate de costurile socio-economice ale tranziției verzi, în România sau regiunea sa ar putea prevala accente legate de suveranitate sau raportarea critică la Uniunea Europeană. Date recente confirmă aceste contraste: dacă în ansamblu 9 din 10 cetățeni europeni percep schimbările climatice ca fiind o problemă foarte serioasă, în România proporția este mai redusă (Gómez-Casillas & Márquez, 2023). Această diferență de sensibilitate poate fi corelată cu nivelul scăzut de alfabetizare media al țării, unde reziliența față de știri false este sub media europeană (Lessenski, 2023). Astfel, o cercetare comparativă ar putea oferi nu doar clarificări teoretice – validarea sau infirmarea modelului de conflict narativ și fragmentare propus aici – ci și beneficii practice, prin identificarea unor bune practici de comunicare în țările cu un grad mai mare de reziliență informațională.

Dincolo de aceste două axe centrale – IA și comparațiile internaționale – există și alte piste relevante. Una este extinderea temporală și cantitativă a analizei. Studiul actual a surprins o perioadă limitată și un eșantion restrâns; cercetările viitoare ar putea să urmărească evoluția discursului pe o durată de cinci sau chiar zece ani, pentru a evidenția tendințe și momente de cotitură. De asemenea, investigațiile calitative ar putea fi completate prin sondaje de opinie aplicate pe eșantioane reprezentative, care să măsoare gradul de credință în diferite mituri climatice, oferind o dimensiune statistică solidă pentru interpretările narative. O altă direcție, de factură experimentală, ar viza testarea eficienței unor mesaje de inoculare sau a unor narațiuni pozitive, într-un cadru controlat, asemenea demersurilor realizate în alte contexte (van der Linden et al., 2017). În acest mod, ar putea fi evaluate, în mod direct și cu relevanță locală, strategiile de combatere a dezinformării și de consolidare a consensului științific. În fine, luând în considerare conectivitatea informațională globală, merită investigat modul în care evenimente internaționale majore – conferințe climatice, dezastre naturale extreme, mișcări transnaționale de activism – reverberează în mediul digital românesc. Receptarea discursului Gretei Thunberg, asumarea conceptului de urgență climatică sau impactul mișcării Fridays for Future sunt doar câteva exemple care pot fi explorate pentru a înțelege cum se articulează

relația dintre narațiunile globale și cele locale. În concluzie, perspectivele de cercetare în domeniul comunicării climatice online sunt multiple și convergente. Apariția tehnologiilor IA, nevoia unor comparații interculturale, importanța extinderii empirice și relevanța experimentării unor strategii inovative de comunicare conturează un câmp de explorare dinamic și interdisciplinar. Deși axată pe cazul românesc și pe o perioadă limitată, cercetarea de față oferă o bază solidă și propune întrebări de mare actualitate, invitând la colaborări între comunitatea academică, practicieni și experți din climatologie și politici publice. În acest cadru, viitoarele strategii de comunicare despre schimbările climatice, fie ele naționale sau regionale, au șansa de a deveni mai eficiente în a informa, sensibiliza și mobiliza societatea în fața provocării climatice.

Bibliografie selectivă

- Broniatowski, D. A., Jamison, A. M., Qi, S., AlKulaib, L., Chen, T., Benton, A., Quinn, S. C., & Dredze, M. (2018). Weaponized health communication: Twitter bots and Russian trolls amplify the vaccine debate. *American Journal of Public Health*, 108(10), 1378–1384. <https://doi.org/10.2105/ajph.2018.304567>
- Bushell, S., Buisson, G. S., Workman, M., & Colley, T. (2017). Strategic narratives in climate change: Towards a unifying narrative to address the action gap on climate change. *Energy Research & Social Science*, 28, 39–49. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2017.04.001>
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2018). Deep Fakes: a looming challenge for privacy, democracy, and national security. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954>
- Cheval, S., Bulai, A., Croitoru, A., Dorondel, Ș., Micu, D., Mihăilă, D., Sfîcă, L., & Țîșcovschi, A. (2022). Climate change perception in Romania. *Theoretical and Applied Climatology*, 149(1–2), 253–272. <https://doi.org/10.1007/s00704-022-04041-4>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Comisia Europeană (2022). *Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*. *Official Journal of the European Union*, L 277, 1–102. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022R2065>

- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLoS ONE*, 12(5), e0175799. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>
- Dunlap, R. E., & Brulle, R. J. (2020). Sources and Amplifiers of Climate Change Denial. In D. C. Holmes & L. M. Richardson (Eds.), *Research Handbook on Communicating Climate Change* (pp. 49–61). Edward Elgar Publishing.
- Fløttum, K., & Gjerstad, Ø. (2017). Stories about climate change: The influence of language on Norwegian public opinion. In M. D. Jones, L. Levrets, & H. D. Jenkins (Eds.), *The role of language in the climate change*
- Gómez-Casillas, A., & Márquez, V. G. (2023). The effect of social network sites usage in climate change awareness in Latin America. *Population and Environment*, 45(2). <https://doi.org/10.1007/s11111-023-00417-4>
- Hulme, M. (2009). *Why We Disagree about Climate Change*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511841200>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2014). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Krange, O., Kaltenborn, B. P., & Hultman, M. (2021). Don't confuse me with facts—how right-wing populism affects trust in climate science in Norway. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8, 1–9. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00930-7>
- Lessenski, M. (2023). Bye, Bye Birdie: The Challenges of Disinformation – Media Literacy Index 2023. *Open Society Institute – Sofia*. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf>
- Lewandowsky, S., Gignac, G. E., & Oberauer, K. (2013). The role of conspiracist ideation and worldviews in predicting rejection of science. *PLoS ONE*, 8(10), e75637. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0075637>
- Milkoreit, M. (2017). Imaginary politics: Climate change and making the future. *Elementa: Science of the Anthropocene*, 5(62), 1–16. <https://doi.org/10.1525/elementa.249>
- Moezzi, M., Janda, K. B., & Rotmann, S. (2017). Using stories, narratives, and storytelling in energy and climate change research. *Energy Research & Social Science*, 31, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2017.06.034>
- Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010). *Merchants of doubt: How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming*. Bloomsbury Publishing USA.

- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. În *Advances in experimental social psychology* (pp. 123–205). [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60214-2)
- Saunders, K. L. (2017). The impact of elite frames and motivated reasoning on beliefs in a global warming conspiracy: The promise and limits of trust. *Research & Politics*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2053168017717602>
- Supran, G., & Oreskes, N. (2021). Rhetoric and frame analysis of ExxonMobil's climate change communications. *One Earth*, 4(5), 696–719. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2021.04.014>
- Țugulea, A.-M., & Florea, A. M. (2024). The security of EU citizens when confronted with climate change and disinformation. *Strategic Impact*, 2024(1), 34–49. https://revista.unap.ro/index.php/XXI_CSSAS/article/download/1924/1877
- Van Der Linden, S. L., Leiserowitz, A. A., Feinberg, G. D., & Maibach, E. W. (2015). The scientific consensus on climate change as a gateway belief: experimental evidence. *PLoS ONE*, 10(2), e0118489. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118489>
- Van Der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the Public against Misinformation about Climate Change. *Global Challenges*, 1(2). <https://doi.org/10.1002/gch2.201600008>
- Zak, P. J. (2015, 2 februarie). Why inspiring stories make us react: The neuroscience of narrative. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4445577/>