

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
ȘCOALA DOCTORALĂ

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

TEMA: ANALIZA IMPACTULUI FENOMENULUI FAKE NEWS
ÎN DEMOCRAȚIA UNIUNII EUROPENE

Conducător de doctorat

Prof. univ. dr. Iordan Gh. BĂRBULESCU

Student-doctorand

Mariana POP

București

2021

Preocuparea mea pentru studiul fenomenului *fake news* și implicațiile sale în decizia britanicilor de a alege ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană dezvăluie propria mea dorință de a pătrunde în misterul parcursului european al Regatului Unit și al activității de comunicare în cadrul campaniilor electorale, interesul meu personal de a dezvălui mecanismele acțiunii de comunicare în cadrul relațiilor internaționale, precum și propriul angajament de a realiza, prin prisma experienței personale și profesionale în comunicare, mass-media și studiile în relațiile internaționale, prezenta lucrare de cercetare. Lucrarea abordează problematica *fake news* și a dezinformării, efectele acestora asupra societății, modul în care influențează curentul eurosceptic și deficitul democratic, consecințele asupra democrației și asupra preferințelor de vot, având ca studiu de caz referendumul privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană.

Decizia fără precedent a unui stat membru de a părăsi proiectul european, motivele pentru care britanicii au votat astfel și pentru care s-au prezentat la referendum într-un număr mai mare decât la alte procese electorale, subiectele abordate de campaniile *Remain* și *Leave* și ulterior dezbătute în spațiul public mi-au stârnit interesul pentru aprofundarea cercetării parcursului european al Regatului Unit. Tot din perspectiva relațiilor internaționale și conexas cu aceste teme am urmărit aprofundarea cunoștințelor în legătură politicile și deciziile europene în raport cu nemulțumirile invocate de britanici. Totodată, am fost interesată să descopăr dacă a contat poziția eurosceptică a Regatului Unit avută de-a lungul timpului față de proiectul european și care este percepția britanicilor față de calitatea de stat membru a Regatului Unit, aceasta implicând cercetări și privind deficitul democratic din spațiul european. Întrucât scena internațională cunoaște o dinamică în evoluția evenimentelor sunt necesare cercetări și analize permanente pentru o înțelegere cu o cât mai mare acuratețe a acestora, dar mai ales, evenimentele fără precedent m-au determinat să abordez această temă.

În același timp, campania pentru Brexit a fost intensă atât din partea *Remain* și *Leave*, cât și din partea mass-media și *social media*, în spațiul public discutându-se despre informații înșelătoare, care instigă la fragmentare socială și care afectează democrația Regatului Unit. Dezinformarea, influențarea sau manipularea opiniei publice datează din cele mai vechi timpuri, însă elementul de noutate vine din progresele tehnologice care fac ca în vremurile pe care le trăim, prin intermediul internetului, schimbul de informații, de idei și opinii între cetățenii diferitelor națiuni ale lumii să se realizeze aproape instant. Elementul tehnologic se remarcă prin complexitatea, dimensiunea, amploarea, viteza de răspândire a informațiilor și costurile reduse pentru răspândirea acestora. Preocuparea mea pentru studiul fenomenului *fake news*, efectele pe care le are asupra percepției umane și implicațiile sale în decizia britanicilor de a alege ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană dezvăluie propria mea dorință de a aprofunda modul de transmitere a informațiilor în spațiul public, de a înțelege puterea ideilor, a percepției și a identităților care au potențialul de a genera schimbări în sistemul internațional.

De aici și abordarea cercetării prin prisma teoriei constructiviste, care reprezintă o noutate în dezbateră relațiilor internaționale, prezentând o nouă perspectivă asupra înțelegerii intereselor naționale, strâns legate de rolul ideilor, al identităților, al instituțiilor și al schimbării, explicând atitudini și comportamente, reliefând rolul interpretărilor, al deliberărilor și al alegerilor.

Constructivismul arată că schimbările din sistemul internațional pot fi generate de o idee. Analiza impactului fenomenului *fake news* prin teoria constructivistă consider că este o abordare inovativă de cercetare a apartenenței Regatului Unit la Uniunea Europeană, a euroscepticismului, a deficitului democratic, a *fake news* și a dezinformării. Pentru cei care aderă la ea, ideea oferă sentimente de apartenență, de identitate și poate modela percepții, atitudini și comportamente, inclusiv decizii în alegeri și referendumuri. Datorită internetului și noilor tehnologii, diseminarea ideilor, a informațiilor, inclusiv a *fake news*, prin mass-media și *social media*, prin *profilingul* oferit de *big data*, poate câștiga un public numeros, iar efectul influențării acestuia poate fi manifestarea comportamentului așteptat.

Un rol important în formarea sau modelarea identităților, intereselor, percepțiilor și normelor care ocupă un loc central în teoria constructivismului îl ocupă comunicarea, prin importanța narațiunilor, a discursului, a limbajului. Comunicarea socială și-a găsit loc în cercetările constructiviștilor. Interacțiunile dintre unitate și sistem au loc într-o realitate socială prin intermediul comunicării și, în funcție de conținutul acesteia, actorii pot atribui semnificații, pot avea diferite percepții, opinii și acțiuni. Se creează astfel un triunghi: comunicare-rațiune-acțiune, un proces în care cetățenii și societatea se constituie fiecare în mod continuu și reciproc. Actele de vorbire construiesc adesea realitatea, nu doar o descriu, dând naștere unor interacțiuni și procese, în special procese de construcție socială între actori. Normele existente și înțelegerea lor de către actori au un rol fundamental în construirea identităților.

Lucrarea prezintă, analizează și dezvoltă argumentul potrivit căruia o idee poate produce schimbări în sistemul internațional, respectiv ideea lui David Cameron de a organiza un referendum a determinat organizarea acestuia, urmată de mobilizarea campaniilor *Leave* și *Remain*, producându-se o polarizare a acestui subiect în spațiul public, în mass-media și în online, asociată cu dezinformarea. Tot acest parcurs s-a finalizat cu rezultatul Brexit, britanicii hotărând să părăsească Uniunea Europeană, alegerea lor producând schimbări nu doar la nivelul Regatului Unit, ci în întregul sistem internațional. Și totul... a pornit de la o idee.

Am apreciat importanța subiectului în științe politice, relații internaționale, comunicare, sociologie, istorie și științe psihocomportamentale și am prezentat un nou cadru teoretic multidisciplinar, o cunoaștere științifică, originală și avansată a domeniului cercetat, inclusiv prin metodele de validare științifică, folosind instrumente fidele și robuste de investigare care testează ipotezele anunțate. Toate acestea, însoțite de o analiză statistică riguroasă și complexă folosită pentru

identificarea unor legături cauzale și contextuale, fac din prezenta lucrare o cercetare unică și inovativă. Experții intervievați, cu expertiză și experiență europeană sau americană în relații internaționale, comunicare și sociologie, sunt relevanți pentru tema cercetată.

Din punct de vedere metodologic, lucrarea de față se bazează pe metode mixte și este fundamentată pe o riguroasă documentare prin studierea literaturii de specialitate, a cărților și a articolelor academice, dar și a surselor deschise, ziare, publicații online, mass-media, pagini web care tratează fenomenul *fake news*, dezinformarea, paradigma constructivistă, curentul eurosceptic, elaborarea politicilor europene, democrația Uniunii Europene, deficitul democratic. Totodată, documentarea riguroasă este susținută și prin definirea termenilor cheie și analiza cuvintelor în vederea cunoașterii semnificațiilor și înlăturării ambiguității, prin analiza unor eurobarometre, statistici, studii și rapoarte, precum și a unor interviuri, acestea reprezentând studiul de caz al cercetării. La nivel metodologic, pentru a asigura validitatea datelor obținute, am optat pentru un design mixt de cercetare, folosind atât metode cantitative, cât și calitative pentru care am folosit două tipuri de abordări:

- o cercetare bibliografică amănunțită prin analiza literaturii de specialitate și a tuturor articolelor științifice publicate într-o bază internațională pe tema cercetată, revizuirea acestora (*literature review*), prin rezumarea și interpretarea constatărilor din cercetare raportate în literatura de specialitate; scopul a fost dublu: identificarea clară a direcției de cercetare propuse și realizarea unei sinteze bibliografice care să reprezinte un suport teoretic pentru cercetarea aplicativă;
- o cercetare aplicativă prin utilizarea următoarelor metode de cercetare: analiza unor eurobarometre, studii și rapoarte, studiul de caz, interviuri structurate cu experți relevanți subiectului cercetat și interpretarea acestora, analiza SWOT.

Lucrarea, structurată în capitole și subcapitole, urmărește parcurgerea într-o succesiune logică a unor etape, pentru verificarea ipotezelor și atingerea obiectivelor, realizând scopul cercetării.

Astfel, am stabilit următoarea structură:

- o introducere în care este prezentată succint tema cercetării, motivația, gradul de noutate și contribuția individuală;
- primul capitol – *Metodologia cercetării științifice* – cuprinde descrierea metodologiei cercetării, a ipotezelor și a obiectivelor;
- capitolul al doilea – *Istoric și cronologii. Abordări teoretice din domeniul relațiilor internaționale privind tema cercetată* – prezintă istoricul relației dintre Regatul Unit și Uniunea Europeană de-a lungul timpului, noțiuni referitoare la euroscepticism și exemplificări ale acestuia din societatea britanică, noțiuni descriptive din istoria Regatului Unit în legătură cu excepționalismul britanic, o cronologie sintetică a evenimentelor din anul

anterior Brexit, aspecte privind decizia organizării referendumului și privind Articolul 50 din Tratatul privind Uniunea Europeană care prevede ieșirea unui stat membru din blocul comunitar, noțiuni privind deficitul democratic, precum și abordări analitice prin prisma teoriei constructiviste și a realității sociale; pentru a înțelege relația dintre Regatul Unit și Uniunea Europeană este necesar să privim înapoi în timp și să studiem istoria ce le-a legat, până în anul 2016;

