

**UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTĂ TEATRALĂ ȘI
CINEMATOGRAFICĂ „I.L.CARAGIALE” BUCUREȘTI**

REZUMAT

TEZĂ DE DOCTORAT

**PERVERTIREA ADEVĂRULUI PRIN TELEVIZIUNE.
POST-ADEVĂR ȘI CAMPANIILE DE FAKE-NEWS**

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC:
Prof. univ. dr. Manuela Cernat

DOCTORAND:
Cosmin Prelipceanu

2023

Cuprinsul lucrării:

Preambul

Capitolul I Prologomene

Dezinformarea: o infectare cu virusul minciunii

Operațiunea *Infekția*

Manualul dezinformării

Dezinformarea *Pizzagate*

Operațiunea *Dragonul*

De ce dezinformează Rusia

Glosarul dezinformării

Mass-media predispuse la dezinformare

Acceptarea emoțiilor în programele de știri

Rolul imaginii în operațiunile de dezinformare

Dezinformarea Rinkeby

Capitolul al II-lea Dezinformarea de la Târgu Mureș, martie 1990

Capitolul al III-lea Criza refugiaților din Războiul Sirian

Cronologia conflictului din Siria

Atacul cu armă chimică de la Zamalka – 21 august 2013

Atacul cu bombă incendiară de la Urum al-Kubra – 29 august 2013

Atacul cu arma chimică de la Douma – 7 aprilie 2018

Rolul imaginilor în acoperirea mediatică a Războiului Sirian

Dezinformarea fabricată de Kremlin: Marea Britanie a orchestrat atacul de la Douma

Concluzii

Capitolul al IV-lea Pandemia de Covid – 19: Primul Război Mondial al Dezinformării

Campania de dezinformare Coronavirus – mondializarea

Fake-news în audio-video

Rusia se demască

Televiziunea intră în scenă

China adoptă strategia Rusiei

Dezinformarea ucide

Absența educației științifice amplifică dezinformarea

Narativul conspiraționist, mai credibil decât adevărul

Amprenta ADN a operațiunilor de dezinformare

Campania de dezinformare Coronavirus migrează din online spre televiziune

Publicul din România, victimă a dezinformării

Dezinformatorii vedetă sau super-spreaderii, personalități video

Eșecul campaniei oficiale de contracarare a dezinformării

Concluzii

Capitolul al V-lea Războiul din Ucraina

Război informațional

Război psihologic

Război mediatic: rolul imaginilor

24 februarie 2022, începutul războiului mediatic

Masacrul de la Bucea

Asediul de la Mariupol

Studiourile de televiziune de la Moscova – câmp de luptă mediatic

Concluzii

Încheiere

Cercetarea fenomenelor dezinformării, știrilor false și al post-adevărului

Noutatea cercetării propuse de lucrarea de față

Cuvinte cheie:

Postadevăr, post-adevăr, fake-news, fakenews, dezinformare, campanie de dezinformare, informare, narativ, război informațional, război psihologic, război mediatic, televiziune, mass media, online, rețele sociale, manipulare, propagandă, propagandist, populism, ampligandă, imagine, emoție, empatie, recepție, receptor, emițător, public, opinie publică, emisiune, program, talk-show, știri, infotainment, Rusia, Moscova, Kremlin, doctrina Gherasimov, minciună, adevăr, societate, idiot util, jurnal, jurnalist, internet, destabilizare, credibilitate, sursă, spreader, vedetă, filmare, trucaj, regie, regizat, scenariu

Rezumatul lucrării:

Teza „Pervertirea adevărului prin televiziune. Post-adevăr și campaniile de fake-news” își propune să demonteze mecanismele prin care publicului îi sunt livrate programat, în mod continuu, țintit și repetitiv, informații modificate, manipulate dincolo de adevăr, practic minciuni, pentru a crea anumite percepții și, mai apoi, pentru a induce nevoia de a se acționa într-un anumit fel, care nu ar fi existat în lipsa percepțiilor respective. Operațiunea este menită să creeze o seamă de percepții, cu efect multiplu, nu singular, dar cu numitor comun. Percepții diverse, adaptate evenimentelor la care se referă, care îi vor explica receptorului evenimentele, actualitatea și apoi lumea, în așa fel încât ideea repetitivă din substrat să devină concluzia pe care publicul va avea senzația că a tras-o în mod natural și independent. Se naște astfel un corp de percepții care, la rândul său construiește o nouă realitate, paralelă, diferită de adevăr. Demontarea acestui mecanism presupune inclusiv analizarea metodelor prin care informația modificată este prezentată publicului în așa fel încât să fie credibilă și suficient de încărcată emoțional pentru ca aparatul critic al receptorilor să nu mai funcționeze. Scurtat, fără să includă etapele intermediare, acest proces ar putea fi prezentat drept intoxicarea publicului cu informații neadevărate în așa fel încât acesta să acționeze într-un anumit fel. Operațiunea se numește dezinformare.

Cercetarea este interesată în mod special modificarea intenționată a informației pentru a obține un anumit rezultat, o anumită reacție a publicului și, în consecință, o stare generală specifică în cadrul unei societăți. Ipoteza inițială a vizat modul în care imaginea de televiziune și emoția transmisă prin știrile tv devin instrumente de lucru în campanii menite să schimbe percepții sau să creeze unele noi, în așa fel încât publicul, sau o parte a sa, să intre într-o altă realitate. O realitate nouă, diferită de cea obiectivă, observată de toată lumea. În fapt, o realitate fabricată.

Analiza materialului rezultat a relevat repetiția unor tipare și a unui mod de operare, care s-au constituit într-o veritabilă amprentă ADN a KGB (a Rusiei), cum spune generalul român de Securitate Ion Mihai Pacepa. Concluzia finală fiind că dintre toate cazurile studiate, numai unul nu poate fi legat fără dubiu de Rusia, Târgu Mureș 1990. În cazul pandemiei de Covid, campania de dezinformare a avut beneficiari multipli, atât Rusia cât și mișcări religioase din Statele Unite. Iar în cazul Crizei refugiaților din Siria, generată de războiul civil din această țară, și al Războiului din Ucraina, atât acțiunile cât și beneficiile sunt strâns legate de implicarea țării conduse de Vladimir Putin.

Rusia este țara care a transformat minciuna în politică de stat și armă de război, sub forma dezinformării. O folosește atât în privința propriilor cetățeni cât și împotriva celor pe care îi consideră inamici. A pus la punct și rafinat în timp o metodă de lucru, a organizat o mașinărie de dezinformare și i-a alocat resurse în mod constant, în așa fel încât în zilele noastre, Ministerul Apărării de la Moscova a adus dezinformarea lângă mijloacele militare de război, fără să mai facă vreo distincție între ele, în filosofia războiului hibrid, pe care șeful Statului Major General Valerii Gherasimov a făcut-o publică în februarie 2013, anul premergător invadării și anexării Crimeei. „Haosul este strategia pe care o urmărește Kremlinul: Gherasimov precizează că obiectivul este de a obține un mediu de permanentă neliniște și conflict în interiorul unui stat inamic.”¹

Pornind de la exemplul Rusiei însă, dezinformarea a fost și este utilizată și în Occident, sub forma unor campanii care de asemenea sunt menite să formeze sau să schimbe percepția publică în legătură cu un subiect. Unul dintre cele mai bune exemple este cel al operațiunii de schimbare a ideii că fumatul dă cancer în aceea că fumatul poate produce cancer și deci că o formulare mult mai potrivită în comunicarea publică este că fumatul dăunează sănătății. O amplă campanie de comunicare, blindată cu studii și fapte alternative, susținută de oameni și instituții științifice plătiți de marile companii de tutun, a produs îndoiala aproape unanim acceptată astăzi că nu se poate face cu certitudine o legătură între fumat și cancer. Operațiunea este descrisă de Lee McIntyre, profesor de filosofia științei la Massachusetts Institute of Technology, în *Post-adevăr*². El arată că prin negarea științei a fost posibil ca opinia publică și, deci, poziția politicianilor, să ia forme din ce în ce mai îndepărtate de adevăr în privința unor mari subiecte de dezbatere cum ar fi schimbările climatice, imigrația sau avortul.

Ca să devină materie primă pentru o campanie de dezinformare, informația neconformă cu realitatea, informația neadevărată este obținută prin câteva operațiuni:

- „Fake news reprezintă o operațiune de dezinformare creată în mod intenționat ca să arate ca o știre adevărată și în felul acesta să obțină un efect politic”³. Fake news sunt știrile false despre evenimente adevărate sau știrile adevărate despre evenimente false. Pot fi știri complet neadevărate, inventate. Sau pot conține o parte din adevăr, schimbându-i-se semnificația;

1 McKew, K. Molly – *The Gerasimov Doctrine. It's Russia's New Theory of Political Warfare. And it's probably Being Used on You*, Politico, septembrie/octombrie 2017 (<https://www.politico.com/magazine/story/2017/09/05/gerasimov-doctrine-russia-foreign-policy-215538/>)

2 McIntyre, Lee - *Post-truth*, The MIT Press Cambridge, 2018, pg. 22

3 Ibidem, pg. 173

- Dezinformarea utilizează orice fel de fals (știri, documente, imagini, biografii) pentru că este interesată de schimbarea percepției și crearea unei noi realități. Ce o definește este preocuparea ca falsul să pară autentic și să fie credibil. Pentru asta, dezinformatorul acordă o atenție deosebită utilizării surselor. Sau creării lor.

Ce apropie dezinformarea de manipulare și propagandă este stăruința, deci întinderea în timp. Ce le deosebește este aparenta inconsistență a dezinformării față de manipulare și propagandă. Cu alte cuvinte, dacă minciunile sau falsurile par la un moment dat să se bată cap în cap, faptul nu îl deranjează pe dezinformator, pentru că primul lui obiectiv este dezorientarea publicului până la pierderea reperelor și a încrederii. Un alt beneficiu al inconsistenței este ștergerea urmelor. Într-o campanie cu lovituri care par să nu se lege între ele, devine aproape imposibil să detectezi precis cine este autorul, ba chiar și cui servește.

