



Sociologie Românească

ISSN: 2668-1455 (print), ISSN: 1220-5389 (electronic)

DEZINFORMAREA ÎN ERA DIGITALĂ. CONCEPTE ȘI ABORDĂRI

Bogdan OPREA

Sociologie Românească, 2021, vol. 19, Issue 1 pp. 70-86

<https://doi.org/10.33788/sr.19.1.3>

Published by:
Expert Projects Publishing House



On behalf of:
Asociația Română de Sociologie

DEZINFORMAREA ÎN ERA DIGITALĂ. CONCEPTE ȘI ABORDĂRI

Bogdan OPREA¹

Abstract

This article presents a review of the definitions for the concept of disinformation/misinformation which are used in the perspective of digital communication. At a time when words like disinformation, manipulation, propaganda, influence, persuasion, fake news are used more and more often, it is necessary to clarify their conceptual framework. The paper reviews the classic literature on the concept of disinformation/misinformation, but also the definitions that state structures and organizations (such as the European Commission) and social platforms (such as Facebook) give to this concept. It presents the relationships that various theorists identified between disinformation/misinformation, on the one hand, and influence, persuasion, lies, intoxication and manipulation, on the other hand. The paper also reviews the origins of the term and the etymological problems it imposes in languages such as French and Romanian. The article concludes that among researchers in the field of online disinformation there is need for a clear delimitation of the concept of disinformation (intentionally made) from the concept of misinformation (unintentionally made) in order to have an appropriate conceptual framework of phenomena that occur especially in the digital media and online social networks. This imperative lies more in the languages that do not use different terms to define the two concepts. Therefore, the use of traditional concepts should be carefully considered in reference with the digital media.

Keywords: disinformation, misinformation, manipulation, influence, deception.

Cuvinte-cheie: dezinformare, manipulare, influențare, înșelăciune.

¹ Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București, București, ROMÂNIA. E-mail: bogdan.oprea@fjsc.ro.

Introducere

Articolul de față urmărește să realizeze o trecere în revistă a diferitelor conceptualizări ale termenului de dezinformare în raport cu concepte înrudite precum influență, persuasiune, manipulare, intoxicare, propagandă și, mai recent, cu cel de fake news. El își propune să ofere o definiție critică a conceptului de dezinformare pentru a realiza o clarificare și o actualizare, din perspectiva mediei digitale, a acestui concept tot mai larg utilizat. Trăim o epocă în care, din cauza expansiunii mediei digitale și a dezvoltării rețelelor sociale, cel puțin la nivelul percepției, dezinformarea reprezintă una dintre îngrijorările majore ale indivizilor (85% dintre cetățenii europeni consideră că existența unor știri care relatează greșit realitatea sau sunt chiar false este o problemă pentru țara lor, potrivit sondajului „Flash Eurobarometru 464 - Fake news and disinformation online”, publicat de Comisia Europeană, în timp ce 83% afirmă că este o problemă pentru democrație în general [2018, 2]). De asemenea, dezinformarea, în rețelele sociale, se difuzează mai departe, mai repede, mai adânc și într-un spectru mai larg decât adevărul în toate categoriile informației (Vosoughi *et al.*, 2018, 1146), pentru a ajunge la același public, unei povești adevărate trebuindu-i de până la șase ori mai mult timp decât unei știri false (Vosoughi *et al.*, 2018, 1148). În plus, utilizarea tot mai largă a termenului de dezinformare prin punerea în raport cu conceptul de știre falsă (fake news), popularizat de media tradițională și online și instrumentalizat de politicieni în dezbaterile publice, așa cum arată Grupul de Experți de Nivel Înalt pe Fake News și Dezinformare Online al Comisiei Europene (2018, 10), dar și pentru a cataloga organizațiile media care sunt critice la adresa lor (Waisbord, 2018, *apud* Molina *et al.*, 2019, 3) și opinii cu care nu sunt de acord (Bângăoanu, 2018, 135) au impus necesitatea elaborării unei lucrări care să analizeze principalele abordări ale conceptului de dezinformare inclusiv din perspectiva comunicării digitale.

În ceea ce privește structura lucrării, aceasta pornește de la un scurt istoric și etimologie a termenului de dezinformare, continuă cu prezentarea principalelor conceptualizări ale termenului, cu un accent pe perspectiva raporturilor dintre dezinformare, pe de o parte, și influență, persuasiune, minciună, intoxicare și manipulare, pe de cealaltă parte, dar și a principalelor taxonomii ale conceptului.

Scurt istoric al conceptului și etimologia termenului

Termenul de „dezinformare” a apărut pentru prima dată în limba rusă („dezinformația” - „dezinformatsiya”) după cel de-al Doilea Război Mondial, ne spune Vladimir Volkoff (n.d.b), „cu rolul de a desemna practicile exclusiv capitaliste care urmăreau aservirea maselor populare” (Volkoff, .b, 16). Această adevărată „armă sovietică” (Volkoff, 2007, 9) a fost preluată de la gânditorul militar chinez și general Sun Tzu (545-470 î.Hr.), considerat autor al unei lucrări de referință și astăzi, „Arta războiului” (unii autori atribuie lucrarea descendentului

acestui, Sun Bin, care provine din perioada Regatelor Combatante argumentând că există o neconcordanță între principiile militare enunțate și practica din epocă [Hentea, 2014, 59]).

În prima organigramă a Ceka (Comandamentul Extraordinar Panrus pentru Combaterea Contrarevoluției și Sabotajului, cea dintâi dintr-o succesiune de organizații ale poliției secrete sovietice, înființată în decembrie 1917) era prevăzută o secțiune de provocare pe care am considera-o în zilele noastre ca pe un precursor al secțiunilor de dezinformare apărute în anii 1920 (Teodorescu, 2007, 277; Heller, n.d., *apud* Volkoff, n.d.a, 133). Marian Voicu (2018) consideră că dezinformarea este o categorie aparte a *maskirovkăi*, arta înșelătoriei, concept care s-ar traduce prin „camuflaj” și care face parte din jargonul militar sovietic, ce avea să fie integrat, ulterior, și în Strategia Armatei Roșii (Voicu, 2018, 63). Sergei A. Samoilenko (2017) spune că termenul *maskirovka* reprezintă o combinație de tactici incluzând dezinformarea, simularea, camuflarea și ascunderea (Samoilenko, 2017, 6). Misiunea acesteia decurge și din sarcina fundamentală a CEKA: „Să reprime și să lichideze orice încercare sau act contrarevoluționar sau sabotaj de pe tot teritoriul Rusiei, oriunde este nevoie. Să aducă în fața justiției reprezentante de tribunalul revoluționar pe toți sabotorii și contrarevoluționarii și să pună la punct mijloacele pentru combaterea acestora” (Teodorescu, 2007, 277). Altfel spus, scopul său era, ne explică Marian Voicu (2018), de a distorsiona percepția inamicului privind punctele tari și pe cele slabe, despre adevăratele obiective. Tehnicile utilizate erau dintre cele mai diverse, de la dezinformare și înșelătorie la nivel strategic până la disimulare și chiar deghizare, imitație și camuflaj în teren, prin folosirea unor ținte false sau prin executarea unor manevre demonstrative false (Voicu, 2018, 63-64).