- capitolul al treilea – *Considerații teoretice referitoare la ascensiunea fenomenului fake news. Teorii din domeniul comunicării* – prezintă stadiul de cunoaștere a problemei cercetate, se axează pe trecerea în revistă și studiul literaturii de specialitate, a unor lucrări și articole științifice publicate până la momentul redactării lucrării, cu referire la *fake news*, dezinformare, euroscepticism, deficit democratic, influențare, manipulare, Brexit și aspecte teoretice referitoare la acestea;
- capitolul al patrulea – *Cercetări privind sursele de informare ale britanicilor și efecte ale dezinformării. Eurobarometre, studii și analize* – cuprinde noțiuni despre rolul mass-media și referiri privind presa britanică, o analiză a articolelor apărute în publicațiile britanice, o cercetare cantitativă și calitativă referitoare la articolele apărute în publicațiile britanice online în ziua premergătoare Brexit, inclusiv cele mai răsunătoare dezinformări în campania privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană, alături de o prezentare și o analiză a unor eurobarometre, statistici, studii și rapoarte relevante pentru tema cercetată din anul anterior Brexit;
- capitolul al cincilea – *Contribuții la cunoașterea fenomenului Brexit. Studii de caz și interviuri cu experți* – continuă partea practică a cercetării cu studiul de caz prin analiza interviurilor realizate cu experți din relații internaționale, comunicare și sociologie, precum și o analiză SOWT;
- *Concluziile generale ale cercetării* – sunt elaborate principalele concluzii privind tema lucrării, obținute în urma cercetării teoretice și practice, sunt propuse unele măsuri pentru prevenirea și combaterea *fake news* și a dezinformării, limitările incluzând problemele și lacunele identificate, precum și posibile teme și direcții pentru cercetările viitoare;
- *Bibliografie și Anexe.*

Am considerat oportună cercetarea amănunțită a trecutului și a parcursului european ale Regatului Unit. Capitolele referitoare la partea teoretică prezintă o imagine de ansamblu asupra relației Regatului Unit și Uniunea Europeană, precum și o expunere obiectivă a evoluției evenimentelor care au dus la organizarea referendumului, care presupunea posibilitatea ieșirii unui stat membru din proiectul european. În această secțiune am enunțat, de asemenea, prevederile articolului din Tratatul privind Uniunea Europeană care oferă această posibilitate și câteva

considerente analitice asupra deficitului democratic al Uniunii Europene. Am trecut totul prin filtrul teoriei constructiviste în încercarea de a explica schimbările din sistemul internațional, atitudinile și deciziile unor actori prin prisma intereselor și identităților pe care aceștia le au.

Tema lucrării am stabilit-o pe baza observării realității, cum ar fi noile provocări ale proiectului european, evoluția componentei tehnologice și a mediului digital, cu efecte în influențarea mass-media, a comunicării politice, a opiniei publice și a alegătorilor în formarea și conturarea percepțiilor și atitudinilor, în raport cu problemele necesar a fi soluționate, precum fenomenul dezinformării care reprezintă o provocare nu doar spațiului european, ci întregul sistem internațional și pentru care, toate eforturile converg spre identificarea și implementarea unor măsuri eficiente. Elaborarea prezentei lucrări este fundamentată pe rezultatele cercetărilor și publicațiilor existente, pentru a observa dacă subiectul a fost cercetat, în ce mod și care este stadiul cunoașterii, iar după un studiu îndelungat, noutatea temei și originalitatea abordării se regăsesc în partea practică a lucrării, prin analiza cantitativă și calitativă a eurobarometrelor, a statisticilor, a rapoartelor și a altor studii, a monitorizării mass-media, prin analiza interviurilor, respectiv prin rezultate și concluzii.

Pentru a afla stadiul cercetărilor până în prezent am studiat baza ProQuest, selectând articolele științifice dedicate relațiilor internaționale și științelor politice, publicate în limbile engleză și română. Termenii în baza cărora am efectuat căutarea acestora au fost *brexit* și *fake news*, până la data de 6 ianuarie 2020, selecția acestor criterii generând 59 de articole științifice, dintre care 13 articole nu au prezentat informații relevante pentru tema cercetată.

Articolele ProQuest, semnate de autori din toate colțurile lumii, abordează în mod integrat comunicarea și relațiile internaționale, având punct de referință Brexit. O analiză asupra referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană presupune o abordare multidisciplinară pentru a înțelege contextul general de la momentul Brexit, motivele pentru care s-a organizat referendumul și cauzele rezultatului înregistrat, percepția britanicilor referitoare la acest subiect și cum se raportează aceștia la factorii de decizie, naționali, europeni sau internaționali. Totodată, pentru cercetarea rolului informațiilor în cazul Brexit este necesară aprofundarea noțiunilor privind comunicarea, mass-media și *social media* în relațiile internaționale, al căror rol, prin prisma dezvoltării tehnologice, a internetului și a tehnologiei, ar trebui reconsiderat.

Pornind de la excepționalismul britanic și evoluția mediului digital, partea specifică a acestei cercetări propune o abordare documentată asupra fenomenului *fake news*, a rolului mass-media reconfigurat de prezența în mediul online, dezinformările vădite în campania referendumului, preferințele britanicilor în mediul online și preferințele de vot ale acestora. Pentru a face o punte de legătură cu partea practică a acestei teze, am prezentat, după o analiză a bibliografiei în domeniu, o analiză a eurobarometrelor, statisticilor, studiilor și rapoartelor relevante temei cercetate din anul anterior Brexit.

Secțiunea experimentală a lucrării, care aduce o contribuție domeniului prin cercetări proprii, analizate teoretic și experimental, cuprinde o analiză a articolelor publicate în ziua pre-Brexit, precum și interviuri cu experți în relații internaționale, comunicare și sociologie, ale căror răspunsuri au fost trecut prin filtrul unei analize SWOT, ceea ce a generat o imagine de ansamblu.

Pentru a vedea abordarea subiectului Brexit de către publicațiile online din Regatul Unit, imparțialitatea sau lipsa acesteia în informațiile transmise cititorilor, precum și pentru a identifica poziționarea mass-media în sprijinul uneia dintre campaniile *Leave* sau *Remain*, am analizat articolele apărute în ziua precedentă referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană. Selectarea publicațiilor online am făcut-o pe baza statisticilor agenției guvernamentale britanice Ofcom pentru anul 2016, în funcție de numărul cititorilor lunari atât în format print, cât și digital.

Pentru subiectul cercetat am ales metoda interviului deoarece abordarea constructivistă a lucrării se bazează pe premisa că anumite informații sau evenimente pot influența și determina formarea, modelarea sau schimbarea percepțiilor, a atitudinilor, inclusiv a deciziilor pe care le ia o persoană. După cum afirma sociologul britanic Margaret Stacey, utilizarea interviului este recomandată atunci când este necesar să se studieze comportamente dificil de observat, credințe și atitudini. Alegerea interviului ca metodă care să servească scopului cercetării este justificată prin avantajul de a facilita obținerea informațiilor, contribuind prin validarea, invalidarea sau validarea parțială a ipotezelor, prin completarea și verificarea informațiilor colectate în scopul elaborării lucrării. Lucrarea, care îmbină mai multe metode, devine complexă prin studiul de caz realizat cu ajutorul metodei calitative – interviul, care nu implică o cuantificare, ci o observare atentă, o analiză calitativă și o interpretare a răspunsurilor obținute în urma unor dialoguri cu persoane ce au un rol activ în găsirea unor explicații și răspunsuri în tematica cercetată, cum ar fi membrii ai Grupului de experți înființat de Comisia Europeană, experți și analiști din Regatul Unit și Statele Unite ale Americii, diplomați britanici. Studiul de caz este interactiv, flexibil, focalizat pe opiniile, argumentele și perspectivele participanților la interviu. Astfel, studiul de caz surprinde punctele de vedere ale celor intervievați, aceștia având libertatea de a descrie și de a explica propriile convingeri în domeniul lor de competență, dar implică și o autoreflexie intensivă.

În calitate de cercetător sunt interesată de opiniile experților în relații internaționale, comunicare și sociologie despre Brexit și consider că răspunsurile acestora vor avea o contribuție relevantă în cadrul lucrării.

În urma analizei literaturii de specialitate, articolelor științifice, studiului statisticilor, monitorizării mass-media și ținând cont de evoluțiile tehnologice, consider că este necesară o viziune și o strategie complexă pentru combaterea dezinformării, iar măsurile și acțiunile practice să implice o activitate cât mai redusă de *fact-checking* din partea utilizatorilor/cititorilor și să fie puse cât mai curând în practică. De aceea, prin prezenta lucrare propun un instrument care să contribuie la

combaterea dezinformării și la reducerea deficitului democratic: un sistem de certificare a calității și a încrederii pentru publicațiile online și platformele sociale, astfel încât utilizatorul să poată stabili ce este de încredere sau ce nu este de încredere, având la dispoziție niște repere care nu necesită niciun efort și niciun cost din partea sa.

Pe baza rezultatelor obținute în partea practică a lucrării, a celor reieșite din studiul de caz, împreună cu oportunitățile și amenințările pentru domeniile relațiilor internaționale și comunicare, identificate în urma analizei interviurilor cu experții, am concretizat ulterior, respectând libertatea presei, libertatea de exprimare și dreptul la informație, ceea ce am numit în această cercetare drept o *certificare de încredere și calitate pentru publicațiile online*, nesupuse vreunei reglementări de formă sau de conținut cum se întâmplă actualmente în audio-vizual. Această certificare ar putea avea un aspect practic la nivel global, o metodologie unică de elaborare, dezvoltare, implementare și monitorizare a activității publicațiilor online, astfel încât cititorii să știe dacă informațiile pe care le citesc prezintă un grad mai scăzut sau mai ridicat de încredere și un anumit standard de calitate. Prin extensie, cercetarea poate fi continuată pornind de la ideea că certificarea de încredere și calitate ar putea fi aplicată în toate paginile web din mediul online.

Inovația științifică și valoarea teoretică a lucrării este susținută de fundamente teoretice, epistemologice și metodologice utilizate în elaborarea unei posibile soluții de combatere a dezinformării: *certificarea de încredere și calitate a publicațiilor online*.

Ipotezele cercetării

Pentru a lansa ipotezele acestei teze, propun ca suport bibliografic cele mai relevante eurobarometre realizate la cererea Comisiei Europene, în anii 2015 și 2016, perioada de un an calendaristic anterioară Brexit, privind opinia publică în Uniunea Europeană, preferințele utilizatorilor de internet britanici în mediul digital, pluralismul media și democrația, dezinformarea, rapoarte privind mass-media și *social media* realizate de prestigioasele Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ)¹ din cadrul University of Oxford și Centre for Research in Communication and Culture², Loughborough University, statistici IPSO Mori privind preferințele de vot ale cetățenilor britanici și alte studii și cercetări în domeniul temei. Dincolo de studiul literaturii de specialitate, al articolelor științifice, analiza articolelor din mass-media, cursurilor sau observațiilor și experiențelor personale, cercetările menționate mai sus au reprezentat o bază teoretică excepțională pentru documentarea acestei lucrări, iar prestigiul Uniunii Europene și al instituțiilor de învățământ superior

¹ ***, David A.L. Levy, Billur Aslan, Diego Bironzo, „*UK Press Coverage of the EU Referendum*”, Reuters Institute for the Study of Journalism, Prime Research, publicat în 2016, disponibil la https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/UK_Press_Coverage_of_the_%20EU_Referendum.pdf, accesat la 25.01.2020.