Pentru o înțelegere în detaliu a mecanismului dezinformării, teza de față se oprește și asupra unei analize a stării publicului, victimă a bombardamentului continuu cu informații false. O primă observație este preluată de la editorul W. Terrence Gordon, care în prefața ediției din 2011 a celebrei lucrări „Să înțelegem media”, a lui Marshall McLuhan, arăta: „Formele media sunt agenții schimbării în cadrul experienței noastre despre lume, în cadrul interacțiunii dintre noi, în modul în care ne folosim de simțurile noastre – simțuri pe care media le extinde.”⁴ Iar autorul Marshall McLuhan, la prima ediție a cărții menționate, în 1964, descria fenomenul pasivității individului în fața dispozitivelor (mediilor de transmitere a informației), demonstrând că pe măsură ce aparatul devine mai sofisticat, cu atât mai pronunțată este pasivitatea. Sub forța de modernizare a tehnologiei, oamenii devin simpli receptori. Incapabili și oricum nedoritori de analiză critică, ei preiau pe nemestecate ce li se spune și își asumă, ba chiar apără cu ardoare ideile, opiniile îngurgitate de-a gata din media.

Dar nu numai tehnologia îi împinge pe oameni la pasivitate, ci și inflația de știri și informații. Odată cu dispozitivele care fac informația din ce în ce mai disponibilă unui număr tot mai mare de oameni, numărul surselor de informare a explodat. Practic, în viața de zi cu zi, omul modern este scufundat într-un ocean de informații, care vin spre el în flux continuu. Limita naturală a asimilării și procesării informațiilor de către un om obișnuit, fără antrenament special, a fost depășită cu mult. Ca să facă față acestei supraîncărcări informaționale, omul dezvoltă mecanisme de apărare și adaptare. Printre ele, cele mai importante sunt selecția surselor și opacizarea în fața informațiilor pe care le consideră nefolositoare, neimportante sau, pur și simplu, necredibile. Așa se dezvoltă conexiunea cu anumite

4 McLuhan, Marshall – *Să înțelegem media. Extensiile omului*, Curtea Veche, București, 2011, pg. 9

surse, de care oamenii ajung să depindă, fără să mai fie interesați să consulte surse divergente, pentru a compara, analiza și, deci, a conchide în virtutea spiritului critic. Omul modern devine captiv din punctul de vedere al știrilor. Iar această captivitate denaturează sensul relației dintre media și consumator, care nu mai este una rațională. Odată cu dependența, spectatorul începe să dezvolte o legătură afectivă cu sursa lui de informare și așa se explică atașamentul multora pentru ideile și argumentele pe care le preiau de la media preferată, pe care le susțin cu fervoare în fața contraopinienților, de multe ori chiar dincolo de rațiune. Pe nesimțite, consumatorul modern de informație se transformă în militant, combatant pe câmpul de luptă al dezinformării.

Această cercetare dedică un subcapitol special emoției, ingredient cheie în dezinformare din mai multe puncte de vedere. Pe de o parte pentru că știrile mincinoase sunt întotdeauna mult mai atractive și credibile dacă stârnesc emoții puternice (oamenii asociază trăirea intensă cu veridicitatea). Este explicat mecanismul prin care o știre emoționantă transformă percepțiile în credințe, adică în idei de neclintit. Apoi, pe baza unor emoții colective, oamenii, societățile ajung să acționeze într-un anume fel, de cele mai multe ori împotriva intereselor lor legitime. În al treilea rând pentru că, din cauza populismului media, adică a goanei după audiență, jurnaliștii recurg la emoții forte pentru a-i stimula pe privitori să petreacă cât mai mult timp în fața televizorului și să revină pentru a repeta experiența. Între emoțiile folosite, cea mai importantă este frica, una dintre cele mai puternice. Aceasta vine la pachet cu sora ei, furia. Sunt emoții de bază, sau primitive, își au originea în creierul reptilian, pe care oamenii nu îl pot controla rațional. Frica și furia sunt semnale de alarmă pe care le transmite creierul în fața unui pericol iminent și care, de cele mai multe ori, atrag modificări ale comportamentului fizic al corpului. Acesta ori se pune în mișcare printr-o mobilizare a resurselor, ori se oprește complet. Reacțiile de bază la frică, de exemplu, sunt blocajul, fuga (respingerea) sau atacul (contraatacul, după caz).

Frica este emoția numărul 1 a știrilor. Războaie, catastrofe, atentate, asasinat, accidente, crize (de natură economică, financiară, politică, guvernamentală etc.), toate stârnesc frică. Este criteriul după care știrile sunt alese, ierarhizate, construite și chiar generate de personajele publice. Este un mecanism vechi, binecunoscut chiar și de politicienii din societățile democratice, care apelează la frica cetățenilor pentru a-i mobiliza în sensul pe care și-l doresc, adică pentru a-i manipula.

Odată cu stimularea emoțiilor, dar mai ales prin instigarea telespectatorilor la acțiune socială, televiziunea își abandonează rolul de a informa, trecând în mod vădit la acela de a forma opinia publică. Televiziunea nu mai observă și relatează, ci instigă și mobilizează. Este o denaturare majoră a rolului acestui mediu, de care se folosește din plin dezinformarea. Care, să nu uităm, comportă două

obiective pentru dezinformator: dezorientarea generală a societății țintă până la anarhie și formarea unui curent majoritar favorabil beneficiarului dezinformării în legătură cu tema supusă atenției publicului.

Tot legătura emoțională este responsabilă și pentru refuzul oamenilor de a accepta opiniile contrare și odată cu ele, nu de puține ori, incapacitatea de a accepta adevărul. Expoși la fake-news și apoi confrunțați cu informația corectă, date, argumente, chiar imagini, în foarte rare cazuri oamenii își schimbă opiniile inițial formate. În fapt, între 70 și 75% dintre persoane nu își vor schimba percepția inițială, se arată în studii Stanford din 1975. Din punct de vedere psihologic, asocierea afectivă dintre consumatorul de informație și sursa sa face ca, odată preluată o idee, aceasta să fie asumată ca fiind personală. Se pare că este foarte greu ca oamenii să renunțe la ideile proprii în favoarea altora, pentru că asta ar însemna că au greșit și că își recunosc greșeala. Iată puterea malefică a post-adevărului!

Pentru a înțelege caracterul insidios al dezinformării, lucrarea face apel la o analogie care apare în filmul documentar „Operațiunea Infekția. Cum a perfecționat Rusia arta războiului”, realizat de jurnaliștii Adam B. Elick și Adam Westbrook. Ei aseamănă dezinformarea cu transmiterea bolilor virale și observă că asemenea unui virus, dezinformarea nu te distruge din exterior și nici nu te atacă frontal. Întâi trebuie să pătrundă în organism (societate). Apoi, trebuie să elimine orice posibilitate a organismului de a dezvolta anticorpi, prin *înșelarea* sistemului imunitar, adică prin obișnuirea organismului cu virusul până acolo încât el să nu mai fie considerat corp străin și organismul să nu mai dezvolte anticorpi. Într-un final, un organism infectat nu mai știe care îi sunt inamicii și își consideră drept dușmani chiar propriile celule.

În capitolul teoretic al lucrării, sunt prezentate operațiunile de dezinformare *Dragonul* (potrivit căreia CIA a pus la cale asasinarea lui JFK), *Infekția* (conform căreia virusul HIV a scăpat dintr-un laborator SUA) și *Pizzagate* (care susține că senatoarea democrată Hillary Clinton, candidată la președinția SUA, era finanțată de o rețea de pedofilie cu sediul în subsolul unei pizzerii). Sunt trei dintre cele mai mari dezinformări din istorie, desfășurate la mare distanță în timp una de cealaltă și care au fost alese pentru că au avut succes incontestabil, cu rezultate vizibile și astăzi în rândul opiniei publice. Analiza lor comparativă a dus la concluzii ce țin de schimbările aduse de avansul tehnologic în modul de desfășurare al campaniilor de dezinformare:

- durează din ce în ce mai puțin. În numai 30 de ani, durata unei campanii de dezinformare s-a redus de la 6 ani (*Infekția*), la doar 6 luni (*Pizzagate*);

- noile tehnologii de transmitere a informației oferă ascunzișul perfect pentru dezinformare (vezi Wikileaks și *Pizzagate*). De fapt, în noile condiții ale rețelelor sociale, dezinformatorii nici măcar nu mai trebuie să se ascundă. Ei pot fi cetățeni obișnuiți, anonimi sau chiar persoane inexistente (conturi false, care nu aparțin niciunei persoane reale), dar sursa zero nu mai interesează pe nimeni. Consumatorii de informație de pe rețelele sociale nu mai sunt interesați nici de credibilitatea sursei, nici de veridicitatea informației, ci doar de capacitatea ei de a genera audiență. Pentru cei mai mulți, ratingul este singura dovadă de care au nevoie ca să considere o informație adevărată și relevantă;
- Internetul, rețelele sociale în mod special, fac dezinformarea mult mai ieftină decât în epoca în care dezinformatorul era nevoit să plătească presă, scriitori și oameni de știință;
- este complet lipsită de riscuri. „Gândiți-vă că în timpul Războiului Rece, pentru a lansa o dezinformare trebuiau trimiși agenți în teren. Dacă erau prinși, erau arestați. Astăzi, operațiunea se poate desfășura chiar de la tine de acasă sau de la biroul din Rusia. Dacă dezinformatorul este prins, singurul lucru pe care îl riscă este să-i fie suspendat sau șters contul. Atât. Își face altul și merge mai departe”, averizează Priscilla Moriuchi – directoare la Recorded Future⁵.