Michel Heller (n.d.), supraviețuitor al lagărelor sovietice și unul dintre cei mai pertinenti observatori ai realității totalitare, citat de Vladimir Volkoff (n.d.a), remarcă faptul că termenul „dezinformare” apare pentru prima oară într-un dicționar sovietic, „Dicționarul limbii ruse”, într-un volum semnat de Serghei Ivanovici Ojegov, în 1949, cu definiția următoare: „dezinformare: acțiunea de a induce în eroare prin intermediul unei informații false”, iar, ca exemplu, autorul vorbește despre „dezinformarea opiniei publice din țările capitaliste” (*apud* Volkoff, n.d.a, 132). „Dicționarul enciclopedic”, editat de URSS în 1953, lărgeste definiția pentru a ajunge la această accepțiune: „informare falsă; procedeu, mijloc folosit de către presă, radio și diferitele organe de propagandă burgheză, cu scopul de a induce în eroare opinia publică, de a calomnia partizanii păcii, democrației și socialismului, de a promova politica de agresiune a imperialismului” (*apud* Volkoff, n.d.a, 132).

Noul chip al dezinformării a fost inaugurat în 1957, o dată cu înființarea Departamentului D în cadrul Primului Directorat principal al KGB (Comitetul Securității Statului, agenția de poliție politică a Uniunii Sovietice). Creatorul acestui organism a fost generalul Ivan Ivanovici Agaianț. Multiplele sale reușite au făcut, explică Vladimir Volkoff (n.d.a), ca departamentul să fie transformat în direcție, iar, de prin 1963, a devenit Directoratul A al KGB, care se ocupa

de „măsurile active” externe (Volkoff, n.d.a, 14). Dezinformarea, ca parte a *maskirovkăi*, a fost conceptualizată și, apoi, operaționalizată de sovietici prin GRU (Direcția Principală de Informații), serviciul de informații al Armatei Sovietice, și Spețnaz, trupele speciale sovietice. Generalul Moșe Milștein, șeful serviciului de Dezinformare din GRU și autorul manualului secret de pregătire a ofițerilor GRU, „Un serviciu onorabil”, este creditat de adversari, spune Marian Voicu (2018), ca fiind cel mai bun expert în domeniu (Voicu, 2018, 63-64). Dezinformarea, remarcă și Călin Hentea (2014), a fost studiată apoi în toate școlile militare din estul Cortinei de Fier și mult practică de sateliții URSS (Hentea, 2014, 59).

În ceea ce privește etimologia termenului în limba franceză, „désinformation”, de unde se trage și românescul „dezinformare”, Vladimir Volkoff (n.d.b) remarcă faptul că acesta este inexact compus: prefixul „de-”, „dé-”, „des-”, „dé-” indică, în limba franceză, „înlăturarea, separarea, privarea” („Robert”). Or, „désinformer” nu înseamnă „a lipsi de informații”, ci „a furniza informații falsificate”. S-ar cuveni, deci, să se vorbească despre „mésinformation” (ca în „mésalliance” – „mezalianță”) sau despre „dysinformation” (ca în „dyslexie” – „dislexie”) (Volkoff, n.d.b, 17-18). Aceleași reguli de compunere s-ar aplica și în limba română, ceea ce ar face mai oportună utilizarea termenului de „mezinformare” decât actual folositul termen de „dezinformare”. Pe de altă parte, Andreas Freund (1991) consideră că termenul „mésinformation” acoperă un domeniu mult mai larg decât „désinformation” în sensul în care include și o inducere în eroare involuntară și inocentă, o eroare accidentală și că acesta este un termen mai degrabă critic pe când „désinformation” este net moralizator (Freund, 1991, 9-10). Găsim o utilizare a ambilor termeni, „dis-information” și, respectiv, „mis-information”, cu accepțiuni diferite, în limba engleză, care le-a preluat direct din limba rusă. Astfel, „dis-information” înseamnă „informații care sunt false și create în mod intenționat pentru a dăuna unei persoane, grup social, organizație sau țară”, pe când „mis-information” se referă la „informații care sunt false, dar care nu sunt create cu intenția de a provoca daune” (Wardle și Derakhshan, 2017, 5).

Câmp conceptual

Unul dintre teoreticienii cu o amplă preocupare asupra problematicii dezinformării, Henri-Pierre Cathala (1991), leagă conceptul de dezinformare de cel de *manipulare* și consideră că aceasta reprezintă „ansamblul procedeelelor dialectice puse în joc în mod intenționat pentru a reuși «manipularea» perfidă a persoanelor, grupurilor sau a unei întregi societăți în scopul de ale devia conduitele politice, de a le domina gândirea sau chiar de a le subjuga. Presupune disimularea surselor și scopurilor reale, precum și intenția de a face rău printr-o reprezentare deformată sau printr-o interpretare tendențioasă a realității. Este o formă de agresiune care caută să treacă neobservată. Se înscrie în rândul acțiunilor psihologice subversive” (Cathala, 1991, 24). În amplul său studiu dedicat dezinformării, Henri-Pierre

Cathala (1991) mai spune că însăși informarea oferă căi ascunse de pătrundere pentru dezinformare deoarece „mesajul informativ este întotdeauna mai mult sau mai puțin deformat de către receptor din neglijență sau prin adaosuri inutile, mai ales când receptorul este constituit dintr-o vastă masă umană animată permanent de opinii, judecăți, dorințe și pasiuni. Sensul mesajului se modifică, în mare parte în funcție de context, foarte larg în societățile moderne, fiecare individ percependu-l în felul lui” (Cathala, 1991, 46).