² ***, Daniel Jackson, Einar Thorsen, Dominic Wring, „*EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign*”, publicat în iunie 2016, disponibil la <http://www.meandeuropa.co.uk/wp-content/uploads/EU-Referendum-Analysis-2016-Jackson-Thorsen-and-Wring-v2.pdf>, accesat la 11.04.2020.

este un argument solid că rezultatele citate în cadrul tezei sunt relevante.

Astfel, ipotezele de cercetare ale prezentei teze de doctorat sunt următoarele:

- **sistemul internațional se confruntă și este afectat de noua provocare tehnologică, și anume comunicarea în online;**
- **publicațiile britanice online nu au tratat subiectul referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană în mod imparțial și obiectiv;**
- **a existat *fake news* și dezinformare în campania pentru referendum;**
- **excepționalismul britanic și euroscepticismul s-au accentuat, generând un vot mai mult emoțional, decât fundamentat pe argumente raționale;**
- **utilizarea *fake news* și a dezinformării a influențat preferințele de vot ale britanicilor;**
- **noile provocări din mediul digital, mass-media și *social media*, necesită o abordare la nivel global. Uniunea Europeană se adaptează permanent, dar are nevoie de măsuri pentru reducerea deficitului democratic și a dezinformării.**

Obiectivul general al cercetării

Obiectivul general al lucrării este de a afla dacă fenomenul *fake news*, prin știri și informații neadevărate sau campanii politice înșelătoare, accentuează euroscepticismul și deficitul democratic, influențând percepțiile și comportamentele alegătorilor și afectând Uniunea Europeană și viitorul proiectului european.

În funcție de datele obținute, lucrarea ar putea contribui la identificarea modului de manifestare a fenomenului *fake news* și a dezinformării, a implicațiilor și consecințelor acestora în rezultatul referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană. Totodată, prezenta cercetare își propune să identifice argumentele cetățenilor britanici care au considerat că ieșind de sub cupola instituțiilor europene, Regatului Unit i-ar fi mai bine. Aceste aspecte ar putea necesita noi abordări la nivelul Uniunii, inclusiv noi politici sau strategii eficiente pentru combaterea dezinformării, promovarea valorilor europene și a avantajelor statelor de a fi membre UE, cu scopul de a apropia cetățenii de guvernarea europeană și pentru a crește încrederea lor în proiectul european.

Obiectivele specifice ale cercetării

Obiectivele specifice ale tezei de doctorat sunt următoarele:

- **Analiza istoricului relației UK-UE;**
- **Analiza abordării mass-media a subiectului referendumului;**
- **Implicațiile fenomenului *fake news* și a dezinformării la nivelul Uniunii Europene;**
- **Contribuții la identificarea de noi posibile soluții sustenabile în combaterea dezinformării.**

Pentru a atinge aceste obiective specifice, am prezentat relația dintre Regatul Unit și Uniunea Europeană de la momentul pre-aderării în Comunitatea Economică Europeană și atitudinea manifestată de fosta putere colonială privind construcția europeană, de-a lungul timpului, precum și similitudinile dintre cele două referendumuri organizate în anii 1975 și 2016 privind apartenența Regatului Unit la proiectul european. De asemenea, am expus o cronologie succintă a evenimentelor ce s-au derulat în anul anterior Brexit.

Pentru a explora abordarea mediatică a subiectului referendumului și pentru a afla cum a tratat mass-media britanică acest subiect, în anul dinaintea Brexit, perioada aleasă pentru cercetare, am analizat mai multe eurobarometre, statistici, studii și rapoarte relevante cercetării. Totodată, am considerat oportună și realizarea unei analize din punct de vedere al conținutului articolelor apărute în zece publicații online, pentru a afla dacă mass-media online a furnizat cititorilor articole echilibrate, imparțiale, obiective sau într-un mod părtinitor, subiectiv. Cele zece publicații au fost selectate ținând cont de statisticile agenției guvernamentale britanice Ofcom pentru anul 2016, în funcție de numărul cititorilor lunari atât în format tipărit, cât și digital.

Din cele 126 de articole regăsite pe Google, prin filtrarea rezultatelor pentru ziua de 22 iunie 2016 pentru fiecare pagină web, majoritatea – 46 în total – au fost cele care susțineau campania *Leave*, 41 de articole în favoarea *Remain* și 39 cu un ton neutru. În ceea ce privește publicațiile cu articole majoritar pro *Leave* sunt: Daily Mail, The Sun, Daily Telegraph, Daily Express, The Times, prin urmare 5 din cele 9 ziare online au publicat informații în favoarea campaniei *Leave*, în timp ce susținerea față de proiectul european s-a regăsit în Daily Mirror, The Guardian, Metro și London Evening Standard. Analiza calitativă se regăsește în cadrul lucrării de doctorat.

Totodată, am expus o scurtă analiză a modului de prezentare a primei pagini a publicațiilor din ziua referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană, 23 iunie 2016. În funcție de conținutul expus pe prima pagină, trei din cele zece publicații analizate în subcapitolul anterior, au sprijinit *Leave*, trei au fost de partea *Remain* și patru publicații au fost neutre. De asemenea, analiza calitativă se regăsește în cadrul cercetării.

Lucrarea cuprinde și o analiză privind temele dominante din categoria *fake news*, respectiv mesajele-cheie în abordarea dezinformării.

În ceea ce privește percepția britanicilor în relația cu Uniunea Europeană, am analizat eurobarometrele relevante din anul precedent Brexit, care oferă date despre situația politică și cea economică, națională și europeană, despre îngrijorările cetățenilor europeni și a celor britanici, așteptările acestora de la proiectul european și opiniile lor cu privire la investiții, industrie, energie, comerț și imigrație, în urma răspunsurilor furnizate de către cetățenii britanici. Am realizat, de asemenea, o analiză a eurobarometrelor care oferă date despre preferințele utilizatorilor de internet pentru a accesa conținut online, pluralismul media și dezinformarea, despre independența media,

nivelul de încredere al cetățenilor statelor membre în știrile și informațiile pe care le regăesc în media, platforme online și alte servicii oferite de internet, amenințările reprezentate de discursul de instigare la ură și cele din *social media*, precum și modul în care cetățenii sunt influențați de dezbaterile online. Cercetarea a urmărit, de asemenea, gradul de conștientizare asupra *fake news* și asupra dezinformării online, percepția pe care cetățenii europeni o aveau privind răspândirea informațiilor false sau informațiilor care îi pot induce în eroare, opinia și atitudinile acestora despre întregul fenomen, precum și părerea lor despre democrație și rolul instituțiilor în contracararea dezinformării.

În anul dinaintea Brexit – 2015, la nivelul statelor membre, încrederea în Uniunea Europeană era cu 17% mai scăzută decât maximum din anul 2007 și în creștere începând cu toamna lui 2014, după aproape trei ani în care înregistrase cele mai scăzute valori: 2007 – 57%, 2013 – 31% și 2015 – 40%. În ceea ce privește britanicii, dintre toți cetățenii statelor membre, aceștia au declarat că se simt cel mai puțin europeni. Mai degrabă pesimiști în legătură cu viitorul proiectului european, britanicii au afirmat că cea mai mare îngrijorare atât față de proiectul european, cât și față de țara lor era imigrația.

Pentru identificarea implicațiilor și consecințele fenomenului *fake news* și a dezinformării la nivelul Uniunii Europene am realizat interviuri cu experți în relații internaționale, comunicare și sociologie. Am încercat să aflu, de asemenea, ce a generat organizarea referendumului, cum s-au desfășurat campaniile *Remain* și *Leave*, cum a influențat Brexit proiectul european și dacă a provocat instabilitate, motivele pentru care există o lipsă de apartenență la identitatea europeană, o lipsă de încredere a britanicilor în Uniunea Europeană și cum poate fi creată o apropiere între cetățeni și instituțiile europene.

Experții intervievați în prezenta lucrare sunt:

1. Alina Bârgăoanu – decan al Facultății de Comunicare și Relații Publice din cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, membru al consiliului consultativ al Observatorului European pentru Media Digitale, membru afiliat al European Center of Excellence for Countering Hybrid Threats, Helsinki. De asemenea, Alina Bârgăoanu a fost *visiting fellow* la Minda de Gunzburg Center for European Studies, Harvard University (octombrie 2018 – martie 2019), precum și expert în cadrul Grupului la nivel înalt pentru combaterea știrilor false și a dezinformării din mediul online – Comisia Europeană (2018).
2. Corneliu Bjola – profesor asociat în studii diplomatice la Oxford University, acesta a obținut doctoratul în științe politice la University of Toronto, în 2007. A fost cercetător la Woodrow Wilson International Center for Scholars și membru invitat la Australian Defense Force Academy (2012) și la China Foreign Affairs University (2016). Interesele sale de cercetare sunt cu privire la impactul tehnologiei digitale asupra conduitei diplomației, cu accent pe comunicarea strategică și influența digitală, precum și pe teoriile și metodele de combatere a

dezinformării și propagandei. Corneliu Bjola a fost distins în 2014 cu premiul OxTALENT pentru îmbunătățirea experienței de învățare a studenților folosind aplicații de socializare acordate de Oxford Committee on Teaching and Learning Enhanced with Technology.

3. David Hazinski – profesor emerit de mass-media la University of Georgia, Statele Unite ale Americii, acesta este specializat în știri digitale și televiziune și coordonator al *Intelligent Media Consultants*, o companie internațională de consultanță media, care a asistat la lansarea a opt posturi de televiziune în întreaga lume. În calitate de profesor asociat, David Hazinski a predat jurnalism, timp de peste 30 de ani, la Grady College din Georgia. În 2018, a fost desemnat în Top 10 cei mai influenți profesori de jurnalism din America de către News Pro Magazine și, în același an, Georgia Association of Broadcasters i-a înmânat premiul Golden Mic Award pentru servicii remarcabile și contribuții în cadrul asociației.
4. Charles N. Davis – decan al „Henry Woodfin Grady” College of Journalism and Mass Communication din cadrul University of Georgia, Statele Unite ale Americii, începând din anul 2013. Anterior, acesta a fost, timp de 14 ani, profesor la University of Missouri School of Journalism. Charles Davis a fost, de asemenea, director executiv al Coaliției Naționale pentru Libertatea de Informare în cadrul University of Missouri. De-a lungul carierei, Charles Davis a fost distins cu John Aubuchon Freedom of the Press Award din partea National Press Club, Scripps-Howard National Journalism Professor of the Year Award, University of Missouri’s Faculty-Alumni Award și the Provost’s Award for Junior Faculty Teaching.
5. David M. McCourt – profesor asociat la University of California-Davis și sociolog politic internațional. Principala sa cercetare vizează sursele sociale ale acțiunii statului în politicile internaționale, cu un accent empiric asupra Regatului Unit, Statelor Unite ale Americii și Uniunii Europene. La recomandarea lui Alexander Wendt, l-am contactat pe profesorul David M. McCourt, instruit de renumitul constructivist Fritz Kratochwil.

