

FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII
ȘCOALA DOCTORALĂ DE COMUNICARE, RELAȚII PUBLICE ȘI PUBLICITATE

DEZINFORMAREA ANTI-UE ÎN ROMÂNIA ÎN EPOCA CYBER

REZUMAT

Student doctorand: SUSANA DRAGOMIR

Cooordonator: Prof. Univ. Dr. IOAN HOSU

CUPRINS

Introducere și Context.....	3
Cadrul și Metodele Cercetării.....	5
Rezultate și Discuții.....	8
Concluzii.....	12
Bibliografie.....	13

.

1. INTRODUCERE ȘI CONTEXT

Complexitatea crescândă a mediului de comunicare digitală a redefinit amploarea operațiunilor de dezinformare ducând la o evoluție a spectrului terminologic ce ține de dezinformare și război hibrid.

Această cercetare doctorală investighează rolul dezinformării anti-Uniunea Europeană (UE) în România în timpul Cyberage, în contextul unui deficit de comunicare al instituțiilor europene, propunându-se să contribuie la îmbogățirea literaturii despre dezinformarea online anti-UE, în special în legătură cu deficitul de comunicare. Actorii dezinformării utilizează simultan o varietate de instrumente, inclusiv conținut generat de AI, conturi false (bots și trolls), manipularea algoritmilor, instrumente de publicitate și marketing. Acești actori exploatează mecanisme psihologice și facilitatori tehnici pentru a polariza societatea și a crea efecte militare sau politice de lungă durată.

În Epoca Cibernetică dezinformarea nu este doar un instrument de persuasiune, ci o armă puternică cu impact politic, strategic și economic.

Cercetarea este organizată în șapte capitole, reflectând complexitatea studiului, care cuprinde atât dezinformarea, cât și deficitul de comunicare al UE. Primele trei capitole oferă o revizuire a literaturii despre dezinformare, transformările ecosistemului media și instrumentele utilizate în Cyberage (Epoca Cyber) precum și deficitul de comunicare al UE.

Ultimele patru capitole acoperă designul și metodele de cercetare, rezultatele, discuțiile, recomandările și concluziile.

Teza urmărește evoluția de la propaganda antică la propaganda computațională, recunoscând continuitatea comunicării strategice utilizate pentru manipulare, subliniind în același timp schimbarea radicală introdusă de inovațiile tehnologice, cum ar fi utilizarea intensivă a rețelelor sociale, AI, manipularea algoritmică, micro-tintirea și transformările legate de consumul de știri care a migrat către sfera online.

Într-o lume în care echilibrul puterii se schimbă constant, dezinformarea online a devenit o armă de temut în apanajul războiului hibrid.

Revoluția tehnologică a transformat ecosistemul informațional, permițând diseminarea rapidă prin rețele sociale, smartphone-uri și un internet globalizat, făcând operațiunile de dezinformare mai ieftine și mai ușor de realizat. Revizuirea literaturii include o istorie a dezinformării, definiții ale termenilor precum știri false, propagandă, post-adevăr, război hibrid, operațiuni psihologice și operațiuni informaționale, urmată de o revizuire a deficitului de comunicare și o analiză a transformărilor ecosistemului de comunicare la nivel global și în România. A fost necesar să se definească și să se utilizeze în mod constant termenul dezinformare pe parcursul tezei. Recent, vocabularul legat de dezinformare s-a extins pentru a include termeni precum "manipularea informațiilor străine", "război cognitiv" și "interferență străină".