Studiul companiilor de dezinformare continuă cu patru dintre cele mai ample și periculoase campanii de dezinformare contemporane, în cazul cărora autorul identifică elemente comune, moduri de organizare și desfășurare similare. În cazul pandemiei de Covid-19, de exemplu, Organizația Mondială a Sănătății a lansat mai multe apeluri către guvernele lumii să își protejeze cetățenii de avalanșa de informații false și rău intenționate. Pentru acel fenomen, OMS a folosit termenul *infodemie*, în fapt, un prim Război Mondial al Dezinformării. În cazul concret al crizei *Coronavirus*, ce obține Rusia? Nicolae Țibrigan, expert în analiza războiului informațional, i-a identificat următoarele obiective⁶:

- ➔ slăbirea rivalilor strategici (NATO și UE);
- ➔ remodelarea ordinii globale;
- ➔ întărirea forțelor populiste din țări occidentale (Italia, Franța, Germania, Marea Britanie);
- ➔ întărirea forțelor separatiste prin discurs antistat;
- ➔ sublinierea ideii că modelul occidental nu este viabil, nu mai face față;
- ➔ plantarea semințelor unor curente pe care ar putea să le exploateze în acțiuni viitoare, cum ar fi

⁵ *A former Spy Explains how Russian disinformation works*, CNN, 30.07.2020 (<https://www.youtube.com/watch?v=qdyM8qQXumA>)

⁶ Țibrigan, op. cit.

mișcările antioccidentale, naționaliste, xenofobe, de ură împotriva unor categorii sociale defavorizate (vezi mișcările sociale din comunitățile de afro-americani din SUA).

Ultimul punct al analizei lui Nicolae Țîbrigan este tulburător, mai ales dacă analizăm succesiunea evenimentelor majore ale ultimilor 10 ani:

- 1.) Val de refugiați din Siria – 2013;
- 2.) Anexarea Crimeei – 2014;
- 3.) Coronavirus – 2020;
- 4.) Război total în Ucraina – 2022.

Fiecare eveniment a fost însoțit de cel puțin o campanie de dezinformare. Privite separat, acestea din urmă evidențiază obiective tactice, ca publicul să-și facă o anumită idee despre sensul evenimentelor respective. Privite în ansamblu, însă, constatăm că sub o formă sau alta toate campaniile susțin teorii ale conspirației și induc ideea că modelul democratic al societății occidentale nu este capabil să facă față provocărilor, că o elită dictează și îndreaptă lumea către distrugere. În unele cazuri, frustrarea publicului este direcționată către inamici indicați, în așa fel încât conflictul să nu fie declanșat doar între cetățeni și stat ci și între cetățenii înșiși, asmuțiți unii împotriva celorlalți (vezi taberele pro și contra vaccin).

Strategia de destabilizare de lungă durată, prin dezinformare continuă și insistentă, preia un public gata pregătit, care în timp primește noi și noi dovezi ale teoriilor care i-au fost deja livrate. Este o ștafetă de minciuni care nu se mai oprește niciodată. Sub efectul ei, împinși să caute explicațiile în altă parte, oameni sunt complet debusolați și, în ciuda abundenței de informații, nu mai pot lua decizii raționale, în propriu interes. Pur și simplu nu se mai pot apăra, deși cred că exact asta fac. Din nou, pandemia se pretează unui perfect studiu de caz. Crezând că se apără de conspirația magnați – politicieni – companii farma, oamenii au refuzat să se vaccineze, nu au purtat mască, au dat crezare sfaturilor alternative de pe Internet și, nu de puține ori, au înghițit substanțe care le-au făcut sau le-ar fi putut face rău.

Așadar, ce obține Rusia în felul acesta? În primul rând, un inamic fragmentat, divizat, incapabil să se unească în fața amenințării. Ca în alte ocazii, Rusia își dorește să-și destabilizeze rivalii și să-i facă pe oameni să se teamă, pentru ca în cele din urmă să le pună viețile în pericol. Nu mai este un secret pentru nimeni că ne aflăm în mijlocul unui război informațional, dus cu toate mijloacele, pe toate fronturile, în care ținte sunt deopotrivă organizații (NATO și UE), țări și cetățenii lor, oameni obișnuiți.

Desfășurată în principal în mediul online, ampla campanie de dezinformare Coronavirus a propulsat pe scena publică, și chiar politică, din România personalități noi. Video-personalități, oameni care au devenit cunoscuți publicului și care au crescut masiv în popularitate făcând cunoscute mesajele Rusiei. În plus, pandemia a împământenit obiceiul ca personalități online să fie expuse publicului larg la televiziune, din dorința jurnaliștilor care activează în acest mediu de a nu pierde trendul populist al Internetului. Televiziunea a devenit în felul acesta cutia de rezonanță a Internetului, preluând pe nemestecate atât narativele mincinoase, cât și pe cei mai fervenți promotori ai acestora. Nu este de neglijat aici nici efectul de credibilizare pe care televiziunea l-a adăugat narativelor expuse marginal pe Internet. În fine, lucrarea subliniază că arsenalul de mijloace de producție, pe care le-au folosit cu succes promotorii narativelor Rusiei pe Internet, au fost preluate din retorica televiziunii. Între ele, cea mai importantă este transmisiunea în direct. Personalități video ale Internetului transformate apoi în politicieni cu mare priză la public, și-au făcut cunoscute agenda și ideile prin intermediul unor nesfârșite transmisiuni live în care respectivele personalități li s-au adresau direct cetățenilor, privindu-i în ochi. Efectul se vede și astăzi în cifrele de popularitate ale respectivelor vedete politice. Din nou, datorită democratizării accesului la informație, dar și la mijloacele de producție media (un telefon inteligent, un profil pe o rețea de socializare și o conexiune de internet sunt suficiente pentru a ajunge la audiențe de sute de mii de oameni, dacă nu milioane), au făcut posibil ca informațiile mincinoase să ajungă în cele mai îndepărtate colțuri ale țării.

Explicația ține, evident, de avansul tehnologic. Mijloacele de producție și distribuție sunt acum la dispoziția oricui, iar dezinformatorul are practic libertate deplină de a produce orice informații și imagini și de a le propaga oriunde, pentru ca finalmente să ajungă la publicul pe care și-l dorește. Nu numai că Internetul este mediul propice transmiterii universale (orice public de pe planetă este disponibil oricui, direct în biroul lui de acasă), dar o mulțime de indivizi neștiuți vor pune umărul nechemăți și vor amplifica efectul de multiplicare (fenomenul *idioților utili*). Dar mai există o parte importantă a explicației. Odată cu invazia imaginilor în viața publică, prin intermediul dispozitivelor electronice, oamenii sunt din ce în ce mai puțin dispuși să se informeze prin citit. Cu o viteză uimitoare, video tinde să devină unica fereastră către lume în detrimentul cuvântului scris. Unii pun fenomenul pe seama comodității. Da, dar și mai realist ar fi să înțelegem că imaginea, mai ales imaginea mișcată, este infinit mai atractivă, și mult mai convingătoare decât textul scris. Oamenii cred cu tărie că, dacă văd ceva, atunci acela este adevărul. Pentru că nu doar văd, dar și trăiesc ce este pe ecran. Sunt martorii evenimentelor care se produc sub ochii lor și trec printr-o experiență similară cu participarea. Și

întotdeauna a fost așa. Imaginea mișcată, prin cinematografie și apoi televiziune, a avut întotdeauna un magnetism inegalabil. Niciun alt mediu de comunicare nu a reușit să se bucure de o asemenea forță de atracție. Doar că imaginea și-a părăsit sanctuarul. Mai întâi a ieșit din cinematograful ca să intre în televizor. Acum a părăsit și televizorul. Și a devenit mijlocul prin care tot mai mulți oameni privesc și înțeleg lumea, pentru ca apoi să se raporteze la aceasta și să intre în dialog cu ea (vezi explozia de filmulețe ale oamenilor obișnuiți care vor să se exprime, să spună lumii ceva).

Teza face referire la *primatul imaginii*, termen folosit de profesorul italian Giovanni Sartori, care arată că setea de imagini a lumii pur și simplu nu poate fi satisfăcută. Din ce în ce mai mulți oameni au nevoie de imagini, și doar de ele, pentru a vedea și a înțelege lumea. Avem deja generații care înainte de a învăța alfabetul, de a citi și învăța prin cuvântul scris, sunt expuși la imaginea mișcată. Și nu este vorba despre accidente, ci despre ore întregi petrecute în fața ecranelor, în fiecare zi, încă de la cele mai mici vârste. Este generația copiilor uitați în fața televizorului. Iar obiceiul de a rula cantități impresionante de imagini de tot felul, în primii ani de viață, va face ca viitorii elevi să aibă format deja un sistem solid de înțelegere și decriptare a lumii, imaginea, înainte ca școala să încerce să îi introducă în codificarea alfabetului. Misiunea va fi foarte grea dacă nu imposibilă. Acestor copii le va fi foarte greu să simtă atracție pentru citit și întotdeauna vor recurge la ce au învățat întâi: să afle, să înțeleagă și să știe prin imagini văzute pe un ecran.

Iar „informația vizuală nu are nevoie să treacă prin creier pentru a ne afecta, după caz, inima sau visceralele. Creierul este din fire suspicios; din fire, inima și visceralele sunt emotive și e adevărat că încărcătura emoțională a unei imagini, mai ales în culori, mai ales animată, este mai puternică decât expresia verbală corespondentă. Dacă citiți „fetița e plină de sânge”, nu sunteți la fel de emoționați ca atunci când vedeți o fetiță plină de sânge.”, arată scriitorul francez Vladimir Volkoff. Deci, imaginea se califică drept un bun mediu de dezinformare. Transmite conținut, fără să spună și provoacă emoții profunde, fără să implor. Vorbește de la sine, intră în suflet și în minte pe nesimțite. Vladimir Volkoff consideră că motivele pentru care imaginea are calități superioare pentru dezinformare sunt:

- imaginea este aproape imposibil de contestat. Aici intervine raționamentul la care am făcut deja referire, oamenii consideră că ce văd cu ochii lor este adevărat. Imaginea este prezumată a reprezenta adevărul;
- imaginea are darul de a impresiona. Reacțiile emoționale pe care le stârnește sunt atât de veritabile (derivă din senzația participării la evenimentele de pe ecran), încât privitorul, care are

încredere în ce simte, va da crezare lucrurilor pe care le află. Pentru că imaginea se adresează atât afectului cât și intelectului. Conține atât emoție cât și informație;

- imaginea este prin excelență o selecție, pe care o face în primul rând mânuitorul aparatului de filmat. Apoi, înainte de a ajunge la public, imaginea trece prin alte filtre selective, între care cel mai important este montajul. Imaginii originale i se pot adăuga efecte, animație și muzică. Imaginea, deci, se pretează manipulării;
- imaginea este mult mai atractivă decât cuvântul. Le lasă impresia oamenilor să află, că știu, fără să depună efortul de a citi. În plus, imaginea devine foarte facil subiect de dezbatere în societate.