Cei cinci experți în comunicare, relații internaționale sau sociologie au considerat, în mod unanim, că principala cauză a Brexit a fost discursul anti-imigrație. Rezultatul referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană a fost și un rezultat al dezinformării, au apreciat patru din cele cinci persoane intervievate. Experții au apreciat că dezinformarea a fost o cauză a Brexit, răspunzând cu „parțial” sau „total de acord” la această întrebare. Alte cauze identificate, dar susținute individual de cei intervievați au fost discursul xenofob, contribuția Regatului Unit către Uniunea Europeană, discursul partidelor extremiste și suveranitatea partajată. În ceea ce privește profilul psiho-cultural al britanicilor, majoritatea celor intervievați au spus că acesta a relevat dintotdeauna o atitudine sceptică privind proiectul european. O analiză pe larg este prezentată în cadrul lucrării.

Cercetarea va arăta că ultimele zile de campanie au fost o infuzie de informații, iar britanicii

indecizi sau confuzi ar fi putut fi influențați de mesajele primite. Mai mult, campaniile de informare persuasive au expus publicul la un amestec de informații, știri, fapte, opinii, interpretări, făcând dificilă determinarea acurateții acestora, creând confuzie, incertitudine și neîncredere. Argumentele ambelor campanii s-au concentrat în principal pe imigrație și economie, iar *Leave* a avut un al treilea argument – suveranitatea Regatului Unit, partajată cu Uniunea Europeană. Acestea ar fi putut să încline balanța în cazul celor nehotărâți sau indecizi.

Concluziile generale ale cercetării

Fără să revendice exhaustivitate pentru subiectul tratat, cercetarea și-a propus să ofere o perspectivă teoretică și o perspectivă aplicativă asupra fenomenului *fake news*, dezinformării, deficitului democratic, euroscepticismului și a Brexit. Totodată, prin prisma teoriei constructiviste, lucrarea a abordat rolul ideilor, al intereselor și al identităților în corelație cu schimbările din sistemul internațional, influența pe care acestea o au asupra percepțiilor și comportamentelor alegătorilor, în special asupra rezultatului referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană.

Literatura studiată – cărți, articole academice și publicații – conturează stadiul cercetărilor și al cunoașterii existente la nivel multidisciplinar, prezintă o imagine de ansamblu a relației dintre Regatul Unit și Uniunea Europeană și o sinteză obiectivă a evoluției evenimentelor care au dus la organizarea referendumului ce presupunea posibilitatea ieșirii unui stat membru din proiectul european. De asemenea, expune modul de abordare și de desfășurare a campaniilor *Remain* și *Leave*, considerații teoretice privind politicile Uniunii Europene, deficitul democratic, euroscepticismul și dezinformarea. Totodată, literatura studiată expune răspunsul Uniunii Europene și măsurile identificate ca fiind necesare, cum ar fi noi politici sau strategii eficiente pentru combaterea dezinformării, promovarea valorilor europene și a avantajelor statelor de a fi membre UE, cu scopul de a reduce deficitul democratic dintre cetățeni și instituțiile europene, de a apropia cetățenii de guvernarea europeană, de a crește încrederea acestora în proiectul european și de a combate dezinformarea. Autorii studiați au identificat diverse abordări și o multitudine de măsuri care ar trebui să susțină pluralismul media, jurnalismul de calitate, integritatea editorială fără cenzură, fără a încălca libertatea presei și libertatea de exprimare, documentarea complexă din partea reprezentanților mass-media, verificarea informațiilor dezbătute în agenda publică și, în aceeași măsură, egalitatea de șanse în politicile sociale, susținerea incluziunii sociale și adaptarea la noile tehnologii.

Perspectiva aplicativă a constat într-o analiză cantitativă și calitativă a eurobarometrelor, a statisticilor, a rapoartelor și a altor studii relevante pentru tema cercetată, din anul anterior Brexit, o analiză a monitorizării mass-media, o analiză a interviurilor cu experți în relații internaționale, comunicare și sociologie, precum și o analiză SWOT. Scopul a fost de a descoperi abordarea mass-

media privind subiectul Brexit, modul de manifestare și modul de influențare a fenomenului *fake news* și a dezinformării, implicațiile și consecințele acestora în rezultatul referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană, percepția cetățenilor britanici privind Uniunea Europeană, îngrijorările acestora în legătură cu parcursul european, preferințele britanicilor în mediul online și preferințele de vot ale acestora.

Validarea sau invalidarea ipotezelor de cercetare

Procesul de validare sau invalidare a acestor ipoteze s-a realizat printr-un studiu bibliografic, studiu de caz, analize cantitative și calitative, interviuri și o analiză SWOT. În urma realizării acestei cercetări, consider că am demonstrat și am validat cinci din cele șase ipoteze propuse pentru prezenta lucrare. Sistemul internațional se confruntă cu o nouă provocare tehnologică, și anume comunicarea în online, ce cunoaște o hiperdezvoltare prin *social media* în care toată lumea poate fi creatoare de conținut. Pe măsură ce apar noi generații de public, consumul de online cunoaște o creștere, înlocuindu-l treptat și în mare parte, pe cel de ziare tipărite. Datele empirice obținute prin analiza eurobarometrelor, statisticilor, studiilor, rapoartelor și a altor documente relevante susțin aceste lucruri. Propria analiză cantitativă și calitativă a articolelor din presa britanică în anul dinaintea referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană au arătat că publicațiile britanice nu au tratat subiectul Brexit în mod imparțial și obiectiv, chiar mai mult, au fost actori care au diseminat informații false, s-au poziționat de partea campaniilor *Remain* sau *Leave*, îndrumând cetățenii să voteze într-un anumit fel. Interviurile cu experții în relații internaționale, comunicare și sociologie au confirmat, de asemenea, această ipoteză.

Analiza interviurilor cu experți a relevat că în campania pentru referendum a existat *fake news* și dezinformare. În urma cercetării am ajuns la concluzia că dezinformarea este un fenomen mai complex decât *fake news* care este limitat în a descrie o abordare complexă în raport cu actualul context. Faptele sau opiniile care nu ne plac, nu sunt *fake news*, acestea din urmă fiind informații care fie conțin date eronate, fie pornesc de la date reale, dar promovează informații false, neadevărate, fie sunt interpretări subiective, incomplete sau concluzii exagerate. Dezinformarea a depășit barierele mass-media tradițională, respectiv informațiile transmise de canale de știri, radiouri, ziare tipărite sau online și cuprinde și noile tehnologii, *social media*, informațiile publicate pe diverse platforme, bloguri, vloguri și în mediul online. Dezinformarea poate avea la bază informații adevărate, dar inversate, utilizate selectiv, într-un context distorsionat, precum și fapte inexacte, parțial false sau fictive ori fabricate. Tehnologia și internetul facilitează și extind varietatea surselor de știri și a informațiilor disponibile, prin online și *social media*, inclusiv prin *targetarea* publicului de pretutindeni, reprezentând procese atât de dinamice încât, în momentul de față, nu există limite. Referitor la dezinformarea din campania pentru referendum aceasta s-a regăsit atât în mass-media,

potrivit analizei articolelor din anul dinaintea Brexit, cât și în *social media*, potrivit studiilor cercetate în prezenta lucrare. Informații false au fost transmise atât de mass-media, cât și de campania *Leave*. Amintesc aici pe de o parte autobuzul de campanie al lui Boris Johnson cu datele false privind milioanele de lire sterline plătite săptămânal de Regatul Unit către Uniunea Europeană și fotografia lui Nigel Farage cu imigranții despre care acesta susținea că sunt la granița cu Regatul Unit, însă de fapt erau la frontiera dintre Croația și Slovenia. Totodată, studiile citate relevă existența unor conturi false în *social media* care au promovat atât campania *Leave*, cât și pe cea a *Remain*.

Ipoteza cu numărul patru referitoare la excepționalismul britanic și accentuarea euroscepticismului care au generat un vot mai mult emoțional, decât fundamentat pe argumente raționale, a fost confirmată, de asemenea, în analiza interviurilor cu experții prezentată în teză.

În ceea ce privește influențarea preferințelor de vot ale britanicilor prin utilizarea *fake news* și a dezinformării, consider că nu am reușit validarea acestei ipoteze. În urma tuturor lucrărilor, articolelor studiate și a datelor identificate ca fiind relevante pentru prezenta temă, alături de propria cercetare calitativă și cantitativă, am concluzionat că a existat *fake news* și dezinformare în campania pentru referendum, însă nu am reușit să identific o relație de cauzalitate între acestea și votul exprimat de alegătorii britanici. Se poate aprecia că există un impact al dezinformării în rândul societății, la nivel cognitiv, de percepții, atitudini și comportamente, însă viața afectivă a unei societăți și deciziile indivizilor, încrederea sau lipsa încrederii pe care aceștia o manifestă este greu de demonstrat, întrucât nu sunt măsurabile. Un experiment realizat de Rosenberg și McCafferty, în cadrul căruia au arătat unui grup de studenți americani mai multe fotografii cu o serie de candidați fictivi, a relevat că subiecții au fost influențați de prezentarea pozitivă sau negativă a unui candidat și că intențiile de vot le-au fost influențate, însă experimentul prezintă limitări și prea puțină relevanță, ținând cont de faptul că alegerile au fost fictive, candidații au fost fictivi, fără a fi integrate într-un context social și într-un interval de timp³.

Teoria constructivistă și experții intervievați susțin, la fel ca mine, că percepțiile alegătorilor pot fi influențate prin dezinformare, însă în lipsa unor date empirice, cuantificabile, care să demonstreze această relație de cauzalitate-efect, consider că un astfel de subiect rămâne deschis viitoarelor cercetări și că prezenta lucrare nu a putut să valideze această ipoteză. Datele empirice de la acest moment nu susțin, prin argumente clare și măsurabile, ipoteze privind influența dezinformării în procesele electorale. Ținând cont de omniprezența acestora în *social media*, este necesară înțelegerea modului de operare a *new media*, a informațiilor filtrate de algoritmi care sunt livrate utilizatorilor în bulele virtuale care pot crea un mediu propice pentru manipularea publicului. Apoi, restabilirea democrației liberale va avea șanse de succes atunci când la nivelul utilizatorilor din toată

³ Brian McNair, *An Introduction to Political Communication*. Ed. a V-a (New York, Routledge, 2011), 32-33.

lumea se va produce schimbarea modului de viață, prin educație și alfabetizare digitală în programele școlare, universitare și în cele de formare a cadrelor didactice, prin dezvoltarea aptitudinilor și competențelor digitale, prin respectarea eticii și manifestarea toleranței. Educația și alfabetizarea digitală sunt acum primordiale deoarece ar dezvolta abilitatea de a putea determina ceea ce este și ceea ce nu este de încredere, ar dezvolta capacitatea de gândire critică și analitică, ar învăța cetățenii cum să se angajeze în căutarea și evaluarea informațiilor, cum să ia decizii, construind astfel un public țintă dur și rezilient în fața dezinformării, *fake news* și a informațiilor înșelătoare sau neadevărate.