Denumind-o „pervertire a informării”, Henri-Pierre Cathala (1991) consideră că dezinformarea se poate face prin trei moduri: (1) prin manipulare semantică, care constă fie într-o manipulare a vocabularului (utilizarea unui jargon specializat, substantivizarea adjectivelor modificarea sensurilor cuvintelor în mod peiorativ, impunerea de stereotipuri verbale etc. [Cathala, 1991, 160-161]), fie într-o informare dezechilibrată, care se referă la interpretare diferită a unei informații în funcție de țara unde urmează să fie interpretată, adică țările libere sau țările cu regimuri totalitare (Cathala, 1991, 163), (2) prin fabricare de falsuri, care se referă fie la realizarea de documente false, fie la răspândirea de zvonuri și insinuări calomnioase, fie la diseminarea de minciuni (Cathala, 1991, 165-171) și (3) limitele secretului, care constă în utilizarea secretului și a disimulării, despre secret Henri-Pierre Cathala (1991) spune că este „într-un anumit fel negativul dezinformării” și „o condiție necesară a acestuia” (Cathala, 1991, 171), iar, atunci când este vorba de a schimba convingeri, atitudini sau comportamente, dezinformatorul trebuie să difuzeze într-un anumit moment un mesaj sau să lanseze, mai mult sau mai puțin ascuns, o campanie tendențioasă (Cathala, 1991, 172).

Pentru o mai bună înțelegere a conceptului prezentăm și câteva exemple de dezinformare făcând apel la analiza realizată de Alina Bârgăoanu *et al.* (2020) asupra pandemiei de Covid-19 în mediul online românesc din perioada 15 martie-9 octombrie 2020. Astfel, în ceea ce privește tema „Plandemie. Mascaradă” regăsim utilizarea largă a unor stereotipuri verbale de tipul „mascaradă”, „farsă medicală”, „marea minciună” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 19-21). Întâlnim același procedeu și la tema „Fără botniță” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 31-32), prin termenii „botniță”, „dictatură” și „dresare”. În ceea ce privește diseminarea de minciuni, de exemplu, instrumentalizarea întregii teme „O simplă viroză” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 24-26) se poate încadra la acest procedeu. O manipulare semantică regăsim și în lărga utilizare a termenului de dată recentă „plandemie”, mai ales la tema „Plandemie. Mascaradă” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 19-23). Termenul „Plandemie” este telescopat din termenii „plan” și „pandemie”, fiind utilizat pentru prima oară de Frank J. Cilluffo (2006) într-o audiere în Senatul Statelor Unite ale Americii (Cilluffo, 2006, 23), dar a înregistrat o utilizare largă doar odată cu recenta criză epidemiologică generată de Covid-19.

La rândul său, Guy Durandin (1987) pune conceptul de dezinformare în legătură cu *minciuna*, pe care o consideră însăși baza dezinformării (Durandin, 1987, *apud* Vlăduțescu, 2006, 221). Autorul consideră dezinformarea a fi „un lanț de minciuni organizate într-o epocă în care mijloacele de difuzare a informației sunt foarte

dezvoltate” (Durandin, 1987, *apud* Vlăduțescu, 2006, 223). El își fundamentează teoria dezinformării pe trei caracteristici, pe care le denumește categorii ale discursului mincinos: semnele limbii (care valorifică ambiguitățile și ambivalența registrului lingvistic cotidian), operațiile (procedurile prin care punerea în discurs a faptelor este denaturată în sens dezinformativ) și canalele (Durandin, 1993, *apud* Vlăduțescu, 2006, 221-222).

Considerând-o una dintre cele cinci proceduri de *persuasiune*, alături de influențare, intoxicare, manipulare și propagandă, Ștefan Vlăduțescu (2006) așază dezinformarea tot în raport cu *minciuna* (Vlăduțescu, 2006, 211-277), ea reprezentând un tip de informare, o informare persuasivă (Vlăduțescu, 2006, 223). Aceasta include operații de fixare a țintei și de stabilire a unor scopuri de dezinformare, de realizare a mesajului de dezinformare, de activare a unui dispozitiv de feed (feed-forward – un set de scontare a efectelor, de anticipare a efectelor – sau feed-back – un set de reglare corectivă a acțiunii în funcție de efectele produse raportate la scopurile fixate și la reacțiile obținute [Vlăduțescu, 2006, 256-257]), de alegere a unui canal de transmitere a respectivului mesaj, de mințire și de seducție în legătură nu numai cu mesajul, ci toate operațiile proiectului de dezinformare. Operația fundamentală a dezinformării, mai explică Ștefan Vlăduțescu (2006), o constituie minciuna, procesarea mincinoasă fiind procesarea unui adevăr, de aceea, în dezinformare regăsim minciuna atât la nivelul cogitativului, cât și la nivelul limbajului (Vlăduțescu, 2006, 224-225, 228). Totodată, o diferență majoră, mai spune Ștefan Vlăduțescu (2006), constă și în amploarea acțiunii de *persuasiune*, interesele mici se realizează prin minciuni, pentru interesele majore este necesară dezinformarea (Vlăduțescu, 2006, 228).

Pentru a discuta câteva exemple de dezinformare în accepțiunile discutate, apelând tot la analiza citată mai sus și realizată de Alina Bârgăoanu *et al.* (2020) regăsim dezinformarea în sensul oferit de Guy Durandin (1987) și de Ștefan Vlăduțescu (2006) prin construirea unei narațiuni mincinoase la tema „Bill Gates – figura «oculței» și a industriei big pharma”. Astfel, este construită o întregă narațiune prin utilizarea numelui unui personaj cunoscut la nivel mondial ca exponent al omului de afaceri de succes, al modelului de reușită într-o economie liberală și al celui mai bogat om din lume sau printre cei mai bogați. Numele lui este asociat cu o întregă conspirație mondială din care fac parte diferiți exponenți ai unor grupuri de interese („oculta mondială”), care urmăresc vaccinarea obligatorie a tuturor oamenilor și, astfel, „instaurarea unor forme de control al populației” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 36), dar și „implantarea unor cipuri digitale pentru monitorizarea populației” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 40).

Vladimir Volkoff (n.d.a) pune dezinformarea în relație cu *intoxicarea și influența*. „În sens restrâns, [dezinformarea – n.a.] se situează la jumătatea drumului între intoxicare și influență. Dacă intoxicarea propriu-zisă este punctuală, tolerează un amatorism, folosește orice intermediar aflat la dispoziție, se străduiește să facă anumite persoane să creadă anumite lucruri, dezinformarea este sistematică, făcută în mod profesionist, recurge întotdeauna la presă, se adresează opiniei mondiale

și nu statului-major al națiunii-țintă” (Volkoff, n.d.a, 10). În același timp, „dacă influența exercită o acțiune aparent dezordonată, oportunistă, în mod esențial, cantitativă, dezinformarea creează un program urmărind să substituie în conștiința și, mai ales, în inconștientul populațiilor vizate anumite imagini considerate pozitive pentru puterea care dezinformează, dar negative pentru celelalte” (Volkoff, n.d.a, 10). Într-un sens mai larg, consideră Vladimir Volkoff (n.d.a), termenul de dezinformare acoperă și tehnicile de influență, și aceasta din două motive, pe de o parte, cele două metode sunt aplicate de către aceiași oameni în cadrul aceluiași organism (în general, afiliat contraspionajului), iar, pe de altă parte, ambele se bazează pe aceeași caracteristică a țintei, atât în dezinformare, cât și în exercitarea influenței, ținta este privită ca un complice (Volkoff, n.d.a, 10).