Fundamentul teoretic revizuieste autori clasici în studiile de propagandă, cum ar fi Bernays (2007) sau Ellul (1990), completat de perspective contemporane asupra patologiilor dezinformării de la autori precum Wardle și Derakhshan (2018), Colon (2019), Innes (2020), McIntyre (2017), Benkler și alții (2020), Culotty și Suiter (2021) și Vilmer și alții (2018). Dezinformarea este categorisită ca o anomalie de comunicare. Cercetători precum Ines (2021) o definesc ca "informație deviantă", unde informația destinată promovării înțelegerii este folosită în schimb pentru a deforma, induce în eroare și camufla. Dicționarul Oxford English definește dezinformarea ca diseminarea deliberată a informațiilor false, în special de către un guvern sau agentul său pentru a influența politicile sau opiniile. Bentzen (2015) notează că termenul dezinformare a apărut pentru prima dată în engleză în 1949, cu echivalentul său francez înregistrat în 1954. Colon (2018) leagă originea termenului dezinformare de KGB, apărând pentru prima dată în Dicționarul Rus al lui Sergei Ojegov ca o acțiune destinată să înșele receptorul prin prezentarea unei descrieri favorabile a realității (Colon, 2018).

Wardle și Derakhshan (2017) oferă o diferențiere esențială în stabilirea terminologiei utilizate pe parcursul tezei.

Al doilea capitol al revizuirii literaturii investighează transformarea peisajului media în Cybage, concentrându-se pe inovațiile tehnologice care au permis proliferarea dezinformării. Abordează platformizarea rețelelor sociale, publicitatea pe rețele sociale și fenomene precum camerele de ecou, micro-targeting și publicitatea comportamentală în modelarea comportamentului politic și social al utilizatorilor. Factorii psihologici, cum ar fi prejudecățile cognitive, conformitatea cu colegii și contagiunea emoțională, sunt analizați ca facilitatori ai receptivității la dezinformare. Capitolul categorisește tacticile de manipulare, inclusiv teoriile conspirației, repetarea, apelul la

autoritate și aspectele tehnice utilizate în campaniile de dezinformare, cum ar fi atacurile de negare a informațiilor (DoI), trolling, phishing, botnets etc. Mediul media din România este evaluat critic ca fiind fragmentat, subfinanțat și lipsit de reziliență la amenințările informaționale. Al treilea capitol explorează deficiențele structurale și retorice ale comunicării Uniunii Europene. Mesajele UE sunt caracterizate ca fiind excesiv de tehnice, emoțional neutre și detașate de preocupările zilnice ale cetățenilor. Sunt evidențiate multiple bariere în calea comunicării eficiente a UE în România, inclusiv absența unei sfere publice europene, fragmentarea lingvistică, jocurile de vină politice și lipsa comunicatorilor specializați.

Comunicările UE sunt contrastate cu narațiunile emoțional rezonante și simplificate utilizate în campaniile de dezinformare, dezvăluind o asimetrie strategică critică. Aceste slăbiciuni contribuie la acceptarea narațiunilor anti-UE și împiedică dezvoltarea rezilienței societale la dezinformare împotriva Uniunii.

2. CADRUL ȘI METODELE CERCETĂRII

Având în vedere necesitatea unei literaturi mai specifice despre dezinformarea anti-UE în România și ținând cont de noile tehnici de dezinformare aduse de era cibernetică, această teză realizează o cercetare exploratorie pentru a investiga această patologie de comunicare de lungă durată, acum îmbrăcată în forme noi datorită revoluției cibernetice. În ciuda numeroaselor studii despre deficitul de comunicare al UE și dezinformarea anti-UE, cercetările românești pe aceste fenomene rămân limitate. Prin urmare, această teză își propune să aducă lumină asupra unui subiect care rămâne insuficient explorat, în special utilizarea moralității și valorilor în dezinformarea anti-UE în România, testând aceste narațiuni pe liderii religioși.

Împărtășesc opinia lui Bayer și alții (2022) care susțin că măsurarea impactului și determinarea cauzalității dezinformării cu certitudine în circumstanțe care nu au loc într-un laborator este aproape imposibilă (Bayer et al. 2022).