Adăugăm obiceiul jurnalelor tv de a favoriza anumite știri doar pentru că au fost filmate. În ședințele de redacție din televiziuni, există întotdeauna o discuție despre marile evenimente ale zilei, dintre care se aleg pentru jurnal în primul rând cele despre care există imagini. Când privește ierarhizarea (ordonarea știrilor în jurnal), importantă pentru că transmite privitorului cât de gravă și relevantă este o știre, aceasta se operează în funcție de dinamismul și chiar dramatismul imaginilor disponibile. Rațiunea din spatele acestei alegeri ține de atenția spectatorilor și de felul în care ea poate fi stimulată pentru o perioadă lungă de timp. Cum am stabilit deja, imaginile care surprind un eveniment în desfășurare, cu personaje în mișcare, sunt magnetice pentru ochiul uman. Așa cum cele care arată clădiri, sedii de instituții, oameni care stau nemișcați (cum ar fi parlamentari în bănci sau conferințe), sau declarații lungi din partea unor personaje necunoscute, fără legătură cu actualitatea stringentă, sunt motive pentru ca telespectatori să-și piardă interesul și să schimbe canalul, în căutare de ceva *viu*. Ca să înțelegem cât de nedorite sunt imaginile statice pentru producătorii jurnalelor tv, să spunem că în jargonul de televiziune li se spune *moartea*, cu referire, cel mai probabil, la efectul lor asupra audienței.

Obiectivul realizatorilor jurnalelor de televiziune este dublu. Să-i facă pe telespectatori:

1. să urmărească emisiunea pentru o cât mai lungă perioadă de timp (*timpul mediu de ascultare să fie cât mai mare*)
2. să revină zilnic la acel post, pentru a urmări cât mai multe jurnale, pe baza unui obicei dezvoltat în timp.

Imaginile cu impact, dinamice, care surprind întâmplări în plină desfășurare, sunt și cele care îi provoacă privitorului excitația implicării, participării la eveniment. Aceasta este explicația pentru care, în mod special televiziunile de știri în flux non-stop, apelează la transmisiuni în direct, chiar și în cazul

unor evenimente care, scoase din contextul televiziunii de știri, nu sunt majore. Un bun exemplu sunt incendiile sau accidentele rutiere, care pot avea cel mult relevanță locală, dar care apar pe ecranul televiziunilor de știri naționale pentru că producătorii știu cum reacționează telespectatorii avizi să privească evenimente în direct. Starea lor este asociată cu descărcarea de adrenalină și este atât de benefică pentru audiență încât multe televiziuni încearcă să o reproducă artificial. Abuzul de *breaking-news*, știrea pentru care merită să lași totul și să rămâi în fața ecranului, apare atunci când jurnaliștii tv cred că își mai pot fideliza publicul doar cu un potop de stimuli, între care rege este știrea care oprește (sparge, breaks, în engleză) fluxul obișnuit de știri. Conceptul a fost inventat de marile rețele generaliste din Statele Unite, când o știre de o importanță majoră, cum ar fi asasinarea președintelui Kennedy, oprea fluxul obișnuit al programului (un serial sau un show de divertisment) pentru ca jurnaliștii să relateze în direct despre evenimentul respectiv. Teoretic, conceptul este un pic bizar pentru un canal care difuzează doar știri. Practic, oprești știrile pentru o știre. Doar că audiența iubește *breaking-news*, iar în aceste condiții echipele de producție se conformează.

Alături de *breaking-news*, televiziunile de știri obișnuiesc să mai utilizeze și alți stimuli pentru atragerea și fidelizarea telespectatorilor:

- imagini șocante, care surprind orori și care sunt difuzate explicit: accidente violente, bătăi, asasinate, abuzuri fizice sau emoționale (strigăte, insulte etc.), acte de război care surprind uciderea oamenilor. Pentru producători, astfel de momente sunt valoroase mai ales dacă surprind și reacții sonore (așa-zisele ambianțe);
- ambianța reprezintă o binevenită spargere a monotoniei unui canal de știri, unde succesiunea obișnuită a ingredientelor poate deveni obositoare și plictisitoare pentru privitor. Studiile arată că, mai ales în timpul zilei (early morning, daytime, early fringe)⁷, televiziunea este un companion pentru oamenii care, la birou sau acasă, își desfășoară activitățile obișnuite. De cele mai multe ori, ei nici măcar nu sunt în aceeași încăpere cu televizorul, dar sonorul este dat tare și reprezintă zgomotul de fundal al activităților pe care le desfășoară. În aceste condiții, un strigăt, un plâns în hohote sau o repriză de râs zgomotos pot avea efectul unei explozii sau al unui avion care decolează, pentru că reprezintă o spargere a monotoniei și, deci, un motiv pentru publicul pasiv să revină cu atenția la ecran;

⁷ Cea mai cunoscută clasificare a orelor de difuzare pentru programele de televiziune este: late fringe (între orele 0 și 1), overnight (între orele 1 și 6), early morning (între orele 6 și 10), daytime (între orele 10 și 15), early fringe (între orele 15 și 19), prime access (între orele 19 și 20), prime time (între orele 20 și 23) și late news (între 23 și 24)

- burtiere cu titluri bombastice, pe care editorii le obțin prin exagerarea știrilor sau a consecințelor lor, exploatând potențialul de a produce frică al acestora. Sau, mai există un procedeu, extrapolarea unui element secundar al știrii care, pus pe ecran sub forma unui titlu, joacă rol de informație de susținere. Atenția spectatorului este incitată de aparenta lipsă de legătură între ce rulează pe ecran și ce scrie pe burtieră. Doar că și această tehnică a fost desăvârșită prin exagerare. Există televiziuni care și-au făcut un titlu de glorie din faptul că știrile și burtierele care rulează concomitent pe ecran nu au nicio legătură între ele. Ideea de bază aici este atracția irezistibilă exercitată de un element dinamic poziționat în zona de substrat a imaginii, care are în mod ritmic își schimbă conținutul. Culorile, corpul de literă și punctuația întăresc scopul pe care și-l propune această manevră editorială: să îl țină captiv pe telespectator, hipnotizat de mișcarea de pe ecran;
- tehnica *tease*. Unii traduc acest termen în limba română prin a tenta. Mult mai potrivit, însă, ar fi termenul de a ațâța, a incita. Pentru că tease-ul de televiziune are o varianta mecanică, plictisitoare, în care un program de știri enunță din când în când, pe scurt, una dintre știrile care urmează. Dar există și o variantă cu adevărat incitantă, care funcționează ca un magnet pentru telespectatori, în care tease-ul reprezintă fie o scurtă referire la intriga unui subiect, fie misterul care învăluie un anumit eveniment sau pe protagoniștii acestuia. De multe ori, această ultimă variantă implică utilizarea interogațiilor pentru a le sugera telespectatorilor să nu schimbă canalul, pentru că misterul va fi curând elucidat. Să spunem și că, între tease-ul enunțat de prezentator și cel alcătuit din imagini cu impact (dinamice, impresionante, cu ambianțe), efectul maxim este asigurat de a doua variantă. Și aici imaginea își spune cuvântul;
- invitați excentrici, care emit păreri surprinzătoare, încalcă regulile conduitei și bunului simț, pe scurt, invitați care șochează. De exemplu, senatoarea neafiliată Diana Șoșoacă, invitat pseudopermanent în anumite studiouri de televiziune, și-a făcut un renume din abordările provocatoare ale subiectelor supuse dezbaterii, lansarea unor informații care n-au niciun fel de susținere și maniera brutală și zgomotoasă în care interacționează cu gazdele emisiunilor și ceilalți invitați. Adeptă a teoriei conspirației și ferventă susținătoare a narativelor Moscovei, senatoarea caută expunere mediatică și folosește același stimul al șocantului, scandalosului și în afara televiziunii. De la tribuna Parlamentului, în ziua în care a fost votată rezoluția de susținere a Ucrainei în războiul ei de apărare față de Rusia, Diana Șoșoacă a susținut că parlamentarii vor să curgă sânge de român pentru că votează ca țara noastră să intre în război;

- invitații banali, care ar reprezenta vocea poporului și care pe parcursul unei emisiuni își expun revolta față de felul de a acționa al decidenților. Pentru astfel de invitații există o regulă de bază. Ei trebuie să ofere un amestec antagonic de calități. Pe de o parte, fiind vocea poporului, ei trebuie să dea senzația bunului simț. Pe de altă parte, în momentul cheie (punctul culminant) al unei emisiuni de platou, ei trebuie să lase deoparte bunul simț și să lanseze acuzații la adresa decidenților;
- frica și amenințarea. Pentru o astfel de televiziune - *cutie de rezonanță*, cum o numește Vladimir Volkoff - subiectele sunt alese și abordate în așa fel încât să conțină, explicit sau voalat, o amenințare pentru telespectatori. Privitorii trebuie să se simtă în pericol pentru ca frica să li se activeze și apoi să simtă nevoia de a urmări respectivul canal pentru a afla cum se va rezolva problema amenințătoare;
- alegerea invitațiilor unei emisiuni în așa fel încât între ei să existe o tensiune (de ex. Producătorii caută invitații despre care să se știe că sunt în conflict, că nu se înțeleg etc.). Într-un simulacru de dezbatere, emisiunile de platou și știrile sunt alcătuite în așa fel încât între personaje să existe conflict. Acesta nu este unul de substanță, adică o confruntare de idei și argumente, ci doar unul retoric, de aici și simulacrul. Mai devreme sau mai târziu, o emisiune a unui astfel de post trebuie să conțină o acută, un moment de scandal, în care spiritele se încing și apar insultele. Tehnica este a atacului la persoană, de unde deducem că, de cele mai multe ori, zarva studiourilor este manipulată;
- repetiția. Este arma redutabilă a televiziunii de știri. Se repetă știri, emisiuni, argumente, subiecte, invitații, aproape că nu există niciun ingredient de program care să nu fie difuzat de mai multe ori. Deși mulți au găsit deja în enumerarea noastră argumentele pentru care o televiziune de știri de tip cutie de rezonanță (pentru anumite idei, teme, politici sau politicieni) este vârful de lance al dezinformării, niciunul dintre stimulii de mai sus nu egalează forța repetiției. O forță care vine din amplificare prin multiplicare. Să ne gândim doar la ce se întâmplă când o temă care le stârnește teamă telespectatorilor revine cu noi și noi dezvoltări. Din nimic, oamenii pot ajunge să trăiască apăsarea din ce în ce mai mare o groazei.