Folosind conceptualizarea oferită de Vladimir Volkoff (n.d.a) și apelând tot la analiza citată mai sus și realizată de Alina Bârgăoanu *et al.* (2020) regăsim utilizarea tehnicilor de dezinformare la nivelul tuturor temelor dominante regăsite în narațiunile identificate de autorii studiului. Observăm, astfel, că toate aceste teme se adresează opiniei mondiale, publicului larg, iar acest lucru se întâmplă *prin construirea unor frici care vizează pe toată lumea* („boala”, „cancerul”, la tema „5G ne îmbolnăvește de COVID” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 49-51]), *prin instrumentalizarea temerii de necunoscut* („cipul”, la temele „Dictatura și «noua ordine mondială»” și „5G ne îmbolnăvește de COVID” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 43, 49-51]), *prin instrumentalizarea unor teme majore de preocupare a populației* („corupția”, la tema „Corupția elitelor și neîncrederea în autorități” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 45]), *prin amenințarea statu-quo-ului democratic și a libertăților democratice* („obligativitatea purtării măștilor”, la tema „Fără botniță” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 33] și „obligativitatea vaccinării”, la tema „Bill Gates – figura «oculte» și a industriei big pharma” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 36]) și prin trimiteri la momente istorice cu o profundă încărcătură simbolică negativă („genocid asupra umanității”, la tema „Dictatura și «noua ordine mondială»” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 41], „lagărul electronic”, la tema „5G ne îmbolnăvește de COVID” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 49], „dictatura «fascisto-comunistă și financiară»”, la tema „Dictatura și «noua ordine mondială»” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 41] și „penitenciare de reeducare”, la tema „Fără botniță” [Bârgăoanu *et al.*, 2020, 35]).

De remarcat, totodată, și că cercetătorii din biologie care analizează efectele semnalelor false la animale denumesc același concept al dezinformării drept „înșelăciune” („deception”). Filosoful Brian Skyrms (2010) spune, astfel, că „înșelăciune” („deception”) este dezinformare realizată sistematic care aduce beneficii expeditorului în detrimentul receptorului (Skyrms, 2010, *apud* Fallis, 2015, 412). Don Fallis (2015) mai explică faptul că, deși animalele care transmit semnale false nu intenționează să înșele, beneficiază sistematic de pe urma înșelării celorlalte animale (Fallis, 2015, 412).

Dincolo de aceste abordări, există o serie de conceptualizări ale termenului și la nivelul unor organizații și structuri statale, tot mai preocupate în ultima perioadă de fenomenul dezinformării și manipulării online. Cea mai relevantă

din perspectiva noastră este definiția dată de Uniunea Europeană, care, în ultimii ani, a manifestat o atenție deosebită față de acest fenomen prin finanțarea de studii, crearea de legislație și înființarea de structuri cu scopul declarat de a înțelege cum funcționează mecanismele dezinformării și manipulării online și de a lupta cu acest fenomen. Într-o analiză asupra fenomenului de dezinformare online și fake news din 2018, dezinformarea a fost definită, de către Grupul de Experți de Nivel Înalt pe Fake News și Dezinformare Online, întrunit la solicitarea Comisiei Europene, drept „informații false, inexacte sau înșelătoare concepute, prezentate și promovate pentru a provoca intenționat daune publice sau pentru profit. Riscul de vătămare include amenințări la adresa proceselor și valorilor politice democratice, care pot viza, în mod specific, o varietate de sectoare, cum ar fi sănătatea, știința, educația, finanțele și multe altele. Riscul de vătămare este determinat de producerea și promovarea dezinformării pentru câștiguri economice sau pentru scopuri politice sau ideologice, dar poate fi exacerbate de modul în care publicul și comunitățile diferite primesc, se implică și amplifică dezinformarea” (2018, p. 10). Dezinformarea, mai spune raportul experților europeni, implică un conținut ce nu este efectiv sau complet „fals”, ci informații fabricate amestecate cu fapte și practici ce depășesc cu mult orice se aseamănă cu „știrile” și implică unele conturi automatizate utilizate pentru astroturfing, rețele de urmăritori falși, videoclipuri fabricate sau manipulate, publicitate țargetată, trolling organizat, meemele vizuale și multe altele. Poate implica, de asemenea, o serie întreagă de comportamente digitale, care se referă mai mult la circulația dezinformării decât la producerea dezinformării, care se întinde de la postări și comentarii, la distribuiri, tweeting și re-tweeting (2018, p. 10).

Pornind de la raportul Grupul de Experți de Nivel Înalt pe Fake News și Dezinformare Online, la nivelul Comisiei Europene, a fost stabilită o definiție pentru conceptul de dezinformare, care este folosită pe larg în documentele instituției. Astfel, în „Conturarea viitorului digital al Europei”, document de politici privind dezvoltarea digitală a Uniunii Europene, dezinformarea („disinformation”) este definită drept „informație falsă sau înșelătoare, creată, prezentată și diseminată pentru a obține un câștig economic sau pentru a înșela în mod intenționat publicul. Poate avea consecințe de amploare, poate provoca vătămări publice, poate reprezenta o amenințare pentru procesele politice și de elaborare a politicilor democratice și poate chiar pune în pericol protecția sănătății, securității și a mediului în care trăiesc cetățenii UE” (2019, f.p.). Comisia Europeană, în Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor „Combaterea dezinformării online: o abordare europeană” din 26 aprilie 2018, mai spune și că „dezinformarea nu include raportarea erorilor, satira și parodia sau știrile și comentariile partizane identificate în mod clar ca atare” (2019, 4).

Apelând tot la analiza citată mai sus și realizată de Alina Bârgăoanu *et al.* (2020) regăsim dezinformarea, în sensul utilizat la nivelul instituțiilor Uniunii Europene, în majoritatea temelor și narațiunilor dominante identificate de autori.