Studierea efectelor dezinformării asupra societății poate fi o sarcină sisifică, unde corelațiile sunt întinse, dar nu ușor de dovedit. Accentul este pus pe dezinformarea condusă de Rusia în România și pe principalele sale narațiuni, examinate din mai multe unghiuri. Teza este limitată la patru ambiții, cuprinzând trei ipoteze și răspunzând la patru întrebări de cercetare.

2.1 IPOTEZE

H1: Prima ipoteză susține că UE suferă de un deficit de comunicare, în special online. În consecință, dezinformarea anti-UE este mai ușor acceptată datorită naturii sale simpliste, virale, emoționale și vizual atractive, în timp ce comunicarea UE este percepută ca fiind rigidă, specializată, complexă, lipsită de emoție și elitistă.

H2: A doua ipoteză se bazează pe constatările lui Vilmer și alții (2018), indicând că minoritățile și grupurile religioase sunt deosebit de susceptibile la dezinformare, în special atunci când sunt implicate probleme de moralitate, etică și valori. În Europa de Est și Centrală, dezinformarea dirijată de Kremlin exploatează adesea credința și valorile morale. Această ipoteză sugerează că religia și valorile tradiționale sunt centrale în dezinformarea anti-UE. În plus, susține că narațiunile anti-UE sunt construite pe baza nemulțumirilor existente în societate, strâns legate de vulnerabilitățile din societatea românească după aderarea la UE.

H3: A treia ipoteză abordează ideea că eficacitatea dezinformării este corelată cu măsurile implementate pentru a o contracara, atât la nivelul UE, cât și în cadrul statelor membre individuale.

Cercetarea a încercat să răspundă la patru întrebări legate de ipotezele prezentate, după cum urmează:

Q1: Care este relația dintre acceptarea narațiunilor anti-UE și nivelul de cunoaștere despre UE în contextul unui deficit de comunicare? Aceasta întrebare este în strânsă legătură cu a doua, care este o întrebare de introducere.

Q2: Care sunt principalele narațiuni anti-UE în România și cât de acceptate sunt acestea?

Q3: Ce roluri joacă sensibilitățile religioase, valorile morale și pierderea identității în succesul dezinformării anti-UE?

Q4: Cât de rezistentă este România la dezinformarea anti-UE și cât de eficiente sunt măsurile luate atât la nivelul UE, cât și la nivel național pentru a combate dezinformarea?

Pentru a aborda aceste întrebări și a valida ipotezele, cercetarea urmează un parcurs logic de patru ambiții: o prezentare generală a dezinformării online anti-UE și extragerea celor mai populare narațiuni, acceptarea narațiunilor anti-UE de către liderii religioși, revizuirea măsurilor luate de guvernul român și de UE pentru a combate dezinformarea online și o evaluare clară a rezilienței

la dezinformare pe baza măsurilor la nivelul UE și românesc și a vulnerabilităților țării. Influența figurilor religioase asupra credincioșilor este insuficient studiată, în special influența mediată prin intermediul rețelelor sociale. Relația dintre un influencer spiritual și următorul său pe rețelele sociale diferă de cea a unui influencer comercial. Se poate dezvolta o legătură convențională între un pastor și un enoriaș, unde enoriașul caută îndrumare spirituală și educație teologică, în timp ce pastorul oferă sprijin în ambele domenii. Această relație este reciproc avantajoasă, favorizând conexiuni personale, îmbunătățind înțelegerea învățăturilor religioase și cultivând credincioși bine informați care pot introduce și pe alții în credință.