Luarea deciziilor publice este rezultatul unui proces caracterizat prin mobilizarea intereselor: mizele de putere. Formularea și selecția unei soluții personalizate pentru o anumită problemă nu este o activitate neutră, ci determină mobilizarea și confruntarea intereselor, izbucnirea conflictelor, încercările de negociere și compromisul. Decizia înseamnă cântărirea argumentelor și a faptelor, iar în cazul referendumului privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană se rezumă la un singur răspuns al cetățenilor britanici de rând pentru o întrebare cu un uimitor și profund impact global.

Dezinformarea Brexit a urmărit, în mare parte, să promoveze campania *Leave* și să afecteze integritatea Uniunii Europene, să divizeze alegătorii britanici și să delegitimeze referendumul. În timp ce dezinformarea subminează valorile democratice, integritatea proceselor electorale și a referendumurilor, cetățenii au nevoie de informații exacte pentru a-și exercita cu succes dreptul democratic de vot.

Campania pentru referendumul privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană a demonstrat că Brexit este rezultatul celor care au ales să dea vina pe Europa pentru eșecul politicilor naționale. Ce s-a întâmplat în anul dinaintea Brexit a demonstrat o polarizare a mass-media și *social media* care acum joacă un nou rol în campaniile politice, mult mai important, astfel încât o informație care stârnește diverse emoții are potențial de a deveni virală, de a mobiliza cetățeni/utilizatori/ votanți și de a produce o schimbare la nivel mondial.

În urma analizei informațiilor expuse și citate în prezenta lucrare reiese că principala nemulțumire a britanicilor a fost legată de imigrație, din afara și din interiorul spațiului european, iar *fake news* și dezinformarea au constituit un generator de sentimente și trăiri. Unii autori au susținut că acestea au influențat votul britanicilor, în special a celor care au votat *Leave*, transformând referendumul privind apartenența Regatului Unit la Uniunea Europeană într-un vot privind imigrația, decizia britanicilor fiind mai mult emoțională, decât rațională. Cu toate că instituțiile europene au adoptat o serie de măsuri menite să limiteze efectele negative ale imigrației, cetățenii Regatului Unit și-au exprimat astfel neîncrederea în politicile Uniunii Europene privind imigrația. Votul negativ a arătat că cetățenii britanici au considerat că imigrația a afectat dreptul Regatului Unit de a-și controla propriile frontiere, de a decide cine poate intra în țară ca rezident sau muncitor, având îngrijorarea că

imigranții primesc mai mult decât contribuie și că sunt beneficiarii sistemului de asistență socială britanic, dar și o temere privind compoziția etnică și rasială a populației britanice care s-ar putea modifica. Aceleași îngrijorări au fost în legătură cu birocrăția excesivă de la Bruxelles, erodarea drepturilor suverane, controlul asupra frontierelor, piața muncii, cultură și securitate. Dacă alegătorii nu descoperă suficiente informații fiabile pentru a decide cum să voteze, vor vota pe baza convingerilor și sentimentelor lor personale.

Societatea civilă, studenți, profesori universitari, oameni de afaceri, oameni de știință au protestat după Brexit și și-au exprimat îngrijorările privind consecințele, iar „acest val de teamă și, uneori, de furie a fost îndreptat în parte împotriva mass-media”⁴.

Brexit a fost, în același timp, un test de unitate și integritate pentru proiectului european, iar rezultatul negocierilor a relevat că Uniunea Europeană a fost fermă în protejarea valorilor și principiilor sale fundamentale, asigurându-se că sunt respectate libertățile fundamentale, inclusiv libera circulație a persoanelor.

Astăzi, Uniunea Europeană este un proiect politic care reflectă voința statelor membre de a crea o uniune tot mai strânsă între popoarele Europei, bazându-se pe valori ca respectarea demnității umane, a libertății, a democrației, a egalității, a statului de drept și a drepturilor omului, fiind recunoscută prin simbolurile sale: un drapel (douăsprezece stele pe fundal albastru), un imn („Oda bucuriei” al lui Ludwig van Beethoven), un motto („Unită în diversitate”), o zi aniversară (9 mai) și o monedă (euro). Uniunea Europeană este, totodată, cea mai mare uniune de democrații din lume, în care toți cetățenii săi europeni au dreptul de a candida și de a vota. Tratatul de la Lisabona conferă Uniunii Europene personalitate juridică, forma sa de organizare fiind bazată pe Tratatul privind Uniunea Europeană și Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene. Tratatul de la Lisabona a consolidat competențele financiare, legislative și de supraveghere ale Parlamentului European, evoluând de la o adunare consultativă la un colegiator și câștigând, de asemenea, o influență considerabilă în numirea Comisiei și a președintelui acesteia. Această problemă a legitimității democratice a fost abordată în cadrul conferințelor interguvernamentale care au condus la semnarea tratatelor de la Maastricht, Amsterdam și Nisa prin acordarea mai multor competențe Parlamentului European și extinderii domeniilor în care a avut competențe comune de luare a deciziilor cu Consiliul.

„Informațiile stau la baza unei democrații eficiente, iar dezinformarea o poate submina.”⁵

Dezinformarea sau manipularea nu sunt concepte noi, acestea există încă din antichitate, când erau folosite pentru a permite unor persoane sau grupuri de persoane să câștige sau să-și consolideze

⁴ ***, Centre for Freedom of the Media, University of Sheffield, „*Are British Media Failing the Test of Reporting Brexit?*”, publicat la 01.03.2017, disponibil la <http://www.cfom.org.uk/2017/03/01/are-british-media-failing-the-test-of-reporting-brexit/>, accesat la 03.08.2018.

⁵ ***, Observațiile de încheiere a celui de-al doilea Colocviu pentru drepturile fundamentale privind pluralismul și democrația în media ale comisarului european Věra Jourová, publicat la 18.11.2016, disponibil la https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_16_3842, accesat la 20.09.2019.

puterea și influența publică. La momentul apariției internetului, s-a considerat că revoluția informației va fi benefică societății, deoarece informația înseamnă putere. Doar că adversarii democrației au folosit această nouă tehnologie în scopul influențării și manipulării, iar companiile din domeniul tehnologiei și platformele digitale au început să aibă un interes comercial în viralizarea *fake news*. Interesant este că dezinformarea, chiar dacă nu este în totalitate acceptată, lasă ceva în mintea sau în sufletele noastre. De altfel, am putea spune că dezinformarea reprezintă o bătălie pentru minți și suflete, care are potențialul de a provoca incertitudine, de a induce în eroare și influența societatea civilă, afectându-i coeziunea și de a schimba dramatic natura interacțiunii umane. Totodată, dezinformarea poate avea consecințe de anvergură pentru perspectiva politică europeană și nu numai, având capacitatea de a submina încrederea cetățenilor într-un sistem democratic de guvernare, de a contribui la polarizarea opiniei publice și de a produce o instabilitate geopolitică.

Pe de altă parte, libertatea de exprimare nu poate fi îngrădită, este suverană. Exprimarea opiniilor este un drept, o libertate, iar opiniile bazate pe argumente, înșiruire logică de fapte și dovezi, sunt relevante pentru formarea opiniilor celor care le citesc, însă nu este echivalent cu faptul că o opinie reprezintă un adevăr. Faptele sunt informații dovedibile, în schimb opiniile sunt interpretări subiective, concluzii personale bazate pe experiențe proprii. Opinia fără argumente este interesantă, dar complet fără sens. Psihologul Daniel David explică acest lucru prin faptul că oamenii au acces la informație, o înțeleg și consideră automat că este adevărat ceea ce citesc, când de fapt oamenii sunt cei care determină valoarea adevărului, dar nu au resursele sau timpul necesar să compare sau să analizeze critic informațiile, iar numărul acestora este prea mare în comparație cu resursele cognitive care sunt limitate. Informațiile pe care le citesc cetățenii, adevărate sau false, pot să le schimbe sentimentele, iar percepțiile lor pot fi influențate. Dezinformarea, consideră Daniel David, ne face să fim vulnerabili.

Potrivit unui sondaj realizat de BBC World Service în 18 țări, 79% dintre respondenți au afirmat că sunt îngrijorați de ceea ce este real și ceea ce este fals în mediul online. Spre deosebire de mass-media, unde veridicitatea informațiilor este susținută de sursa datelor, de o prezentare, teoretic, obiectivă și imparțială a tuturor părților implicate, în *social media* validarea datelor survine din distribuirea acestora de către familie, prieteni sau cunoscuți, puterea informațiilor fiind dată de numărul de *like-uri* sau *share-uri*. În același timp, în care *social media* poate produce dezinformare și poate distribui neadevăruri, mass-media, supusă în ultimii ani presiunii audiențelor generatoare de venituri, s-a adaptat și este prezentă în online. Nu de puține ori însă, presa online a migrat spre tabloidizare și *infotainment*, având titluri bombastice și informații amplificate pentru a genera *clickbait*. Dacă *social media* cuprinde un ocean nereglementat de informații create și distribuite de oameni care împărtășesc cuvinte, experiențe, imagini și video-uri, cu un conținut filtrat prin algoritmi,

mass-media are o politică editorială, un coordonator al activității și o reglementare audiovizuală⁶, cu un conținut disponibil pentru toată lumea.

Similar principiului vaselor comunicante, din studiile realizate reiese că nivelul și nevoia de informații solicitate de public sunt aceleași atât în media tradițională, cât și în *new media*, iar, în același timp, ele se compensează reciproc. De cele mai multe ori cauzalitatea are rădăcini în lucruri simple, omul de rând nu primește informațiile de care are nevoie în sursa de presă pe care o urmărește zilnic și, astfel, migrează spre *social media*, unde se regăsesc rezerve consistente de postări, păreri, opinii care pot satisface nevoia de informație. Complementar, conținutul nevalidat din *social media* poate fi combătut prin materiale și informații verificate, realizate de către ziariști. Formarea opiniei se face tot mai mult în mediul online, pe internet, platforme și *social media*.