Astfel, se amestecă informații false cu informații adevărate în narațiunea legată de fabricarea virusului într-un laborator din Wuhan, China, scăpat intenționat de autorități, „Atac Plănuț organizat chiar de Autorități”, la tema „Virusul fabricat” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 28). De asemenea, se manipulează informații, cum este cazul videoclipului care măsoară cantitatea de CO₂ respirată de oamenii care poartă mască, videoclip marcat drept conținut fals de către Facebook, așa cum apare la tema „Fără botniță” (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 32).

Și Facebook, cea mai utilizată platformă digitală la nivel mondial (2,41 miliarde de utilizatori activi, în august 2019 [Clement, 2019, f.p.]), care s-a confruntat, în ultimii ani, cu acuzații că facilitează promovarea fake news-ului și a dezinformării online, oferă, în secțiunea de „Newsroom”, propria definiție pentru conceptul de „dezinformare”. Astfel, acesta ar reprezenta „informații/conținut inexact sau manipulat care sunt răspândite în mod intenționat. Aceasta poate include știri false sau poate implica metode mai subtile, cum ar fi acțiunile de tipul „false-flag operations”, alimentând cu citate inexacte sau povești intermediari nevinovați sau amplificând, cu bună știință, informații părtinitoare sau înșelătoare. „Dezinformarea intenționată” („disinformation”) este diferită de „dezinformarea neintenționată” („misinformation”), care reprezintă răspândirea inadvertentă sau neintenționată a informațiilor inexacte, fără rea intenție” (Weedon *et al.*, 2017, 5).

Dezinformarea în accepțiunea oferită termenului de Facebook se regăsește, utilizând aceeași analiză realizată de Alina Bârgăoanu *et al.* (2020), la tema „Virusul fabricat”, în narațiunile care susțin că omul de afaceri George Soros a fabricat această pandemie fiind acționar principal al unei companii farmaceutice și de biotehnologii cu sediul în Wuhan, China, locul de unde a izbucnit pandemia (Bârgăoanu *et al.*, 2020, 29). Informația a fost dovedită ca fiind falsă de către platforma de fact-checking PolitiFact.com (Funke, 2020, f.p.).

Taxonomie

În ceea ce privește tipologia, într-o analiză pe care o echipă de cercetători de la Departamentul de Comunicare Strategică din cadrul Universității din Lund, Suedia, formată din James Pamment *et al.* (2018), au realizat-o pentru Agenția Suedeză de Contingente Civile (Swedish Civil Contingent Agency), aceștia au identificat șapte categorii generale de dezinformare în rețelele sociale (Pamment *et al.*, 2018, 44-46):

(1) - inventarea: se referă la știri fără nicio bază faptică ce sunt publicate într-un stil ce induce în eroare publicul făcându-l să creadă că sunt legitime, ele au intenții explicite de dezinformare și înșelăciune; pentru a fi credibile, aceste știri inventate, fabricate, adesea, folosesc narațiuni preexistente și sunt publicate pe platforme care au aspect de legitimitate pentru public;

(2) - manipularea: se aplică atât textelor, cât și imaginilor, video și formatelor audio; ele poate varia de la ajustări foarte simple, la unele extrem de complexe, media tradițională funcționează la capătul inferior al acestui spectru (modificând uneori imagini pentru a înlătura defectele pielii, de exemplu, sau, alteori, modificând ușor trăsăturile corpului, deși cu multă critică din partea publicului), dar, la capătul superior al spectrului, se află tehnici precum adăugarea sau eliminarea conținutului din fotografii, contopirea diferitelor fotografii sau manipularea grosieră a materialelor audio și video, inclusiv prin deepfake;

(3) - însușirea pe nedrept („misappropriation”): include utilizarea de conținut înșelător, context fals și conexiuni false; ea implică, de exemplu, utilizarea informațiilor fără legătură pentru a încadra o problemă sau un individ într-un mod specific pentru a se potrivi cu o narațiune, cu referire la surse care nu conțin respectivele informații, introducând informații reale într-un context fals sau folosind titluri, imagini și alte elemente de susținere care nu au legătură reală cu conținutul, aici, materialul poate fi real în sine, dar este utilizat de o manieră înșelătoare pentru a ilustra, susține sau a crea o narațiune falsă;

(4) - propaganda: se referă la informațiile create cu scopul de a influența percepția publică sau opiniile publice în beneficiul unei persoane publice, organizații sau guvern; spre deosebire de alte categorii de știri false și dezinformare, propaganda este adesea destul de fățișă și se concentrează pe narațiuni strategice grandioase; reținem aici tipologia propusă de Victoria O’Donnell și Garth S. Jowett (n.d.) pentru conceptul de propagandă: propaganda albă, care își spune clar sursa, își urmărește în mod deschis obiectivul și este în mare măsură exactă din punct de vedere factual, propaganda gri, care își ascunde parțial sau complet originea și/sau obiectivul și nu este întotdeauna complet exactă și propaganda neagră își propune în mod activ să înșele publicul-țintă despre originile informațiilor (O’Donnell *et al.*, n.d., *apud* Pamment *et al.*, 2018, 71);

(5) - satira: pe care am considera-o, mai degrabă, un gen literar, dar care, în contextul dezinformării, susțin James Pamment *et al.* (2018), înseamnă a ridiculiza, a expune și a critica indivizii, narațiuni sau opinii prin prezentarea informațiilor factuale folosind umor și exagerare, adesea, acest lucru se realizează fără intenția explicită de a provoca rău, dar satira are un potențial mare de a induce în eroare și de a-și înșela publicul, iar formatul poate fi ușor exploatat pentru a transmite idei controversate pentru un public-țintă; cercetările arată că satira poate avea un impact semnificativ asupra discursului public, a opiniilor publice și a încrederii politice; Vincent F. Hendricks și Mads Vestergaard (2018) vorbesc, în relație cu satira, și despre conceptul de „înălbire” („whitewashed”), care se referă la acele povești făcute cu scop satiric sau pentru simplu amuzament care, cu timpul, sunt „înălbite” prin circularea lor și distribuirea lor ca știri adevărate pentru ca mai târziu să fie distribuite și chiar date ca exemple în cărți ca fiind adevărate (Hendricks și Vestergaard, 2018, 76);

(6) - parodia: pe care, de asemenea, am considera-o un gen literar, dar care, în accepțiunea dezinformării online este văzută drept o categorie de dezinformare; spre deosebire de satiră, care aplică umorul informațiilor factice, parodia, explică Edson C. Tandoc Jr. *et al.* (2017), „joacă ludicitatea problemelor și le evidențiază alcătuiind povești [...] complet fictive” cu o plauzibilitate vagă (Tandoc *et al.*, 2017, *apud* Pamment *et al.*, 2018, 45-46); parodiile parcurg o linie fină între posibil și absurd, ceea ce face uneori greu pentru public să distingă parodia de informațiile reale și nu puține sunt cazurile când texte de parodie sunt confundate de public cu știri adevărate;

(7) - publicitatea: deși considerarea materialelor de publicitate ca forme de dezinformare poate stârni reacții de contestare, trebuie să acceptăm faptul că, uneori, materialele de publicitate sunt prezentate ca știri autentice, folosind un format înșelător pentru disimularea interesului comercial din spatele informațiilor; aceste tehnici de publicitate sunt, în general, considerate legitime și acceptate ca mijloace corecte, dar pot fi ușor exploatare de către campaniile de influență, folosind, de exemplu, linkbait-uri similare cu link-uri comerciale pentru a obține trafic direct către website-uri dăunătoare sau pentru a răspândi conținut perturbator sau nelegitim.