Având în vedere noutatea fenomenului studiat, am început cu cercetări exploratorii, studiind literatura existentă, care a evoluat pe parcursul cercetării. În ceea ce privește cercetarea propriu-zisă, am folosit un amestec de instrumente calitative pentru a examina dezinformarea: cazuri de dezinformare demontate, date secundare din rapoarte și studii ale instituțiilor europene, ONG-uri, think tank-uri, NATO, Centrul de Excelență pentru Amenințări Hibrice, articole de presă și investigații de presă pentru a extrage principalele narațiuni anti-UE în România. După un studiu aprofundat al cazurilor de dezinformare demontate din România publicate de EUvsDisinformation (euvsdisinfo.eu), am extras patru narațiuni principale și le-am analizat utilizarea în spațiul media online de către figuri politice. Meta-narațiunile de dezinformare studiate sunt: "România este o colonie a UE," "UE impune prea mult minorităților sexuale," "UE este Poarta Înaltă – impunându-și voința," și "Politicienii români sunt prea servili față de Bruxelles." Ultimele două narațiuni sunt interconectate, dar diferite, una fiind o meta-narațiune care cuprinde mai multe narațiuni. Am realizat o analiză a rețelelor sociale și o analiză media a prezenței acestor narațiuni și a actorilor implicați în promovarea lor, identificând peste 100 de site-uri web sau motoare de știri care promovează narațiuni anti-UE.

În plus, am realizat o analiză comparativă a metricilor rețelelor sociale între conturile liderilor religioși și influencerilor religioși. Analiza calitativă s-a bazat pe interviuri semi-structurate cu experți în combaterea dezinformării din Bruxelles și România, inclusiv reprezentanți ai organizațiilor românești: Global Focus, Veridica, EARC și organizații internaționale precum The Atlantic Council, International Republican Institute, EU Disinformation Lab, un ministru pentru Digitalizare și specialiști din instituțiile europene precum Serviciul European de Acțiune Externă (Unitatea de Comunicare Strategică și Celula de Fuziune Hibrădă). Pentru o înțelegere mai profundă a deficitului de comunicare al UE, au fost realizate interviuri cu corespondenți români

la Bruxelles și un influencer politic. Acceptarea narațiunilor anti-UE și percepțiile legate de apartenența la UE au fost testate în rândul liderilor religioși prin interviuri semi-structurate. După observarea vizibilității online limitate a liderilor religioși, am realizat o analiză a rețelelor sociale a influencerilor religioși cu cea mai mare acoperire pe platformele de socializare, concluzionând că acoperirea online a figurilor oficiale ale bisericilor creștine românești nu este la fel de largă ca cea a influencerilor religioși precum Părintele Calistrat, Părintele Ioana, Părintele Nicula, Vladimir Pustan, Cristi Boariu, Florin Antonie, Florin Ianovici sau Tony Berbece.

3. REZULTATE ȘI DISCUȚII

Rezultatele cercetării și discuțiile sunt structurate în trei capitole datorită complexității subiectelor abordate.

Capitolul cinci prezintă principalele constatări empirice. Identifică patru narațiuni dominante anti-UE prezente în discursul românesc: („România este o colonie a UE”, „Bruxelles-ul impune ideologia LGBTQ+”, „UE imită mecanismele de control ale Imperiului Otoman – fiind Poarta Înaltă” și „Liderii români sunt subordonați elitelor occidentale, în special Bruxelles-ului”). De asemenea, aduce în lumină modul în care aceste narațiuni sunt percepute de liderii religioși și propagate în spațiul online de influenceri religioși.

Capitolul șase evaluează politicile și măsurile adoptate atât de UE, cât și de România pentru a combate dezinformarea. În cazul României, lipsa măsurilor ar fi termenul potrivit pentru a o descrie, chiar dacă România a inclus lupta împotriva dezinformării în Strategia Națională de Apărare în 2019, măsurile privind combaterea dezinformării au fost aproape inexistente.