Instituțiile media – televiziuni, radiouri, publicații în format tipărit sau online – pot promova *fake news* fie din eroare, fie din cauza unor interese ale patronatului, fie pentru a face rating și audiență. În *social media*, motivațiile pentru producerea dezinformării pot fi financiare, politice, pentru deținerea puterii sau pentru a produce umor. Titlurile care ascund dezinformări sunt bombastice, spectaculoase, incendiare și pot fi comparate cu o momeală, având scopul de a capta interesul și atenția cititorului, de a-l ademini să acceseze *linkul* respectiv (*clickbait*) sau să rămână în fața micilor ecrane pentru a urmări subiectul. Apoi, precizarea sursei informației sau a preluării acesteia și semnarea articolului de către un autor sunt esențiale pentru calitatea și validarea informației, lipsa acestora generând neîncredere privind veridicitatea. Dacă articolul prezintă semnătura unui autor este important de văzut cine este acesta, ce alte articole a mai publicat și dacă prezintă încredere. În situația în care articolul este nesemnat, de cele mai multe ori, prezintă neadevăruri sau informații neverificate. Desigur, validarea acestora ar consuma timp și nu întotdeauna dispunem de el. Conținutul ar trebui să aibă claritate, să răspundă la întrebările *Cine? Ce? Când? Cum? De ce?* și să prezinte o structură coerentă și logică. Informațiile ar trebui prezentate într-un mod obiectiv, să nu fractureze logica, adică să existe o trasabilitate de la faptele la concluzii. Dacă textul prezintă speculații, insinuări și aluzii, acestea fiind strategii subtile de manipulare, dacă prin conținut și prin cuvintele alese articolul impresionează la maxim sau generează o stare de enervare accentuată, atunci obiectivul materialului nu este de informare, ci de a produce emoție. Știrea ar trebui să fie pentru minte, nu pentru inimă.

Multe organizații mass-media, dar și societatea civilă critică modelul actual de afaceri al platformelor care urmăresc maximizarea traficului și a audienței, indiferent de calitatea informațiilor. Anya Schiffrin consideră necesară identificarea unor măsuri pe termen scurt, cum ar fi transparența

⁶ ***, Parlamentul European, „Directiva privind serviciile mass-media audiovizuale”, Official Journal of the European Union, publicată la 15.04.2010, disponibilă la <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF>, accesată la 04.04.2020.

privind publicitatea politică din online. Au existat păreri care au susținut că ar fi necesar ca Facebook să nu mai fie un paravan pentru lipsa unor măsuri și că ar trebui, în schimb, să devină o platformă de utilitate publică, guvernată de reglementări internaționale, care să respecte dreptul la libera exprimare.

Mark Tuters consideră că „otrava și remediul sunt în aceeași piesă”⁷, soluția pentru combaterea răspândirii *fake news* fiind tocmai „valoarea terapeutică a tehnologiei”⁸. Bogdan Iancu apreciază că „personalizarea internetului este cheia”⁹, personalizarea fundamentându-se pe rațiuni de business, publicitate, *advertising*, generatoare de venituri. „În ceea ce privește posibilele acțiuni viitoare, majoritatea copleșitoare a respondenților (84%) consideră că ar trebui făcute mai multe pentru a reduce răspândirea dezinformării online.”¹⁰

„Dezinformarea este o problemă polivalentă și în evoluție care nu are o singură cauză principală. Prin urmare, nu are o singură soluție.”¹¹

Stadiul actual al cercetărilor științifice relevă faptul că măsurile nu țin pasul cu dezvoltarea tehnologiei digitale, cu online-ul și cu *social media*. Există un decalaj între conținutul publicat de mass-media în online și lipsa reglementărilor și a măsurilor pentru combaterea *fake news* și a dezinformării realizate de publicațiile din mediul virtual. De asemenea, nu există măsuri minime, la nivel global, pentru combaterea și limitarea dezinformării din *social media*, eventuale prevederi privind boții, utilizarea algoritmilor pentru livrarea unor informații, știri sau reclame generatoare de venituri.

Companii majore, precum Google, Facebook sau Twitter au declarat că măsurile pentru combaterea dezinformării reprezintă o prioritate. Facebook a anunțat implementarea posibilității de a raporta o informație ca fiind falsă și a declarat că lucrează la identificarea unor algoritmi automați de detecție a unor astfel de situații. În urma unor rapoarte care au arătat că 15% dintre conturi nu aparțin unor utilizatori umani, reali, Twitter a anunțat că a întărit algoritmi de detecție a conturilor gestionate de aplicații software, cum ar fi boții și a procedat la suspendarea unor conturi, tocmai pentru a contracara *fake news*. Iar Google a informat utilizatorii și opinia publică despre faptul că va penaliza în ierarhia rezultatelor căutărilor, site-urile care promovează *fake news*, pseudoștiință sau conspirații. Așadar, un prim pas a fost făcut de Facebook, Twitter și Google care au adoptat câteva reguli privind comunicarea, publicitatea și combaterea discursului de instigare la ură pe platformele lor, dar

⁷ Marc Tuters, „*Fake News*”, *Krisis Journal for contemporary philosophy* (2018), 59.

⁸ Tuters, „*Fake News*”, 60.

⁹ Bogdan Iancu, Interviu cu Constantin Vică, „*Post adevăr și fake news. De la tribalizare la filtre*”, *Sfera politicii*, Nr. 1-2 (191-192) (2017): 34.

¹⁰ ***, Raportul consultării publice privind *fake news* și dezinformarea online, publicat la 12.03.2018, disponibil la <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/summary-report-public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>, accesat la 14.01.2020, 5.

¹¹ ***, Raportul final al Grupului de experți la nivel înalt privind *fake news* și dezinformarea online, „*O abordare multidimensională a dezinformării*”, publicat la 12.03.2018, disponibil la <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>, accesat la 13.01.2020.

insuficiente, iar asta spune multe despre noutatea și complexitatea provocărilor mediului online, precum și despre modelul de business care împiedică firescul unor măsuri cu adevărat eficiente. Unele state au blocat accesul în *social media*. Cu toate acestea, este o linie fină și o pantă alunecoasă în care supravegherea platformei se poate transforma cu ușurință în cenzură instituțională.

În cele din urmă, o abordare la nivel global pentru combaterea și limitarea efectelor negative produse de noile provocări din mediul digital, mass-media și *social media*, este o necesitate identificată de nenumărați autori ai articolelor științifice prezentați în această cercetare, iar principalele modalități identificate de aceștia le voi prezenta succint în cele ce urmează. Mai multe organizații ale societății civile, centre de cercetare și *think tankuri* au solicitat finanțare pentru a monitoriza și pentru a dezvolta strategii de combatere a ascensiunii fluxului de dezinformare care dăunează democrațiilor deja instabile din întreaga lume, inclusiv Uniunea Europeană.

În ceea ce privește abordarea europeană, Uniunea a demonstrat de-a lungul timpului că poate să facă față amenințărilor din exterior și din interior și că se adaptează permanent provocărilor. De la momentul înființării, prin Tratatul de la Roma din 1958, construcția europeană a evoluat printr-o lungă istorie de reforme, a dovedit maturitate în criza economică din 2008 și criza imigranților din 2015, a arătat o bună capacitate de adaptare și consolidare în derularea negocierilor post-Brexit și, recent, în gestionarea pandemiei de COVID-19, prin măsurile întreprinse pentru combaterea și limitarea răspândirii virusului SARS-CoV-2 și în managementul campaniei de vaccinare. Acestea sunt câteva exemple care demonstrează îndeplinirea cu responsabilitate a angajamentului european, precum și unitate, solidaritate și cooperare în fața unor situații nemaîntâlnite în spațiul european. Uniunea dovedește că rămânând împreună, statele membre au cea mai bună șansă de a prospera și de a accelera modernizarea într-o lume competitivă, de a influența și de a-și apăra interesele și valorile comune în fața marilor superputeri și de a depăși obstacole.

Toate aceste noi provocări și schimbări, mai periculoase decât la vremea semnării Tratatelor de la Roma, la care se adaugă re poziționarea partidelor extremiste de la periferia peisajului politic la poziția de factor decizional prin promisiuni privind redobândirea suveranității, a unor reforme privind imigrația și economia, creșterea sentimentelor anti-europene, populiste, chiar xenofobe, necesită noi abordări și strategii care să aibă la bază o nouă dezbatere privind viitorul Europei, o nouă convenție, un nou tratat. Acesta ar trebui să promoveze mai eficient valorile europene, beneficiile integrării, să asigure securitatea internă și externă, să furnizeze o bunăstare socială și economică statelor membre, să implice mai mult cetățenii în luarea deciziilor și să le consolideze încrederea în Uniunea Europeană. Totodată, procesul de luare a deciziilor al instituțiilor europene suferă de o lipsă a democrației, iar această dezamăgire în rândul cetățenilor a fost exprimată, de-a lungul timpului, prin prezența scăzută la alegerile europene, cea mai scăzută medie fiind în anul 2009, de doar 43%. Cu toate că publicul este, în general, proeuropean, pare să nu înțeleagă sistemul de funcționare al construcției europene.

Uniunea Europeană are nevoie să identifice și să implementeze măsuri mai eficiente, mai ales pentru reducerea deficitului democratic și combaterea dezinformării. Și cetățenii europeni susțin că sunt necesare astfel de măsuri și consideră că dezinformarea reprezintă o problemă pentru democrație, conform datelor rezultate în urma realizării eurobarometrelor.

Sander van Linden consideră că dezinformarea poate fi combătută prin dezmințirea unei știri false sau a unei dezinformări se creează o imunitate și o rezistență comportamentală asemeni unei situații de vaccinare, numită în articol „rezistență cognitivă la dezinformare”¹². Consider că demersul Comisiei Europene dovedește că o astfel de măsură ar fi inefficientă. Comisia Europeană a postat pe blogul său articole prin care a prezentat punctual adevărul în fața unor „mituri” publicate de mass-media britanică. La fel ca în cazul analizelor expuse și studiate în prezenta cercetare, am analizat articolele publicate de Comisia Europeană ca răspuns la informațiile publicate în mass-media britanică în anul anterior Brexit, iunie 2015-iunie 2016. Au fost publicate pe blog, un număr de doar 24 de articole-răspuns ale Comisiei Europene în replică la cele scrise de jurnaliști britanici, majoritatea cu privire la aspecte economice.

Din mai multe puncte de vedere, analiza articolelor-răspuns ale Comisiei Europene s-a dovedit a fi un demers care nu este direct proporțional cu *fake news-urile* publicate de mass-media britanică. Pe de o parte cantitativ, au fost publicate mult mai multe articole care au produs dezinformare, decât articole de răspuns ale instituției europene, iar un articol publicat de către Comisia Europeană răspundea mai multor articole publicate în mass-media britanică. Pe de altă parte, am remarcat o mare diferență din punct de vedere al numărului vizualizărilor, ceea ce releva faptul că fie blogul Comisiei Europene nu era la fel de cunoscut ca publicațiile britanice online, fie nu stârnea același interes. Apoi, potrivit unei analize¹³ a *The Economist Daily* privind subiectele abordate pe blog, realizată în iunie 2016, poziționa principala cauză a Brexit – imigranții – abia pe locul al 14-lea, demonstrându-se astfel că Executivul European nu a contracarat principala cauză a Brexit, cea mai frecvent exploatată și dezbătută nemulțumire a britanicilor în rândul opiniei publice, a mass-media și în online. În cele din urmă, blogul Comisiei Europene a fost arhivat.