O altă tipologie o oferă profesorul James H. Fetzer (2004) într-o analiză pe care o face asupra dezinformărilor din jurul uciderii președintelui Statelor Unite ale Americii, John F. Kennedy din 1963 (Fetzer, 2004, 233-237) și care consideră că există cinci tipuri de dezinformări:

(1) - dezinformări de primul nivel: se referă la incapacitatea cuiva de a produce o critică atunci care-și asumă sarcina să o facă; acest lucru se poate petrece din mai multe motive, inclusiv lipsa capacității de înțelegere mentală, o neînțelegere specifică sau lipsa de familiarizare cu dovezile relevante (simplă ignoranță); cum nu putem ști totul despre tot, poate fi dificil să rezisti tentației de a-i descrie pe cei cu care nu ești de acord ca intrând în această categorie, desigur, ei ar putea spune același lucru despre tine, de aceea, problema devine astfel una de a sorta lucrurile pentru a ajunge la judecăți rezonabile;

(2) - dezinformări de al doilea nivel: apar atunci când probele disponibile sunt relevante și, prin urmare, ar trebui să facă o diferență la nivelul unor concluzii, ipoteze sau speculații, dar sunt, pur și simplu, respinse sau ignorate; dovezile sunt relevante, până la urmă, când prezența sau absența lor (dovezile fizice) ori adevărul sau falsitatea lor (mărturiile) fac diferența între adevărul sau falsitatea subiectului de discuție; „raționalitatea unei convingeri (rationality of belief), scrie James H. Fetzer (2004), apare atunci când distribuim puterea credinței noastre în proporție de gradele de susținere furnizate de dovezile relevante disponibile, de multe ori, dezinformarea pare să încalce acest principiu și să se califice drept iraționalitate a credinței; pe de altă parte, pot fi afișate forme nesincere sau corupte ale iraționalității credinței în exercitarea raționalității acțiunii ca mijloc adecvat pentru atingerea unui scop, obiectiv sau obiectiv specific – dacă nu puteți discredita

sincer o poziție, poate puteți s-o înfrunțați fabricând dovezi sau suprimând-o” (Fetzer, 2004, 237);

(3) - dezinformări de al treilea nivel: apar atunci când abuzezi atrăgând autorul unei lucrări pe un teren irelevant sau înșelător care nu are nimic sau are prea puțin de-a face cu poziția pe care autorul o reprezintă;

(4) - dezinformări de al patrulea nivel: apar atunci când se selectează, în mod părtinitor, un anumit studiu, articol, carte ignorându-le pe cele care sunt, cu adevărat, semnificative, importante și relevante, iar acest lucru se face pentru a induce în eroare pe alții despre conținutul lucrării, care este o formă de pledoarie specială partinică;

(5) - dezinformări de al cincilea nivel: apar atunci când o sursă prezintă informații care au fost selectate în mod deliberat pentru a reprezenta greșit, pentru a distorsiona sau abuza ținta cu intenția de a induce în eroare; citarea numai a unor dovezi favorabile unei părți, ca și când nu ar exista dovezi contrare, este cunoscută ca pledoarie specială („special pleading”); un exemplu este crearea, de obicei prin scriere, a unor noi lucrări (cărți sau articole), ceea ce au un caracter de probe false.

Prezentarea și discutarea rezultatelor

În urma analizării literaturii de specialitate se pot desprinde două concluzii principale: (1) diversitatea modurilor în care dezinformarea se poate produce în mediul digital impune necesitatea creării unui cadru conceptual clar, adecvat mediului online; este nevoie, mai ales pentru mediul digital, de o abordare conceptuală distinctă pentru dezinformarea făcută intenționat și cea neintenționată, cu atât mai mult în limbile care nu au termeni diferiți pentru cele două concepte, așa cum are, de exemplu, limba engleză, ce utilizează termeni diferiți pentru „disinformation” (dezinformare intenționată) și, respectiv, „misinformation” (dezinformare neintenționată) și (2) terminologia românească și nu numai necesită o adaptare propice la cea folosită la nivelul internațional, inclusiv prin traducerea unitară a unor concepte și chiar prin crearea de unități lexicale noi.

Henri-Pierre Cathala (1991) leagă conceptul de dezinformare de cel de manipulare, acesta din urmă fiind definit de Ioan-Vasile Gherghel (2009) drept „acțiunea orientată în scopul determinării unui «actor social» (persoană, grup, colectivitate) să gândească și să acționeze într-un mod compatibil cu interesele inițiatorului, și nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune la nivel rațional și afectiv-manipulativ, care distorsionează intenționat adevărul și inoculează o percepție falsă a realității lăsând însă impresia libertății de gândire și decizie” (Gherghel, 2009, 110-111). Totodată, Ștefan Vlăduțescu (2006) spune că manipularea nu este constrângătoare și că reprezintă o formă de persuasiune care se face fără presiune și violență (Vlăduțescu, 2006, 281-282), acest lucru spre comparație cu propaganda, care, potrivit lui Călin Hentea (2014), este

constrângătoare (Hentea, 2014, 11). Observăm, astfel, că în accepțiunea lui Henri-Pierre Cathala (1991), dezinformarea este intenționată, are o intenționalitate neonestă, răuvoitoare, care este, în același timp, și ascunsă (Cathala, 1991, 24) și, fiind asociată cu manipularea, este neconstrângătoare. Un neajuns al conceptualizării propuse de Henri-Pierre Cathala (1991) se referă la natura dezinformării, aceasta este intenționată, dar, în opinia noastră, dezinformarea se poate realiza și neintenționat, accidental, uneori cu un impact foarte mare. Menționăm că nici în limba franceză, la fel ca în limba română, nu există un termen diferit folosit în mod curent pentru a delimita dezinformările intenționate de cele neintenționate, așa cum, de exemplu, există în limba engleză, „disinformation” și, respectiv, „misinformation”. Prin urmare, dezinformarea poate fi neintenționată fie că ea este generată de jurnaliști, care pot difuza un conținut neadevărat în raport cu realitatea din cauza unei documentări precare sau al citării unor surse care vor să inducă în eroare. Ea mai poate fi generată și de utilizatorii de rețele de socializare online care pot promova un conținut de dezinformare fără să fie conștienți de natura acestuia. De aceea, considerăm că, pentru a putea fi utilizate și cercetările care vizează mediul online, definirea clasică a lui Henri-Pierre Cathala (1991) trebuie adecvată conceptual în acest sens mai ales în raport cu mediul digital și al rețelelor de socializare online, unde incidența dezinformărilor neintenționate este una mare, în special, atunci când vorbim despre promovarea unui conținut.