Capitolul evidențiază, de asemenea, slăbiciunile comunicării instituționale a UE, așa cum sunt percepute de jurnaliști și de actorii locali, confirmând un vid de comunicare strategică în România și la Bruxelles. Actorii implicați în propagarea dezinformării anti-UE în România includ actori statali și non-statali. Actorii statali includ Rusia, Iranul, China și Turcia, în timp ce actorii non-statali includ jurnaliști, proxy-uri, influenceri, organizații de extremă dreapta și extremă stânga, partide politice și idioți utili. Instituțiile europene au recunoscut amenințarea în 2018, înființând un Grup de Nivel Înalt pentru Dezinformare (Comisia Europeană – Strategia Digitală 2018). Acest lucru a fost urmat de crearea unei Celule de Fuziune Hibridă, un Plan de Acțiune împotriva

Dezinformării, un Cod de Conduită privind Dezinformarea, un Sistem de Alertă Rapidă și o lege specială pentru a reglementa platformele, Legea Serviciilor Digitale, care a fost implementată în 2023. Cu toate acestea, măsurile puse în aplicare de UE pentru a combate dezinformarea sunt evaluate ca fiind insuficiente, iar resursele alocate sunt prea limitate, în timp ce mandatul său de a aborda cu adevărat problema este, de asemenea, limitat. În ciuda anilor de reforme și a noilor tratate, incapacitatea UE de a comunica eficient cu cetățenii obișnuiți rămâne nerezolvată, cunoscută sub numele de deficit de comunicare. În România, ca și în multe țări ale UE, comunicarea Bruxelles-ului este percepută ca fiind rigidă, tehnică și birocratică. Multitudinea de limbi, jocurile de vină ale politicienilor naționali, lipsa unei sfere publice europene și alte probleme structurale facilitează succesul dezinformării anti-UE. În contrast, dezinformarea oferă un limbaj simplu, emoțional, clar și mobilizator.

Structura complicată și funcționarea UE nu sunt ușor de înțeles de către cetățenii obișnuiți iar vulnerabilitățile României la dezinformare sunt multiple: lipsa alfabetizării media, încrederea scăzută în instituții, nivelurile scăzute de lectură, încrederea ridicată în rețelele sociale pentru știri, utilizarea ridicată a platformelor sociale, ratele ridicate de analfabetism funcțional, clivajele sociale și economice puternice, polarizarea ridicată și o diasporă mare.

Aproximativ 30% dintre cetățeni folosesc rețelele sociale pentru știri, iar 16% folosesc exclusiv TikTok (Reuters Digital Press Report, 2024). Acest nou paradigm de consum de știri, împreună cu încrederea scăzută în mass-media tradițională, politicieni și instituții publice, permite actorilor de dezinformare să desfășoare operațiuni eficiente prin canale online

Social Platform	Number of Users
YouTube	13.44 million
Facebook	12.34 million
Facebook Messenger	10.28 million
Instagram	5.78 million
WhatsApp	9.7 million
TikTok	8.97 million
LinkedIn	3.9 million

Social Platform	Number of Users
Reddit	3.74 million
Snapchat	2.56 million
X	1.51 million
Pinterest	0.1 million

Figure 1: Social media users in Romania – Source Statista (2025)

Peisajul media din România este evaluat critic ca fiind polarizat, cu media tradițională adesea lipsită de independență și reziliență la amenințările informaționale. Încrederea în media este la un nivel istoric scăzut. Narațiunile anti-UE sunt diseminate de actori politici, jurnaliști din media alternativă, influenceri și proxy-uri anti-UE care susțin puncte de vedere pro-Kremlin.

Obiectivul lor este să schimbe percepția publicului de la recunoașterea avantajelor apartenenței la UE la concentrarea pe degradarea morală percepută. Ei prezintă UE ca „Gayropa”, o dictatură dominată de „elite gay” și o entitate autoritară care ignoră autonomia statelor membre. Interviuurile cu figuri religioase au dezvăluit anxietăți profunde cu privire la amenințările morale percepute din partea UE, care este uneori văzută ca promovând politici împotriva moralei și obiceiurilor religioase. Au fost exprimate preocupări legate de reprezentarea la nivelul UE și de trecerea de la fundamentele iudeo-creștine la o viziune mai progresistă. S-a găsit o corelație indirectă între cunoașterea despre UE și teama că UE reprezintă o amenințare pentru credința și valorile creștine. Pozițiile Curții Europene de Justiție și reprezentarea puternică a organizațiilor religioase românești la Bruxelles pot duce la decizii care nu iau în considerare incluziunea religioasă. Cu toate acestea, un dialog religios este găzduit de Parlamentul European, iar DG Justiție are un portofoliu care se ocupă de libertățile religioase.