Problema manipulării prin *fake news* este atât de serioasă, încât în aprilie 2017, NATO și Uniunea Europeană au înființat, în Finlanda, Centrul de Excelență pentru Combaterea Amenințărilor Hibrice. La sfârșitul anului 2017, Comisia Europeană a înființat Grupul de experți la nivel înalt pentru combaterea știrilor false și a dezinformării în mediul online, cu rolul de a oferi consiliere pe această problematică și care a emis un raport prezentat la data de 12 martie 2018. Comisia a lansat, ulterior,

¹² Sander van der Linden, „*The Future of Behavioral Insights: on the Importance of Socially Nudges*”, Behavioural Public Policy, Cambridge University Press (August 2018): 213.

¹³ ***, *The Economist*, „*Debunking Years of Tabloid Claims About Europe*”, publicat la 22.06.2016, disponibil la <https://www.economist.com/graphic-detail/2016/06/22/debunking-years-of-tabloid-claims-about-europe>, accesat la 18.06.2018.

o consultare publică, dialoguri pe această temă cu cetățenii și a realizat eurobarometre privind viitorul Europei și privind opinia publică, acoperind toate statele membre.

Primul pas al Uniunii Europene pentru o abordare comună asupra combaterii dezinformării a fost Comunicarea Comisiei Europene privind abordarea dezinformării online din 2018. Ulterior, pentru prima dată, la nivel mondial, platformele online, *social media*, agenții de publicitate și industria publicitară au convenit asupra Codului UE de bune practici privind dezinformarea¹⁴, document care implică angajamentul și respectarea voluntară a unor standarde de auto-reglare, de la transparența publicității politice până la închiderea conturilor false și demonetizarea furnizorilor de dezinformare. Codul a fost semnat, în septembrie 2018, de platformele online Facebook, Google, Twitter, precum și Mozilla, agenții de publicitate, reprezentanți ai industriei publicitare. Un an mai târziu, în luna mai, s-a alăturat Microsoft, iar în iunie 2020, a semnat și TikTok.

The European Digital Media Observatory este o altă inițiativă a Uniunii Europene pentru combaterea dezinformării, un hub pentru *fact-checkers*, academicieni și alți factori de decizie relevanți. De asemenea, Planul de acțiune împotriva dezinformării¹⁵ din decembrie 2018 încearcă să răspundă solicitării Consiliului European de a lua măsuri pentru combaterea dezinformării și protejarea democrației europene prin mobilizarea tuturor părților implicate, astfel încât răspunsul să fie coordonat, comun și unitar, respectând valorile și libertățile europene, asigurând creșterea conștientizării și îmbunătățirea rezilienței sociale.

Alte încercări de combatere a dezinformării sunt platformele informatice de *fact-checking* care pe baza unor algoritmi pot identifica sursa primară de informații, pentru a le oferi cititorilor informații cât mai de încredere și credibile, însă prezintă dezavantaje pentru că sunt consumatoare de timp, pot avea o acuratețe modestă, pot fi partizane și nesustenabile.

Organizația Națiunilor Unite, Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa, Organizația Statelor Americane și Comisia Africană pentru Drepturile Omului și ale Popoarelor au adoptat, la data de 3 martie 2017, Declarația comună privind libertatea de exprimare și *fake news*, dezinformare și propagandă¹⁶.

Așadar, trebuie să înțelegem împotriva a ce este necesar să luptăm și care sunt cu exactitate vulnerabilitățile expunerii la dezinformare, față de ce este necesar să identificăm strategii, măsuri și acțiuni care să limiteze, să combată și să dezvolte o rezistență în fața *fake news* și a dezinformării. „Răspunsul constă în identificarea vulnerabilităților cheie și în construirea rezistenței la dezinformare

¹⁴ ***, Comisia Europeană, „Codul UE de bune practici privind dezinformarea”, publicat în septembrie 2018, disponibil la <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>, accesat la 23.03.2021.

¹⁵ ***, Serviciul European de Acțiune Externă, „Action Plan Against Disinformation”, publicat la 05.12.2018, disponibil la https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/54866/action-plan-against-disinformation_en, accesat la 16.01.2020.

¹⁶ ***, Declarația comună privind libertatea de exprimare și *fake news*, dezinformare și propagandă, publicată la 03.03.2017, disponibilă la <https://www.osce.org/fom/302796?download=true>, accesată la 18.12.2019.

prin răspunsuri la nivelul Europei. În special, accentul ar trebui să fie pus pe recunoașterea factorilor sociali ai dezinformării și căutarea modalităților de abordare a acestora prin politici adaptate și strategii de comunicare, precum și prin explorarea soluțiilor tehnice disponibile în prezent. În plus, ar trebui abordată problema asigurării unei mass-media de calitate cu un conținut echilibrat.”¹⁷

Din cercetarea realizată am identificat necesitatea măsurilor împotriva dezinformării și discursului de instigare la ură, împotriva zdruncinării încrederii, solidarității sociale și înțelegerii reciproce, precum și pentru apărarea valorilor democratice. Elaborarea și implementarea unor reglementări menite să îmbunătățească actul deliberării, să reducă manipularea și să vegheze la respectarea legitimității democratice, ar putea asigura un cadru în care alegătorii să ia decizii în cunoștință de cauză, să nu mai fie induși în eroare, să nu mai fie manipulați, să beneficieze de informații imparțiale, exacte și adevărate, cu respectarea dreptului de a fi informat și de a beneficia de libertatea de exprimare. Consolidarea încrederii este importantă pentru funcționarea unei democrații liberale.

Hannah Marshall și Alena Drieschova consideră că pentru recâștigarea încrederii în instituții, elite și guvernanți nu este suficientă combaterea dezinformării, ci este necesară recrearea unei relații cu acești actori. Cercetătorii și politicienii ar trebui să se re poziționeze pornind de la premisa că populația are un rol activ în societate și că *social media* contribuie semnificativ la schimbul de informații. Roberto Savio apreciază că schimbarea ar putea veni prin rolul participativ al cetățenilor în instituții, împiedicând transformarea acestora în mecanisme de putere și asigurând un echilibru între îndatoriri și drepturi. Este importantă informarea cetățenilor și conștientizarea acestora, menținerea încrederii cetățenilor și elitelor în valorile democratice care înseamnă putere în mâinile cetățenilor și separare a puterilor în stat.

James Organ, lector la University of Liverpool, care și-a concentrat lucrarea sa de doctorat pe cercetarea cadrului legal în materie de democrație participativă, în special inițiativa cetățenească și referendumul din Regatul Unit, apreciază în *Legal Regulation of Campaign Deliberation*, că este o nevoie urgentă de realizare a unei reforme a legii electorale. Ca măsuri, autorul propune înființarea unui juriu reprezentativ, ales pe baza unui eșantion aleatoriu, format din cetățeni care să se ocupe de veridicitatea campaniilor, iar complementar, instanțele de judecată ar trebui să se pronunțe cu privire la deciziile luate de organismul de reglementare. James Organ propune anularea declarațiilor neconforme, implementarea răspunderii personale și dacă fenomenul de dezinformare continuă, următorul pas ar consta în impunerea unor sancțiuni, constând în amenzi care s-ar resimți în bugetul unei campanii electorale.

Dacă referendumul este considerat a fi un exercițiu democratic, atunci ar trebui asigurate toate

¹⁷ Miriam Lexmann, „*The European Union and Russia: Mirror-Like Asymmetry in Hybrid Conflict*”, *International Issues & Slovak Foreign Policy Affairs*, Vol. 26, Nr. 3-4 (2017): 54.

măsurile pentru buna sa desfășurare, în spiritul transparenței, astfel încât rezultatul să reprezinte cât mai fidel voința nealterată a cetățenilor. În campaniile care preced referendumul, partidele politice ar trebui să dovedească transparență și, după cum susține jurnalistul Moisés Naím de la The New York Times, „să își redobândească capacitatea de a inspira și mobiliza oamenii – în special tinerii”.¹⁸ Balázs Bócskei consideră necesară adaptarea politicianilor la noile fapte adaptate digitalizării, unde populiștii câștigă tot mai mult teren. Ben-Ami consideră că populismul poate fi învins prin „un nou acord – unul care să corecteze marele deficit democratic al UE și să pună capăt politicilor de austeritate autodepășite – tocmai ceea ce va salva astăzi Europa”¹⁹, în paralel cu măsuri pentru combaterea, la nivel internațional, a dezinformării din mass-media și *social media*.

Democrația liberală poate fi corectată prin elaborarea unor noi politici, consideră Daniel Dăianu, membru al Academiei Române și profesor al Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative. „În Uniunea Europeană (și zona euro) sunt necesare reforme pentru a crește legitimitatea – adică natura lor democratică – a instituțiilor sale.”²⁰ Pe de altă parte, Florian Hartled, consultant și expert în științe politice, apreciază în *Political Participation Today: A Radical Shift, but with a Positive or Negative Outcome?*, că pentru a înțelege motivația individului în evenimente precum criza imigrației pe continentul european sau șocul rezultatului Brexit, este necesară „mai multă psihologie și mai puțină economie”²¹.

Până la identificarea unor soluții complexe, unitare și la nivel mondial pentru combaterea dezinformării, restabilirea democrației liberale și reducerea deficitului democratic în Uniunea Europeană consider că sunt necesare soluții simple, viabile și imediate care să genereze schimbări sociale pozitive. Actualele vremuri au nevoie, totodată, de educație civică axată pe promovarea empatiei, a diversității și a respectului.

„Impactul dezinformării diferă de la o societate la alta, în funcție de nivelurile de educație, cultura democratică, încrederea în instituții, caracterul incluziv al sistemelor electorale, rolul banilor în procesele politice și inegalitățile sociale și economice.”²² La toate acestea se adaugă și transformările mass-media. Sursele tradiționale, cum ar fi radioul, televiziunea și ziarele tipărite, și-au creat pagini web și conturi în *social media*, cu precizarea că, din cauza presiunilor financiare, unele

¹⁸ ***, Moisés Naím, „*Why We Need Political Parties*”, The New York Times, publicat la 19.09.2017, disponibil la <https://www.nytimes.com/2017/09/19/opinion/need-political-parties.html>, accesat la 20.12.2018.

¹⁹ Shlomo Ben-Ami, „*Populism, Past and Present*”, publicat la 12.08.2016, disponibil la <https://www.aspistrategist.org.au/populism-past-present/>, accesat la 21.09.2019.

²⁰ Daniel Dăianu, „*Can Democracies Tackle Illiberal and “Inward-Looking” Drives?*”, Romanian Journal of European Affairs, Vol. 19, Nr. 1 (Iunie 2019): 16.