Mecanismul de apărare pe care îl deține creierul uman când vine vorba despre senzația apăsătoare a unui amenințări persistente, a unui rău care devine tot mai puternic, a fricii care este din ce în ce mai obsedantă, este refuzul. Mulți oameni dezvoltă rezistență la subiectele pe care nu le mai

suportă și vor refuza să se mai uite la ceva care i-a speriat prea mult. Dar televiziunile de știri s-au adaptat și acestei reacții. Au dezvoltat un răspuns. Când audiențele arată că telespectatorii s-au săturat să le fie frică de ceva anume, redacțiile schimbă subiectul.

În cazul dezinformării de la Târgu Mureș, din martie 1990, pornită de la o știre mincinoasă apărută la agenția Rompres și preluată de Adevărul, lucrarea spune povestea imaginilor care au făcut înconjurul lumii, dar care au oferit o variantă denaturată a adevărului evenimentelor. Sunt imaginile filmate de operatorul televiziunii de stat irlandeze (*RTE*) de pe acoperișul Hotelului Grand din Târgu Mureș, în care apare un român bătut cu bestialitate în timpul luptelor de stradă. Agențiile de presă din toată lumea au preluat filmul, adăugând explicația că victima este ungar, iar capitolul din teză dedicat acestor evenimente explică traseul dezinformării.

Practic, o dezinformare în interiorul unei alte dezinformări, pentru că românii care au umplut străzile din Târgu Mureș în martie 1990 au fost aduși din satele din regiune instigați de știrile false distribuite de presă. În plus, relatările martorilor din ambele tabere susțin la unison că în momentele cheie ale conflictului, Poliția s-a retras, pentru a lăsa violența să își spună cuvântul. La 25 de ani de la sângeroasele confruntări, jurnaliștii Cătălin Deacu și Dan Codre, de la postul de televiziune *Digi24*, au obținut raportul Comisiei Parlamentare de Anchetă a evenimentelor, care a identificat printre autori „elemente din fosta conducere a fostului aparat politic și de control represiv care, pe de o parte, dețin și mijloace materiale și legături personale în aceste zone, suficiente pentru acțiunea națională, iar pe de altă parte, au interese reale de a contribui la orice fel de proces destabilizator, pentru a genera și alimenta curente de opinie publică orientate spre o *reconsiderare* pozitivă a fostului regim totalitar ceaușist”⁸. Cu alte cuvinte, Securitatea sau doar foști ofițeri de-ai săi, după o metodă brevetată de KGB și împărtășită camarazilor din Blocul Comunist, au pus la cale o uriașă dezinformare pentru a-i înfierbânta pe români și maghiari până în punctul descărcării violente, generatoare de dezordine socială și haos, pentru ca în final să regrete căderea Comunismului și ordinea publică pe care ar fi presupus-o acesta. În acest context, un film documentar realizat de *Digi24* în 2015, consemnează mărturia lui Karoly Kiraly, fost membru al conducerii centrale PCR și vicepreședinte al CPUN în 1990, care imediat după Revoluție l-ar fi întrebat pe Ion Iliescu de ce nu desființează Securitatea. Răspunsul primului președinte postdecembrist al României a fost că nu o poate face, pentru că și-ar fi făcut 70.000 de inamici, câți membri avea poliția secretă comunistă în acel moment⁹.

⁸ Reportaj video – 1990. Anul 0. Filmul evenimentelor de la Târgu Mureș, *Digi24*, 23.03.2015

<https://www.digi24.ro/special/campanii-digi24/1990-anul-0/1990-anul-0-filmul-evenimentelor-de-la-targu-mures-373721>

⁹ Ibidem, declarația lui Karoly Kiraly apare la TC 20:50

În privința războiului sirian, analiza acoperirii mediatică s-a oprit asupra câtorva dintre cele mai importante momente ale conflictului care durează deja de 12 ani și s-a desfășurat, comparativ, pe două paliere :

1.) O paralelă între reportajele și știrile de televiziune de dinainte și de după intrarea Armatei Ruse în război, în 2015, care arată în ce fel implicarea Moscovei s-a simțit și în plan mediatic, nu numai în cel militar. Concluzia a fost că, odată cu trimiterea soldaților în Siria, Federația Rusă și-a pus în funcțiune uriașa mașinărie de dezinformare pentru ca opinia publică internațională să fie manipulată pentru a trage concluzii în sensul dorit de Kremlin;

2.) O paralelă între știrile și reportajele de televiziune despre conflictul sirian și cele despre războiul din Ucraina, care a dovedit că Rusia a perfecționat în Siria un model de implicare mediatică pentru lansarea narativelor de dezinformare, aplicat ulterior și în Ucraina. O paranteză se impune aici. În vremea maximului de implicare a Rusiei în Siria, presa de propagandă a Moscovei (agențiile de presă *Ria* și *Tass*, site-ul *Sputnik* și televiziunea internațională *Russia Today*) era accesibilă în toată lumea. Pe această cale, rușii au participat activ la susținerea narativelor menite să îi convingă pe cetățenii occidentali de justetea intervenției soldaților ruși și de faptul că rebelii anti-Assad au fost cei care au pus la cale atacuri cu arma chimică împotriva civililor, deși acele atrocități erau comise chiar de către Armata Rusă. În schimb, odată cu invadarea Ucrainei în februarie 2022, presa rusă a fost interzisă în UE și în SUA , singurele canale de comunicare de care au mai dispus dezinformatorii Kremlinului, pentru punerea în circulație a propriilor narrative, rămânând declarațiile oficialilor de top (în mod special Putin, Lavrov și Peskov) și ale câtorva persoane din eșaloanele inferioare, avansate la rangul de vectori oficiali ai dezinformării (precum Medvedev și Rogozin).

În urma uriașului val de refugiați din 2015, stârnit de intrarea Armatei Ruse în războiul sirian, Moscova pune la cale operațiunea Lisa. Se folosește de minciuna nevinovată a unei berlineze de 13 ani, ca să adauge forță unei campanii mai ample, care era menită să convingă opinia publică de pericolul pe care îl reprezintă milionul de refugiați sirieni pe care Germania l-a acceptat. Pe 11 ianuarie 2016, Lisa, fiica unei familii berlineze de origine rusă, nu se mai întoarce de la școală, dispare. Se dă alarma. Poliția începe cercetările. Comunitatea de ruși din Berlin se neliniștește, își închipuie ce e mai rău. Refugiații din Orientul Mijlociu sunt acuzați că pe întreg teritoriul Germaniei comit fărâdelegi atroce. 30 de ore mai târziu, Lisa ajunge acasă, cu fața plină de răni. Le povestește părinților că mai mulți bărbați cu pielea închisă la culoare au atacat-o în parc. Adolescenta îi descrie pe atacatori în fața

polițiștilor fie ca africani, fie originari din Orientul Mijlociu. Oamenii legii demarează căutarea atacatorilor, dar cazul ia o turnură cu totul neobișnuită după ce, o zi mai târziu, televiziunea de stat de la Moscova difuzează un reportaj care descrie cu lux de amănunte cum o bandă de refugiați a încolțit-o pe fetița de 13 ani, bărbații bruscând-o sălbatic. Jurnaliștii ruși lansează acuzații grave. Afirmă că poliția germană vrea să mușamalizeze totul. În reportaj apar și rudele din Rusia ale Lisei, care comentează amply situația în care a ajuns Germania din cauza imigranților care vin din toate colțurile lumii și sunt primiți cu brațele deschise de țara Angelei Merkel (cancelar al Germaniei la acea dată). În ziua următoare, comunitatea rușilor din Berlin organizează un protest zgomotos în fața Poliției, la care participă și politicieni AfD (Alternativa pentru Germania). Manifestanții demonstrează împotriva a ceea ce ei numesc dorința polițiștilor de a ascunde adevărul, chiar de a nu continua ancheta. Câteva ore mai târziu, spre stupefăcerea generală, ministrul de externe al Rusiei, Serghei Lavrov organizează o conferință de presă în care reia acuzațiile la adresa autorităților germane, din reportajul difuzat cu o seară înainte la Moscova și adaugă: „Știrea că (Lisa, n.r.) a fost răpită a fost păstrată secretă multă vreme.”¹⁰ Faptul că despre respectivul caz vorbește chiar ministrul de externe lasă să se înțeleagă că Rusia are informații despre un complot de mușamalizare la nivel înalt. Serghei Lavrov acuză întreaga putere de la Berlin că primejduiește siguranța oamenilor de rând de dragul acceptării refugiaților și deplânge soarta unei copile de 13 ani care a ajuns să sufere din cauza nesăbuiței unor politicieni. În această sarabandă amețitoare de evenimente în care un stat acuza un alt stat că a pus în pericol viața și sănătatea unui copil, poliția berlineză vine cu ideea salvatoare. După 3 zile de tevatură publică și inflamare a spiritelor, polițiștii au chemat-o pe Lisa să stea de vorbă cu doi specialiști în pedo-psihologie. În lungul lor dialog, fetița de 13 ani a recunoscut că inventase totul pentru că i-a fost frică de reacția pe care ar fi putut să o aibă părinții în urma scrisorii primite de la școală în legătură cu notele ei proaste. În loc să meargă acasă, plecând de la școală a înnoptat la o colegă. Analiza datelor din telefonul ei mobil a confirmat versiunea. Ulterior, Lisa s-a zgâriat singură pe față și s-a înfățișat părinților cu povestea atacului din parc. Așadar, un sfârșit brusc pentru un scandal care cel mai probabil promitea multe, în viziunea Kremlinului. Doar că revelația adevărului nu i-a împiedicat pe mulți dintre dezinformatorii online să continue povestea de parcă nimic nu s-ar fi întâmplat. Așa se face că până și astăzi, mulți dintre cei care preferă să se informeze de pe rețelele sociale, vehiculează șocanta întâmplare a Lisei, fata de 13 ani din Berlin, pe care o bandă de imigranți a violat-o în parc. După cum, este inutil să precizăm că în rândul comunității de ruși din Berlin există și astăzi credința că poliția a făcut presiuni uriașe asupra Lisei și