Cercetarea a dezvăluit slăbiciuni în comunicarea instituțională a UE, așa cum sunt percepute de jurnaliști și actorii locali, confirmând un vid de comunicare strategică în România și la Bruxelles și lipsa de adaptare la stilurile de comunicare pe rețelele sociale. Politicile și măsurile adoptate de UE și România pentru a combate dezinformarea au fost evaluate. Măsurile României sunt insuficiente, în ciuda includerii dezinformării în Strategia Națională de Apărare în 2019. Inițiativa de a lansa un grup de lucru pentru combaterea dezinformării a fost netransparentă și inefficientă. Lipsa unui mandat al UE din cauza limitărilor privind acțiunile de apărare comună restricționează

capacitatea sa de a combate dezinformarea în statele membre. Instrumentele UE, cum ar fi Planul de Acțiune împotriva Dezinformării, Codul de Conduită privind Dezinformarea și Legea Serviciilor Digitale sunt discutate, dar impactul lor este criticat ca fiind limitat, depinzând de voința Platformelor Online Foarte Mari de a respecta prevederile privind moderarea conținutului și transparența. Vulnerabilitățile interne ale României includ un nivel de alfabetizare media scăzut, polarizare socială și economică ridicată, rata scăzută de lectură, instituții de reglementare slabe, clivaje religioase, o societate civilă subfinanțată și o lipsa de coordonare a actorilor care ar trebui să combată dezinformarea.

În ciuda acestor provocări, organizațiile societății civile și media independentă sunt actori vitali în promovarea rezilienței la dezinformare, dar acestea limitate și le lipsesc resursele.

Interviurile sugerează că inițiativele de combatere a dezinformării sunt izolate, iar eforturile politice trebuie completate de reforme sistemice și de o comunicare strategică la nivel de stat, UE și NATO.

Lipsa de încredere între țările UE și abordările diferite pentru combaterea dezinformării între statele estice și vestice sunt provocări semnificative.

Se argumentează că UE trebuie să-și reformeze paradigma de comunicare prin adoptarea unei povestiri emoțional rezonante, sensibile la context, făcând limbajul său mai accesibil și profitând din plin de oportunitățile oferite de rețelele sociale pentru a se conecta cu cetățenii. Comunicarea la nivel de bază bazată pe realizări ar trebui încurajată. Este nevoie de o comunicare oficială mai deschisă, activități Europe Direct mai eficiente și o comunicare mai proactivă din partea Reprezentanțelor Instituțiilor Europene în Statele Membre. Cei mai vulnerabili la dezinformarea anti-UE sunt „sentimentaliștii sovietici” și indivizii „moral superiori” într-un context de alfabetizare media scăzută și lectură scăzută, cu zone rămase în urmă și disparități economice ridicate. Dezinformarea în România poate avea efecte dezastruoase, ducând la respingerea apartenenței la UE și ostilitate față de parteneriatele internaționale. Unitatea structurii europene depinde de capacitatea sa de a-și recrea logoul, de a combate dezinformarea și de a comunica mai eficient. Într-un context în care falsurile și narațiunile apocaliptice emoționale descriu UE ca „dușmanul”, „dictatorul” și „opresorul”, actorii de comunicare care promovează narațiuni pro-UE trebuie să se adapteze la noile realități ale ecosistemului media. Limitele tezei rezidă într-un număr limitat de lideri religioși intervievați, în timp ce cercetări cantitative mai extinse la nivelul

liderilor religioși ar putea aduce mai multă claritate asupra modului în care dezinformarea UE prosperă folosind jumătăți de adevăr despre aspectele morale.