Guy Durandin (1993) spune că dezinformarea valorifică ambiguitățile și ambivalența registrului lingvistic cotidian și că punerea în discurs a faptelor este denaturată (Durandin, 1993, *apud* Vlăduțescu, 2006, 221-222). Facem precizarea că și acest autor este francez și că, în conceptualizarea lui, folosește termenul de dezinformare, în limba franceză neexistând un termen diferit care să desemneze dezinformarea intenționată de cea neintenționată. Guy Durandin (1993) leagă conceptul de dezinformare de cel de minciună. Unul dintre autorii preocupați de tema minciunilor, mai ales dintr-o perspectivă politică, Piotr Wierzbicki (1996) oferă trei accepțiuni conceptului de minciună. Prima dintre ele le consideră drept afirmații neadevărate, care au ca scop inducerea în eroare a opiniei publice prin distragerea atenției de la conținutul enunțurilor combătute spre persoana autorilor lor, precum și manevre intelectuale ce servesc la anularea validității normelor morale general acceptate și a criteriilor gândirii corecte față de faptele comunistilor, de sistemul etic și concepția despre lume a acestora (Wierzbicki, 1996, 19). A doua accepțiune le consideră născociri, deformări, trecere sub tăcere, modalități de a opera cu jumătăți de adevăr și procedee ce servesc la dirijarea percepției receptorilor cu scopul de a le distrage atenția de la faptele considerate ca fiind nefavorabile, de a le ascunde sau de a minimaliza sensul (Wierzbicki, 1996, 70). Iar a treia accepțiune se referă la minciuni pe care partizanii socialismului real le folosesc pentru a crea, în mod nerestrictiv, entități inexistente și, invers, de a considera entitățile existente drept închipuire, trecutul drept iluzie, cuvintele enunțate drept inexistente (Wierzbicki, 1996, 134). Astfel, și la Guy Durandin (1993), dezinformarea este intenționată, are o intenționalitate neonestă (inducerea

în eroare), răuvoitoare. Regăsim și în această conceptualizare a dezinformării referirea la intenție, dar, așa cum am menționat, mai ales în epoca digitală și a rețelelor de socializare online, dar nu numai, dezinformarea se poate realiza neintenționat, accidental. Prin urmare, și conceptualizarea lui Guy Durandin (1987) necesită o adaptare în raport cu mediul digital.

Și la Ștefan Vlăduțescu (2006) regăsim o intenționalitate în procesul de dezinformare (Vlăduțescu, 2006, 256-257) și, pentru că operația fundamentală a dezinformării o constituie minciuna (Vlăduțescu, 2006, 224-225, 228), scopul ei este de a induce în eroare. Mai observăm, totodată, că, la Ștefan Vlăduțescu (2006), dezinformarea este o procedură de persuasiune. Jean-Noël Kapferer (2002) consideră comunicarea persuasivă drept „procesul prin care o sursă transmite unidirecțional simboluri lingvistice sau nonlingvistice cu scopul de a influența una sau mai multe persoane” (Kapferer, 2002, 20), iar Ștefan Vlăduțescu (2006) spune că aceasta avansează o opinie voluntar neonestă și promovată cu intenționalitate neonestă spre deosebire de convicțiune (convingere), care avansează o opinie onestă, loială și cu o intenție cinstită (Vlăduțescu, 2006, 26). Observăm, astfel, și în conceptualizarea dezinformării în viziunea lui Ștefan Vlăduțescu (2006) referirea la intenție și caracterul neonest, răuvoitor al acesteia, dar, așa cum am mai afirmat, dezinformarea se poate realiza și neintenționat, accidental, deci și această conceptualizare a lui Ștefan Vlăduțescu (2006) necesită o adecvare în raport cu mediul digital.

În accepțiunea lui Vladimir Volkoff (n.d.a), autor tot de origine franceză, dezinformarea se realizează după un program (Volkoff, n.d.a, 10), deci este intenționată și urmărește să substituie în conștiința și, mai ales, în inconștientul populațiilor vizate anumite imagini considerate negative (Volkoff, n.d.a, 10), deci este neonestă, răuvoitoare. Observăm același neajuns și la nivelul conceptualizării propuse de Vladimir Volkoff (n.d.a), care nu acoperă și dezinformările ce se pot realiza neintenționat, accidental, deci și pentru această definiție se impune o adaptare conceptuală în raport cu mediul digital.

Și în definiția larg utilizată la nivelul Uniunii Europene și propusă de Grupul de Experți de Nivel Înalt pe Fake News și Dezinformare Online, constituit la nivelul Comisiei Europene, accentul cade pe intenționalitate și pe caracterul ei neonest, răuvoitor (2018, p. 10), dar autorii menționează că riscul de vătămare poate fi exacerbă de modul în care publicul și comunitățile se implică și amplifică dezinformarea (2018, 10). Nici această conceptualizare nu include dezinformările neintenționate, accidentale, de aceea considerăm că este necesară și o adaptare a acestei definiții la realitatea mediului digital și al rețelelor de socializare online.

Și în terminologia folosită de Facebook se regăsește caracterul intenționat, dar și neonest, răuvoitor, prin faptul că este vorba despre informații sau conținut inexact sau manipulat (Weedon *et al.*, 2017, 5). De această dată, regăsim o delimitare conceptuală clară între „dezinformarea intenționată” („disinformation”) și „dezinformarea neintenționată” („misinformation”) (Weedon *et al.*, 2017, 5),

ceea ce face ca definirea propusă de Facebook să fie una adecvată mediului digital și rețelelor de socializare online.