10 Knight, Ben – Teenage Girl Admits Making up Migrant Rape Claim that Outraged Germany, *The Guardian*, 31.01.2016 <https://www.theguardian.com/world/2016/jan/31/teenage-girl-made-up-migrant-claim-that-caused-uproar-in-germany>

familiei sale ca să mintă că a inventat violul, aceasta nefiind decât o dovadă în plus că Poliția Germană a conspirat împotriva rușilor din capitala federală.

Din păcate, așa cum se întâmplă în astfel de cazuri de mare concentrare a atenției mediatice și de presiune din partea diverselor categorii de public, copiii nu au nici resurse interioare și nici instrumente cu care să gestioneze trecerea bruscă de la statutul de anonim cu drept la viață privată la cel de personalitate publică, mereu în atenția presei și subiect de comentarii malițioase pe social-media. După ce peste scandalul Liei s-a așternut liniștea, jurnaliștii de la *Der Spiegel* au sunat-o pe mama adolescentei și au întrebat-o cum se simte. Prost, a răspuns mama. Și a adăugat că Lisa se afla internată pentru îngrijiri într-un spital de psihiatrie¹¹.

Încă în desfășurare la data redactării tezei de față, Războiul din Ucraina reprezintă cea mai actuală și cea mai amplă dintre campaniile de dezinformare studiate. Autorul analizează contextul mediatic al începutului războiului și îl compară cu cel al momentului în care a ajuns conflația, pentru a constata că unele dintre narative au fost schimbate, adaptate, în vreme ce unele au fost abandonate complet. După explicarea și compararea noțiunilor de război psihologic, război mediatic și război informațional, sunt alese câteva dintre cele mai șocante momente ale războiului, pentru a conchide în privința metodelor folosite de mașinăria de dezinformare a Moscovei pentru a acoperi urmele dezastrelor provocate la Bucea și Mariupol. Apoi este detaliat specificul emisiunilor de studio de la Moscova, așa-numitele talk-show-uri, mai degrabă platforme de lansare a atacurilor mediatice asupra inamicului din partea redutabililor propagandiști ai Kremlinului.

Din perspectiva subiectului cercetării, dezinformarea, războiul din Ucraina - prima confruntare NATO – Rusia de la încheierea Războiului Rece încoace - s-a calificat drept confruntarea supremă dintre minciună și adevăr, la un nivel nemaiîntâlnit vreodată până acum, datorită volumului imens de produse media (imagini, reportaje, interviuri, mărturii), a mecanismelor de multiplicare și distribuire a acestora, prin canalele de televiziune, dar mai ales prin acceleratorul rețelelor sociale. Interesul planetar pentru ce se întâmplă în Ucraina este uriaș.

Niciodată în istorie un război nu a consumat atâtea resurse de informație, imagine și minciună ca cel din Ucraina. Pe de o parte datorită tehnologiei de propagare a informației, pe de altă parte pentru că atacantul este totodată redutabilul inventator al dezinformării.

11 Knight, Ben – *Teenage Girl Admits Making up Migrant Rape Claim that Outraged Germany*, The Guardian, 31.01.2016 <https://www.theguardian.com/world/2016/jan/31/teenage-girl-made-up-migrant-claim-that-caused-uproar-in-germany>

Acest război marchează încă o premieră. Niciodată în istorie mașinăria infernală a dezinformării rusești nu a fost combătută atât de prompt și eficient. Schimbarea se simte în atitudinea aliaților din lumea liberă, care execută lovituri preventive în războiul informațional. Când instituțiile occidentale primesc informații credibile despre acțiuni pregătite de Moscova, le oferă marelui public, demascându-i pe ruși. Cel mai bun exemplu îl oferă avertismentele repetate asupra iminentei invazii a Ucrainei de către Rusia, avertismente care au continuat în forță chiar și după ce Vladimir Putin însuși a dezmințit.

Presa occidentală demontează prompt minciunile Moscovei, chiar dacă inițial ele par imbatabile. Narrative complicate, construcții elaborate sunt demontate cu dovezi irefutabile chiar și după luni de zile - atât a durat documentarea *NYT* pentru masacrul de la Bucea. Este de remarcat mobilizarea marilor redacții ale planetei, care acționează la unison. Dovezile obținute de o anumită redacție sunt valorificate apoi de celelalte pentru ca zone extinse ale publicului larg să aibă acces la adevăr.

Mașinăria dezinformării de la Moscova lucrează la foc continuu. Pe loc sunt inventate narrative care să susțină variantele dorite de Kremlin, nu numai în privința evenimentelor de pe front, ci și în legătură cu starea de spirit și spaimile oamenilor obișnuiți din toate țările pe care Putin le consideră inamice. În România, de pildă, politicieni și influenceri, deopotrivă, sunt alimentați și multiplică narrative de genul: România nu are ce căuta în Ucraina; ucrainenii îi dușmănesc istoric pe români, prin urmare România nu ar trebui să ajute Ucraina; Rusia este prea puternică și ar putea face mult rău României; România ar trebui să iasă din NATO și să fie neutră; România nu ar trebui să ajute Moldova pentru că va provoca Moscova; dacă Rusia va ataca România, NATO și americanii vor fugi etc. Unii dintre colportorii acestor dezinformări nu fac niciun secret din alinierea la poziția oficială a Kremlinului. Într-un an de război, senatoarea neafiliată Diana Șoșoacă (fostă AUR) a vizitat Ambasada Rusiei de mai multe ori, și a comunicat Statului Rus, prin ambasada acestuia, dorința ei ca România să fie neutră. La aceste vizite au participat și alți parlamentari, care au elaborat un memoriu al neutralității României, pe care i l-au înmănat ambasadorului Rusiei. Deși delegația a fost compusă din 5 aleși ai Parlamentului României, o nominalizăm aici pe Diana Șoșoacă pentru că și prin intermediul ei - personaj activ al dezinformării din pandemie - am identificat un tipar care leagă ampla campanie de fake-news din 2020 – 2021 de cea desfășurată pe tema Războiului din Ucraina.

Relatările ucrainene și ale presei internaționale despre efectele invaziei Rusiei în Ucraina abundă în emoție. Multe materiale media sunt abordări din perspectiva solidarității umane, subliniind barbaria unui conflict armat în care un stat agresor își folosește soldații pentru a-i măcelări pe civili.

Cum am mai spus, abordarea morală diferențiază clar cine este călăul și cine victima. Este și motivul pentru care Moscova explorează alte surse de emoție. Iată câteva caracteristici ale dezinformării rusești cu privire la Războiul din Ucraina:

- preferă rețelele sociale pentru viteza de răspândire a narațiunilor, numărul mare de *idioși utili*, publicul predispus să accepte explicațiile alternative, teoriile conspirației, dar mai ales pentru că autorii de origine rămân ascunși (nu li se văd mâinile). Dezinformarea este potențată de algoritmul rețelelor sociale, care favorizează discursul urii;
- nu se referă doar la război. Exploatează și amplifică orice subiect care divizează societățile occidentale (ex. criza facturilor la energie, prețuri – inflație, nemulțumiri față de sistemul de pensii în Franța etc.);
- se folosește mai mult de vectori (propagandiști) decât de imagini;
- ocolește subiectele generatoare de emoție și empatie (suferințele provocate de război), în favoarea informației generatoare de spaimă, frustrare și revoltă (amenințarea nucleară, amenințarea energetică și teoria conspirației). O temă importantă pentru inducerea sentimentelor de spaimă și frustrare este și indignarea față de presupusa conspirație mondială împotriva Rusiei;
- de cele mai multe ori, dezinformarea este proactivă. Inundă lumea cu minciuni care se pliază pe fobiile și preocupările marelui public occidental. În schimb, când este provocată, devine prompt reactivă. În războiul ucrainean a devenit regulă ca Rusia să aplice eticheta *fake-news* oricărui eveniment care o pune într-o lumină proastă. În acest caz dezinformarea nu ține neapărat să demonteze evenimente, ci să distrugă credibilitatea personajelor în jurul cărora s-au dezvoltat (ex. narațiunea conform căreia martorii unui masacru, uneori chiar și victimele, sunt actori de profesie);
- nu se oprește dacă informațiile pe care se bazează sunt infirmate. De exemplu, se mai întâmplă ca și astăzi propagandiștii Kremlinului să reamintească publicului, chiar dacă numai în trecut, că masacrul de la Bucea a fost o înscenare sau că locuitorii orașului Mariupol au fost uciși de ucraineni. Tehnica aici este de a menține controversesele în atenția publicului și, mai ales, de a repeta narativele pentru ca, în cele din urmă, acestea să se fixeze în mentalul colectiv, pentru a rămâne singurele explicații valabile.