4. CONCLUZII

Concluzia, corespunzătoare capitolului șapte din teză, oferă o recomandare orientată spre viitor și prezintă limitările tezei și alte direcții de cercetare. Se argumentează că UE trebuie să-și reformeze paradigma de comunicare prin adoptarea unei povestiri emoțional rezonante, sensibile la context, făcând limbajul său mai accesibil publicului și profitând din plin de oportunitățile oferite de rețelele sociale pentru a se apropia de cetățeni.

Cercetarea concluzionează că dezinformarea anti-UE în România prosperă la intersecția dintre ineficiențele de comunicare la nivelul UE și vulnerabilitățile structurale la nivel național.

Eșecul UE de a convinge cetățenii printr-o comunicare eficientă, clară și emoțional rezonantă lasă loc pentru narațiuni alternative care sunt populiste, emoționale și adesea înșelătoare.

Ecosistemul media din România este deosebit de vulnerabil, marcat de încrederea scăzută în media tradițională, dependența ridicată de rețelele sociale, alfabetizarea media scăzută și analfabetismul funcțional. Aceste vulnerabilități sunt agravate de diviziunile socio-economice profunde și de un sector religios foarte activ și de încredere, ocazional cooptat în dinamica dezinformării.

Actorii implicați în propagarea narațiunilor anti-UE includ actori statali și non-statali, atât interni, cât și externi, influenceri religioși care amplifică narațiuni bazate pe anxietăți morale și culturale, figuri din media alternativă, politicieni, partide politice și influenceri online ale căror platforme oferă vizibilitate și legitimitate dezinformării.

Dezinformarea, ca o componentă a războiului hibrid, este sistematică, multi-actor și exploatând tehnologiile digitale, amplificarea algoritmică și mecanismele psihologice de persuasiune.

În România, dezinformarea evocă sentimentul religios împotriva UE, dar și nostalgia comunistă, subliniind necesitatea înțelegerii clivajelor culturale și ideologice.

Recomandările de politici includ implementarea unor strategii de comunicare proactive și localizate ale UE, investiții instituționale în educația pentru alfabetizarea media, adoptarea tacticilor de pre-bunking, crearea unui Centru de Excelență în România dedicat războiului hibrid

și asigurarea integrității informațiilor. Sunt necesare reforme structurale în cadrul UE pentru a face comunicarea mai puțin elitistă și mai orientată către cetățeni.

Teza se încheie cu o întrebare reflexivă care subliniază urgența problemei: „Într-o epocă în care dezinformarea înflorește în ecosistemele digitale și contestă însăși noțiunea de adevăr, poate democrația să reziste presiunilor Epocii Cibernetică?”

BIBLIOGRAPHIE

1. Bentzen N., (2015). *Understanding propaganda and disinformation*. A Study of the European Parliament's Members' Research Service, PE 571.332, November 2015. Available at:
https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/571332/EPRS_ATA%282015%29571332_EN.pdf. Accessed on 05.10.2019.
2. Bernays E., (2007). *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Zones.
3. Colon, D. (2019). *Propagande. La manipulation de masse dans le monde contemporain* (p. 368). Editions Belin.
4. Culloty E. and Suiter J. *Disinformation and Manipulation in Digital Media. Information Pathologies*. Routledge, London and New York, Abingdon Oxon, New York, 2021
5. Ellul J., (1990) *Propagandes*, Economica – Collection les Classiques
6. Innes, M. (2020). *Techniques of disinformation: Constructing and communicating “soft facts” after terrorism*. The British journal of Sociology, 71(2), 284-299.
7. Mc Intyre L., (2018). *Post-Truth*, MIT Press, Cambridge
8. Vilmer, J. B. J., Escorcía, A., Guillaume, M., & Herrera, J. (2018). *Les manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*. La Documentation française.
9. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.
10. Reuters Digital Press Report 2024. Available at:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>, accessed on 12.03.2025