²¹ Florian Hartled, „*Political Participation Today: A Radical Shift, but with a Positive Or Negative Outcome?*”, European view (Noiembrie, 2017): 305.

²² ***, Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, „*Combaterea dezinformării online: o abordare europeană*”, Bruxelles, publicată la 26.04.2018, disponibilă la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0236&from=RO>, accesată la 19.09.2019, 5.

publicații au renunțat la varianta în print și au rămas doar în online. Analizând calitatea informațiilor furnizate de mass-media, sursele tradiționale se supun unor reglementări stabilite de instituții și organisme din domeniul audio-vizualului și sunt pasibile de sancțiuni ale autorității naționale de reglementare, pe când online-ul nu are restricții și nu este reglementat de nicio normă.

Încredere, transparență și calitate sunt valorile primordiale de referință pentru măsurile pe care le-am identificat în abordarea multilaterală a dezinformării, care în opinia mea, revin în sarcina statelor și Uniunii Europene. Elaborarea unei strategii, chiar la nivel global, cu acțiuni concrete, eficiente și coordonate poate susține protejarea cetățenilor, politicilor și instituțiilor naționale, europene și internaționale. Strategia, fără a opri sau fără a se împotrivi evoluției tehnologice și inovației, ar trebui să cuprindă măsuri consolidate pentru îmbunătățirea legislației, educației, comunicării strategice, precum și măsuri economice și sociale, care să vizeze rezultate pe termen lung și să cuprindă mijloace durabile, respectând dreptul la libera exprimare și asigurând respectarea valorilor și integrității societății, precum și caracterul democratic al alegerilor sau al referendumurilor. Strategia ar fi necesar să cuprindă și o abordare a platformelor online, actori cheie în combaterea și limitarea răspândirii dezinformării, astfel încât să se asigure furnizarea unor surse de știri de încredere și a unor informații reale. Deoarece prin selectarea și filtrarea știrilor și a informațiilor prin intermediul algoritmilor, societatea poate fi influențată, abordarea strategică a *social media* ar trebui să fie capabilă să combată noile provocări și să acționeze proporțional cu viteza evoluției tehnologice și cu impactul produs asupra opiniei publice.

Susțin elaborarea unei strategii de comunicare pentru combaterea dezinformării, care ar trebui să aibă la bază trei principii identificate de Grupul la nivel înalt pentru combaterea *fake news* și a dezinformării din mediul online: „informația poate fi rar clasificată ca fiind, pur și simplu, adevărată sau falsă”²³, „nicio autoritate nu are un monopol asupra cunoașterii”²⁴ și societățile libere acceptă ideile și informațiile uneori inconfortabile, dar cu valoare de adevăr.

Certificarea de încredere și calitate pentru publicațiile online

Totodată, propun elaborarea, reglementarea și implementarea la nivel global a unui standard de calitate și încredere, obligatoriu în rândul publicațiilor online, întrucât nu toate îndeplinesc aceleași standarde de independență editorială, independență financiară, calitate și profesionalism, unele nici măcar pe cele minime, cum ar fi datele de contact sau autorul articolului. Standardul de calitate și încredere ar fi, de fapt, o certificare a conținutului, respectând toate drepturile și libertățile. Pentru obținerea certificării, ar fi necesară, mai întâi, elaborarea unui cadru normativ cu reglementări unitare, elaborat și aprobat de un management independent, stabilit la nivel global. Cadru normativ

²³ *** , Raportul final al Grupului de experți la nivel înalt privind *fake news* și dezinformarea online, 20.

²⁴ *** , Raportul final al Grupului de experți la nivel înalt privind *fake news* și dezinformarea online, 20.

ar crea premisele unei abordări pro-active, de prevenire, care să asigure publicarea unor informații de încredere, și nu un rol de combatere a dezinformării, cum sunt platformele de *fact-checking* care facilitează detectarea *fake news* într-un flux nemărginit de informație. Cadrul normativ ar prevedea criteriile în baza cărora s-ar acorda această certificare de calitate și încredere publicațiilor online, cu scopul de a limita răspândirea și diseminarea *fake news* și a dezinformării.

Certificarea de încredere și calitate pentru publicațiile online ar fi de patru tipuri, în funcție de elementele respectate care atestă sursa și informațiile ca fiind reale, legitime, credibile și de încredere, după cum urmează:

1. Categoria I: datele de contact ale publicației, prezentarea redacției (unde este cazul), autorul articolului, ziua și ora publicării știrii/informației, eliminându-se astfel anonimatul;
2. Categoria II: respectarea obligativității de a publica pozițiile/declarațiile/opiniile tuturor părților implicate, asigurarea dreptului la replică, transparența privind managementul și sursele de finanțare (*follow the money*), asigurarea transparenței sponsorizării politice și marcarea clară a acesteia, politica de prelucrare a datelor cu caracter personal, transparența privind algoritmi, a funcțiilor lor și a modului de funcționare;
3. Categoria III: informațiile publicate prezintă veridicitate, credibilitate, actualitate, relevanță, factualitate, accesibilitate, validitate, legitimitate, claritate, acuratețe, necesitate, aplicabilitate, utilitate;
4. Categoria IV: analiza conținutului ținând cont de obiectivitate versus subiectivism, imparțialitate versus părtinire, echilibru versus dezechilibru, complet versus incomplet, corelația titlu-conținut, respectarea eticii și deontologiei.

Integrarea tuturor acestor criterii ar asigura prezentarea unor informații de încredere cetățenilor, redarea cu fidelitate și imparțialitate a circumstanțelor reale, înțelegerea acestora și utilizarea lor astfel încât să răspundă nevoilor publicului. Totodată, respectarea celor patru categorii ar favoriza angajarea persoanelor în reflecție asupra diverselor probleme și politici, respectând dreptul la liberă exprimare prin oferirea spațiului deschis pentru schimbul de opinii, argumente, credințe și valori. Certificarea de încredere și calitate pentru publicațiile online ar susține o luptă pentru adevăr, în timp ce mass-media, în special cea online dă o luptă pentru mintea oamenilor.

În urma evaluării publicațiilor online, s-ar emite, în baza unui proces similar unei foi de parcurs obligatorii cu acțiuni pe termen scurt și mediu, o certificare similară celei ISO. Acesta ar fi cu atât mai importantă cu cât ar fi emisă de un organism numit la nivel internațional. Certificarea ar stabili pentru public nivelul de încredere și calitate pe care îl are o publicație, fără ca acesta să depună un efort sau să investească timp suplimentar pentru a afla sau pentru a înțelege gradul de încredere pe care îl poate avea în sursa informației sau în conținutul propriu-zis. Cititorii ar investi mai puțin timp făcând *click-uri* pe știri care nu prezintă adevărul și ar fi mult mai bine informați, luându-și datele de

calitate din surse de încredere. Nu cetățenii ar trebui să fie cei care analizează informațiile pe care le citesc, capacitatea acestora de a evalua o informație fiind în strânsă legătură cu nivelul de educație și cu capacitatea lor de implicare consecventă. În plus, este dificil de afirmat dacă o știre este într-un total adevărată sau falsă, dar se poate identifica și prezenta astfel gradul de încredere a respectivei informații. Apoi, sunt cazuri de suprimare a mass-media prin presiuni politice sau economice, care astfel ar fi scoase la iveală. Eficacitatea certificării de încredere și calitate pentru publicațiile online ar trebui monitorizată și evaluată constant.

Certificarea ar stimula creșterea calității informațiilor și ar putea stârni dorința cetățenilor de a căuta informații de calitate, chiar și de a se implica în elaborarea politicilor care să reprezinte mai mult cetățenii, determinându-i să aibă încredere în a face alegeri politice, iar din partea statului o mai mare responsabilitate. Astfel, generațiile tinere ar devenit consumatori conștienți de informație și ar dezvolta capacitatea acestora de a rezista în fața diferitelor forme de dezinformare.

Valoarea științifică și utilitatea lucrării

Pe baza revizuirii amănunțite a celor cercetate în teză, pe baza rezultatelor și a prezentelor concluzii, estimez că:

- prevenirea, limitarea și combaterea dezinformării necesită cercetări multidisciplinare pentru identificarea și implementarea unor măsuri eficiente;
- mass-media și *social media* vor continua să își păstreze pozițiile relevante pentru transmiterea informațiilor și, în funcție de evoluțiile tehnologice, se vor dezvolta, dar, în același timp, prin lipsa reglementărilor și a costurilor scăzute, calitatea și veridicitatea informațiilor vor fi afectate;
- platformele online își vor menține trendul pozitiv de creștere, cu riscul de a dezinforma publicul și de a fragmenta societatea;
- politicile europene vor urmări în continuare binele cetățenilor din spațiul european, dar pentru reducerea deficitului democratic sunt necesare noi abordări care să apropie cetățeanul de guvernarea europeană;
- combaterea euroscepticismului și a democrației iliberale va rămâne o provocare în spațiul european, dar maturitatea de care a dat dovadă Uniunea Europeană în ultimii ani, va demonstra capacitatea de a asigura unitate, solidaritate și securitate pentru statele membre și cetățenii europeni.

În ceea ce privește valoarea științifică și utilitatea lucrării, aceasta poate reprezenta o contribuție la fondul de resurse bibliografice ale cercetărilor din domeniile relații internaționale, comunicare și sociologie. Consider că prezenta lucrare aduce argumente științifice și contribuții în legătură cu provocările ridicate de fenomenul *fake news*, dezinformare, deficit democratic și

euro-scepticism, care vin în sprijinul decidenților preocupați de aceste teme, având utilitate atât în mediul academic și de cercetare, cât și în domeniul media. Certificarea de încredere și calitate pentru publicațiile online reprezintă o abordare pro-activă, practică și de utilitate, cu o contribuție la perspectivele de evoluție a *new media* și pentru consolidarea valorilor democratice, cu respectarea tuturor drepturilor și libertăților.

Posibile teme și direcții pentru cercetările viitoare

Capacitatea enormă de procesare a unor date din online este greu de compensat prin resursa umană, de aceea procesul de evaluare și validare a informațiilor transmise de mass-media și a celor diseminate în *social media* este o problemă ce rămâne deschisă unor cercetări viitoare. Totodată, implementarea certificării de încredere și calitate pentru publicațiile online este limitată pentru paginile web, limitarea acesteia fiind implementarea în *social media*, un subiect ce ar putea fi documentat și analizat într-o cercetare viitoare.

Până acum, nici guvernele naționale, nici organizațiile internaționale și nici măcar giganții tehnologiei nu au reușit să dezvolte măsuri sau un filtru suficient de bun pentru a elimina sau măcar pentru a indica *fake news*. Cu toții se confruntă în continuare cu diferite constrângeri de natură tehnică, economică sau morală în abordarea dezinformării, dar și cu lipsa unor măsuri eficiente pentru reducerea deficitului democratic și a euro-scepticismului.