Dar poate cea mai importantă și preocupantă dintre concluziile rezultate în urma studierii unui an de minciuni ale Moscovei în legătură cu invadarea Ucrainei este că devine foarte greu, dacă nu chiar

imposibil, de imaginat un proiect de încheiere a păcii cu actuala putere politică a Rusiei care, în mod sistematic, denaturează adevărul și programatic creează o realitate paralelă. Și mai îngrijorător este că această strategie maniacală a adevărilor alternative se manifestă și în relația Kremlinului cu propriul popor. De aici și întrebările cheie: când și cum va înțelege Rusia că a pierdut războiul și, mai ales, cum va fi posibil un proces de pace cu această Rusie, patrie a realității răstălmăcite și difuzate cu vinovata complicitate a mass media?

Fie vorba despre *Dragonul* sau *Infekția*, *Pizzagate*, *Rinkeby*, *Războiul din Siria* sau *Criza Refugiaților din 2015*, *Pandemia de Covid-19* sau *Războiul din Ucraina*, campaniile de dezinformare marca Kremlin au următoarele caracteristici comune:

- susțin întotdeauna teoriile conspiraționiste, favorizează explicațiile alternative și alimentează suspiciunea că elita conducătoare din țările occidentale are toate motivele să țină adevărul departe de ochii publicului pentru că este vinovată. De ce este vinovată? Pentru că se presupune că face parte din conspirație;
- oferă drept explicație pentru un eveniment sau un fenomen anume, care preocupă societatea, o narațiune atât de neobișnuită încât oamenilor le vine greu să își imagineze că cineva a putut să inventeze așa ceva. Schema logică pe care se bazează această caracteristică duce raționamentul mai departe și induc mentalului colectiv următoarele convingeri: dacă nimeni nu putea inventa așa ceva, înseamnă că nu a fost inventat, deci este adevărat. Restul se obține prin frecvența cu care este repetat narativul. Mai devreme sau mai târziu, minciuna va fi marea majoritate a societății supuse unei asemenea operațiunii de dezinformare va sfârși prin a lua minciuna drept adevăr;
- este aproape imposibil de identificat sursa zero a narativelor. Ele nu sunt asumate. Apariția lor bruscă, de nicăieri, este un marker verificat al mistificării
- inseminează idei printr-o strategie bine articulată. Odată apărute în spațiul public idei, în special în mediul online, ideile sunt rapid adoptate și redistribuite de *urmăritori*¹², viteza difuzării creind senzația unei contagiuni. Primul efect al propagării accelerate a narativelor malefice este acapararea scenei publice până la monopol. Urmează credibilizarea obținută prin atragerea unui număr tot mai mare de adepți, această bruscă majoritate exercitând o presiune crescândă asupra individului obligat în cele din urmă

12 Termen folosit în universul rețelelor sociale pentru cei care obișnuiesc ca în mod frecvent să se conecteze și să vizioneze postările unor lideri de opinie online. Multe dintre persoanele care urmăresc vedetele media ajung să le și urmează, adică le preiau ideile și argumentele, devenind la rândul lor propagandiste în anturajul din care fac parte

să adopte să adopte la rândul lui narațiunea de toată lumea, pentru a nu risca ca opinia lui să rămână singulară. Situându-se de partea celor mulți, proaspătul adept stă cu inima împăcată : a optat pentru soluția corectă;

- mizează pe vectori (propagandiști), care să susțină explicațiile alternative și să le argumenteze cu patos. De regulă se apelează la personalități cu priză la marele public. politicieni populiști sau doar la vedete media cu discurs îmbietor, militant, care par angajate sincer într-o revoluție antisistem;
- exacerbează sentimentul de nedreptate care îi cuprinde pe cetățeni când află că, ilegal, o grupare secretă pune la cale și execută o acțiune cu consecințe grave asupra populației care nu dispune de mijloace prin care să o poată controla;
- alimentează nemulțumirile maselor debusolate, sugerând că sistemul democratic este depășit și nu mai face față provocărilor momentului, că civilizația de tip occidental i-a alienat pe cetățeni, care nu mai sunt capabili să decidă rațional pentru ei și pentru societatea din care fac parte, politicienii exploatănd această stare de fapt pentru propriul interes, acaparând instituțiile prin corupție generalizată. Multe dintre acuzele mai sus enumerate au o bază reală și pot fi analizate, explicate și dezbătute, dar ceea ce este inadmisibil în cazul deliberatei acțiuni a Rusiei de instigare a opiniei publice occidentale, este soluția propusă. Și mai ales prezentarea ei ca fiind singura și ultima valabilă. Prin instrumentalizarea fricii și inducerea furiei antisistem, rezolvarea sugerată de propaganda rusă vizează întotdeauna distrugerea sistemului democratic și înlocuirea lui cu unul sistem nou, condus cu mână forte, deoarece într-o societate atât de dezbinată, nu se mai poate ajunge la un numitor comun decât cu forța;
- sunt stăruitoare, se întind pe perioade lungi de timp. În cazul pandemiei de Covid-19, de exemplu, dezinformarea continuă și astăzi, după mai bine de 3 ani de la declanșare. Despre lichidarea lui JFK se fac și astăzi filme care susțin varianta asasinatului comandat de CIA. Iar despre valul de refugiați din 2015 se spune și astăzi că a fost primejdioasă acceptarea musulmanilor în lumea creștină a Uniunii Europene.

Despre televiziune nu puține voci susțin că ar fi un mediu depășit, care își trăiește ultimele zile în fața noii vedete, mediul online, cu ale sale rețele sociale, un paradis fără restricții, unde cetățenii, egali în drepturi, pot să se bucure atât de postura de participanți la dezbateri, cât și de cea de transmițători de informație sau chiar de vectori de opinie. Studii recente, însă, au demonstrat că în

condițiile războiului din Ucraina, televiziunea a rămas principalul mijloc de informare, mai ales în Estul Europei, în proximitatea zonei de conflict. Anterior, în pandemie, televiziunea fusese devansată de online ca mediu predilect de informare, cu remarcă importantă referitoare la anomalia introdusă de rețelele sociale în cazul punctual al pandemiei și al vaccinării preventive: populația a considerat că a citi diverse texte postate pe site-urile de socializare însemna a te informa. Războiul, însă, a readus televiziunea în postura de lider al informării cetățenilor

Bibliografie:

- d'Ancona, Matthew** – *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*, Ebury Press, 2017
- Arendt, Hannah** – *Originile totalitarismului*, Editura Humanitas, București, 2014
- Baggini, Julian** – *A Short History of Truth: Consolations for a Post-Truth World*, Quercus, 2017
- Ball, James** – *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*, Biteback Publishing, 2017
- Barclay, Donald A.** - *Fake-news, Propaganda and Plain Old Lies*, Rowman & Littlefield, 2018
- Barclay, Donald A.** - *Disinformation: The Nature of Facts and Lies in the Post-Truth Era*, Rowman & Littlefield, 2022
- Barron, John, Barron, Miller, Dixon-Milhouse, Nicolai** – *Fake-news: „Facts” Always Trump Truth*, Prion, 2017
- Bârgăoanu, Alina** - *#Fakenews. Noua cursă a înarmării*, Evrika Publishing, București, 2018
- Bennett, Lance** – *The Disinformation Age (SSRC Anxieties of Democracy)*, Cambridge University Press, 2020
- Besancon, Alain** - *Imaginea interzisă. Istoria intelectuală a iconoclasmului de la Platon la Kandinsky*, Editura Humanitas, 1996
- Besancon, Alain** – *Sfânta Rusie*, Humanitas, București, 2012
- Bichir, Florian și Păcuraru, Tudor** – *Târgu Mureș, 1990: Zori Însângerate. Conflictul interetnic din 1989-1990 în dosarele CNSAS*, Editura Evenimentul și Capital, 2021
- Borden, Andrew col.** - *What is Information Warfare*, Air University, Alabama 1997
- Bratu, Daniel Dumitru** – *Combaterea dezinformării*, C.H.Beck, 2021
- Brooking, Emerson T. și Singer, P.W.** - *Likewar: The Weaponization of Social Media*, Mariner Books, 2019
- Byrne, George** - *Post-Truth*, Hatjie Cantz, 2022
- Campbell, Richard și Fabos, Bettina și Martin, Cristopher** – *Media & Culture: An Introduction to Mass Communication*, Bedford/st Martins, 2021
- Campo-Dominguez, Eva și Lopez-Garcia, Guillermo și Masip, Pere și Palau-Sampio, Dolors și Palomo, Bella** – *Politics of Disinformation*, Wiley-Blackwell, 2021
- Carey, Kelly** - *Fake-news. How Propaganda Influenced the 2016 Election, a Historical Comparison to 1930's Germany*, Marzenhale Publishing, 2017

- Cheyfitz, Eric** – *The Disinformation Age: The Collapse of Liberal Democracy in the United States*, Paperboat Press, 2019
- Chomsky, Noam** - *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*, Open Media Pamphlet Series editors, 1997
- Chomsky, Noam și Herman, Edward S.** - *Manufacturing Consent*, Pantheon Books - New York, 1988
- Coper, Ed** – *Facts and Other Lies: Welcome to the Disinformation Age*, Allen and Unwin, 2022
- Craig, David** - *How to Become a Human Bullshit Detector. Learn to Spot Fake-news, Fake People and Absolute Lies*, Racehorse Publishing, 2017
- Creel, G.** - *How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Comitee of Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe*, Forgotten Books, Londra, 1920
- Davis, Evan** – *Post-Truth: Why We Have Reached Peak Bullshit and What We Can Do About It*, Little, Brown Book Group, 2017
- Deuchler, Amy și Jankowicz, Nina** – *How to Lose the Information War: Russia, Fake News and the Future of Conflict*, Blackstone Publishing, 2022
- Dudiak, Jeffrey** – *Post-Truth? Facts and Faithfulness*, Wipf and Stock Publishers, 2022
- Dukes, Ramsey** – *Thoughts on: Post-Truth Politics & Magical Thinking*, Mouse That Spins, 2019
- Dutton, Kevin** – *Arta manipulării*, Editura Globo, 2019
- Ellul, J.** - *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books, New York, 1973
- Elțin, Boris** – *The Struggle for Russia*, Belka Publishing Company, New York, 1995
- Farkas, Johan** – *Post-truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood*, Routledge, 2019
- Fischer, Max** – *The Chaos Machine: The Inside Story of How Social Media Rewired our Minds and Our World*, Little, Brown and Company, 2022
- Fuchs, Christian** - *Nationalism on the Internet*, Routledge, 2020
- Fuller, Steve** – *Post-Truth: Knowledge as a Power Game*, Anthem Press, 2018
- Gheorghiu-Cernat, Manuela** – *Filmul și armele*, Editura Meridiane, București, 1976
- Gheorghiu-Cernat, Manuela** - *Filmul și armele. Tema păcii și a războiului în filmul european*, Editura Meridiane, București, 1983
- Gitlin, Martin** – *Politics and Journalism in the Post-Truth World*, Greenhaven Pr, 2018