Considerăm, de aceea, că este nevoie de o utilizare cu precauție a definițiilor clasice ale conceptului de dezinformare atunci când se analizează dezinformări care vizează mediul digital și al rețelelor de socializare online, unde dezinformarea îmbracă forme dintre cele mai diverse și cu un impact de amploare asupra societății (a se vedea cazurile „Cambridge Analytica”, „Brexit”, „Bell Pottinger” și „Raportul Comisiei Senatului Statelor Unite pentru serviciile de informații privind campania rusească de măsuri active și interferență în alegerile americane din 2016”). În primul rând, în limbi precum româna și franceza, este necesară o delimitare clară în interiorul conceptului de dezinformare între dezinformarea intenționată și dezinformarea neintenționată, așa cum, am văzut, limba engleză, de exemplu, utilizează două concepte diferite pentru a le defini, „disinformation” și, respectiv, „misinformation”. De aceea, considerăm că evoluția tehnologică a mediului digital impune o adaptare a conceptelor clasice din această sferă, iar utilizarea lor trebuie să se facă, din acest punct de vedere, cu precauție. De aceea este nevoie de un efort conjugat al comunității științifice pentru traducerea unitară a unor concepte deja utilizate la nivel internațional, în utilizarea lor și chiar de crearea unor unități lexicale noi care să corespundă mai bine nevoilor semantice pe care toată această terminologie din sfera dezinformării online o impune.

Concluzii

În urma analizei de față am observat, la nivelul literaturii de specialitate clasice, existența unor neclarități în definirea conceptului de dezinformare din punctul de vedere al naturii intenționalității sale. În condițiile dominației mediului digital, se impune o actualizare a definițiilor folosite întrucât observăm că dezinformarea se poate realiza, cu efecte de amploare, atât intenționat, cât și neintenționat, dar limba română nu are concepte diferite pentru definirea acestor tipuri diferite de acțiuni așa cum, limba engleză, de exemplu, utilizează conceptele de „disinformation” și, respectiv, „misinformation”. Acest lucru este de natură să creeze confuzii și, totodată, poate afecta integrarea conceptuală a cercetărilor existente și viitoare din spațiul românesc cu cel internațional.

Considerăm că, în viitor, este necesară operarea unei clare delimitări conceptuale pentru cei doi termeni și chiar crearea unor unități lexicale noi care să corespundă mai bine nevoilor semantice impuse de terminologia din sfera dezinformării online.

Bibliografie

- Bârgăoanu, A. (2018). *#Fakenews: noua cursă a înarmării*. București: Evrika Publishing.
- Bârgăoanu, A. (coord.) (2020). *Infodemia Covid-19 în România: O analiză a dezinformării în spațiul digital*. Disponibil la https://www.antifake.ro/wp-content/uploads/2020/11/Eurocomunicare_Raport-Infodemia-COVID-19-in-Romania_octombrie-2020-1.pdf. Accesat în 1 noiembrie 2020.
- Cathala, H.-P. (1991). *Epoca dezinformării*. București: Militară.
- Cilluffo, F. J. (2006). *Hearing before a Subcommittee of the Committee on Appropriations United State Senate One Hundred Ninth Congress, Second Session, May 23, Washington, DC, United States*.
- Clement, J. (2019). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2019 (in millions)*. Disponibil la <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Accesat în 7 septembrie 2019.
- Comisia Europeană (2018). *Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliul, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor «Combaterea dezinformării online: o abordare europeană din 26 aprilie 2018*. Bruxelles: Comisia Europeană. Disponibil la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=RO>. Accesat în 15 iulie 2020.
- European Commission (2018). *Flash Eurobarometru 464 - Fake news and disinformation online*. Bruxelles: European Commission. Disponibil la <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/yearFrom/1974/yearTo/2018/surveyKy/2183>. Accesat în 27 iulie 2020.
- Fallis, D. (2015). What Is Disinformation. *Library Trends*, 63(3), 401-426.
- Freund, A. (1991). *Journalisme et mésinformation*. n.p.: La Pensée sauvage.
- Funke, D. (2020). *Conspiracy theory falsely connects George Soros to COVID-19*. Disponibil la <https://www.politifact.com/factchecks/2020/mar/19/facebook-posts/conspiracy-theory-falsely-connects-george-soros-co/>. Accesat în 1 noiembrie 2020.
- Gherghel, I.-V. (2009). *Forme de manipulare televizuală*. Cluj-Napoca: Limes.
- Grupul de Experti de Nivel Înalt pe Fake News și Dezinformare Online (2019). *Tackling online disinformation*. Bruxelles: Comisia Europeană. Disponibil la <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>. Accesat în 3 iulie 2020.
- Hendricks, V. F. & Vestergaard, M. (2018). *Reality Lost. Markets of Attention, Misinformation and Manipulation*. Cham: Springer Open.
- Hentea, C. (2014). *Spectacolul propagandei*. București: Meteor Press.
- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T. & Lee, D. (2019). Fake News' Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, 1(33).
- Pamment, J., Nothhaft, H., Agardh-Twetman, H. & Fjällhed, A. (2018). *Countering Information Influence Activities. The State of the Art - Research Report*, version 1.4. Lund: Department of Strategic Communication, Lund University.
- Samoilenko, S. A. (2017). Strategic Deception in the Age of 'Truthiness', în I. Chiluwa (ed.), *Deception and Deceptive Communication. Motivations, recognition techniques and behavioral control*, New York: Nova Science Publishers, 1-19.

- Tandoc Jr., E. C, Wei Lim, Z. & Ling, R. (2018). Defining «Fake News». *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Teodorescu, B. (2007). *Cinci milenii de manipulare*. București: Tritonic.
- Vlăduțescu, Ș. (2006). *Comunicare jurnalistică negativă. (Convicțiune și persuasiune - eseu de hermeneutică mediatică)*. București: Academiei Române.
- Voicu, M. (2018). *Matrioșka mincinoșilor. Fake News, manipulare, populism*. București: Humanitas.
- Volkoff, V. (2007). *Dezinformarea văzută din est*. București: Pro Editură și Tipografie.
- Volkoff, V. (n.d.a). *Dezinformarea, armă de război*. n.p.: Incitatus.
- Volkoff, V. (n.d.b). *Tratat de dezinformare. De la Calul Troian la Internet*. n.p.: Antet Revolution.
- Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 6380, 1146-1151.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Wardle, C. (2019). *First Drafts's Essential Guide to Understanding Information Disorder*. n.p.: First Draft.
- Weedon, J., Nuland, W. & Stamos, A. (2017). *Information Operations and Facebook*. Disponibil la <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>. Accesat în 11 septembrie 2019.
- Wierzbicki, P. (1996). *Structura minciunii*. București: Nemira & Co.