- Grant, Natalie** – *Disinformation: Soviet Political Warfare 1917 – 1991*, Leopolis Press, 2020
- Gyorgy, Gaspar** – *Copilul invizibil*, Curtea Veche, București, 2021
- Hanson, Ralph E.** - *Mass Communication: Living în a Media World*, SAGE Publications, 2021
- Harari, Yuval Noah** - *21 de lecții pentru secolul XXI*, Editura Polirom, 2018
- Holiday, Ryan** - *Trust Me, I'm Lying. Confessions of a Media Manipulator*, Profile Books, 2018
- Horesh, Theo** – *The Fascism This Time: and the Global Future of Democracy*, Cosmopolis Press, 2020
- Huff, Mickey** – *United States of Distraction: Media Manipulation în Post-Truth America (And What cen We Do About It)*, City Lights Publishers, 2019
- Jackson, B. & Jamieson, K.H.** - *Unspun. Finding Facts in a World of Disinformation*, Random House, New York, 2007
- Johnson, Alan** - *Orwell on Truth*, Harvil Secker, 2017
- Jones, Marie D.** - *Disinformation and You: Identify Propaganda and Manipulation (Treachery and Intrigue)*, Visible Ink Press, 2021
- Jones, Seth G.** - *Three Dangerous Men: Russia, China, Iran and the Rise of Irregular Warfare*, Random House, 2021
- Kent, Thomas** – *Stiking Back: Overt and Covert Options to Combat Russian Disinformation*, The Jamestown Foundation, 2020
- Keynes, Ralph** – *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, St Martin's Press, 2004
- Kick, Russ** – *Everything You Know is Wrong: The Disinformation Guide to Secrets and Lies*, The Dinsinformation Company, 2002
- Kick, Russ** – *You Are Still Being Lied to: The New Disinformation Guide to Media Distortion, Historical Whitewashes and Cultural Myths*, Disinformation Books, 2009
- Laruelle, Marlene** – *Is Russia Fascist? Unraveling Propaganda East and West*, Cornell University Press, 2021
- Laswell, H.D** – *Propaganda Technique in World War I*, MIT Press, Cambridge MA, 1927
- Le Bon, Gustave** - *Psihologia mulțimilor*, Editura Antet XX Press, 2007
- Levitin, Daniel J.** - *Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era*, Penguin, 2017
- Levitzky, Steven și Ziblatt, Daniel** – *How Democracies Die*, Crown, 2019
- Lilly, Bilyana** – *Russian Information Warfare: Assault on Democracies în the Cyber Wild West*, Naval Institute Press, 2022

- Luttrell, Regina** – *Democracy in the Disinformation Age, Influence and Activism în American Politics*, Routledge, 2021
- McCracken, Brett** – *The Wisdom Pyramid: Feeding your Soul in a Post-Truth World*, Crossway, 2021
- McIntyre, Lee** - *Post-Truth*, The MIT Press, 2018
- McIntyre, Lee** - *On Disinformation: How to Fight for Truth and Protect Democracy*, The MIT Press, 2023
- McLuhan, Marshall** - *Să înțelegem media. Extensiile omului*, Editura Curtea Veche, 2011
- Lippmann, W.** - *Public Opinion*, Free Press Paperbacks, New York, 1927
- Murray, Abdu** – *Saving Truth: Finding Meaning and Clarity in a Post-Truth World*, Zondervan, 2018
- Pacepa, Ion Mihai, Rychlak, Ronald J.** - *Dezinformarea. Un fost spion-șef dezvăluie strategiile secrete de subminare a libertății, de atac împotriva religiei și de promovare a terorismului*, Editura Humanitas, 2015
- Pacepa, Ion Mihai** - *Programmed to Kill: Lee Harvey Oswald, the Soviet KGB, and the Kennedy Assassination* - Ivan R. Dee Publisher, Chicago, 2007
- Parrish, Thomas** – *Enciclopedia Războiului Rece*, Univers Enciclopedic, București, 2002
- Peters, Michael A. + 3** - *Post-truth, Fake-News*, Springer, 2018
- Rid, Thomas** – *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*, Macmillan, 2020
- Sartori, Giovanni** - *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Editura Humanitas, 2005
- Schwarz, A. Brad** - *Broadcast Hysteria. Orson Welles's War of the Worlds and the Art of Fake-news*, Hill and Wang, 2015
- Snyder, Timothy** – *On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century*, Crown, 2017
- Soulez, Guillaume** – *Quand le film nous parle*, Editions Puf, 2011
- Stanley, Jason** – *How Propaganda Works*, Princeton University Press, 2016
- Stanley, Jason** – *How Fascism Works: The Politics of Us and Them*, Random House Publishing Group, 2020
- Stengel, Richard** – *Information Wars: How We Lost the Global Battle Against Disinformation & What We Can Do About It*, Atlantic Monthly Press, 2019
- Stirewalt, Chris** – *Broken News: Why the Media Rage Machine Divides America and How to Fight Back*, Center Street, 2022

- Szakolczai, Arpad** – *Post-Truth Society (Contemporary Liminality)*, Routledge, 2021
- Taylor, Kathleen** – *Spălarea creierului. Știința manipulării*, Editura Paralela 45, 2014
- Taylor, P.M.** - *Munitions of the Mind: A history of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*, Manchester University Press, Manchester NH, 2003
- Thalmann, Yves-Alexandre** – *Minciună și manipulare*, Editura Niculescu, 2019
- Thussu, D.K.** - *News and Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Sage, Londra 2009
- Van Herpen, Marcel H.** - *Putin's Propaganda Machine: Soft Power and Russian Foreign Policy*, Rownan & Littlefield Publishers, 2015
- Volkoff, Vladimir** – *Tratat de dezinformare*, Editura Antet, 2002
- Voicu, Marian** – *Matrioșka minciinoșilor. Fake-news, manipulare, populism*, Humanitas, București, 2018
- Wilber, Ken** – *Trump and a Post-Truth World*, Shambhala, 2017
- Wodak, R.** - *Critical Discourse Analysis at the End of 20th Century. Research on Language and Social Interaction*, 32, Viena, 1999

ARTICOLE:

- Afrem, Alina Virginia** – *Războiul 2.0*, Intelligence, 13.03.2019
- Baeker, Jo** - *The Global Machine Behind the Rise of Far-right Nationalism*, The New York Times, New York, 10.08.2019
- Bernays, E.** - *The Engeneering of Consent*, The ANNALS of the American Academy of Political an Social Science, 1947
- Bushuev, Mikhail și Weber, Joschka** - *Fake news coronavirus: Cine profită?*, Deutsche Welle, 04.08.2020
- CNN Money** - *The Fakenews Machine* – CNN, 15.09.2017
- DeJongh T., Petrosova L., Rofagha B.** - *Countering Online Vaccine Misionformation in the EU/EEA*, Stockholm, iunie 2021
- Despa, Oana** - *Apostolii antivaccin | Cine sunt influencerii care au sucit mințile a milioane de români*, Europa Liberă, 02.11.2021
- Despa, Oana** - *Apostolii antivaccin | Cum au sabotat unii medici campania de imunizare*, Europa Liberă, 04.11.2021

- Deveci, Mustafa** – *With Image of Airstrike Survivor in Ukraine, Anadolu Agency Shows World the Face of War*, Anadolu, 25.02.2022
- DiResta, Renee** - *It's Not Misinformation. It's Amplified Propaganda*, The Atlantic, 09.10.2021
- Eco, Umberto** – *Despre televiziune*, Editura Polirom, 2021
- Ellyatt, Holly** – *Putin Weaponizing Migrant Crisis to Hurt Europe*, CNBC News, 02.03.2016
- Elick, Adam B. și Westbrook, Adam** - *Operation Infektion: How Russia Perfected the Art of War*, New York Times, 25.11.2018
- Erlanger, S.** - *Russia's RT Network: Is It More BBC or K.G.B.?*, New York Times, 8.03.2017
- Grey, Mark A.** - *The Big Exodus of Ukrainian Refugees Isn't an Accident. It's Part of Putin's Plan to Destabilize Europe*, The Conversation, 24.05.2022
- Jackson, Lucas** – *Fake News Went Viral in 2016. This Expert Studied Who Clicked*, NBC News, 14.01.2018
- Helmores, Edward** - *Petraeus: US Would Destroy Russia's Troops if Putin Uses Nuclear Weapons in Ukraine*, The Guardian, 2.10.2022
- Knight, Ben** – *Teenage Girl Admits Making up Migrant Rape Claim that Outraged Germany*, The Guardian, 31.01.2016
- Kolbert, Elizabeth** - *Why Facts Don't Change our Minds*, The New Yorker, 19.02.2017
- Kozma, Ana** – *Primele pagini ale ziarelor din întreaga lume despre Războiul din Ucraina*, adpm.ro, 28.02.2022
- Krugmann, Paul** – *A Plague of Willful Ignorance*, New York Times, 22.06.2020
- Lupuțu, Robert** – *Eurobarometru: Încrederea românilor în UE s-a prăbușit cu 25% de la momentul aderării. Doar 46% dintre români cred că apartenența la UE este un lucru bun, față de 62% media europeană*, Calea Europeană, 10.03.2023
- Marincea, Adina** – *Responsabilii de propaganda corona-conspiraționistă. Analiza celor mai populare 10.000 de postări din Facebook*, Libertatea, 29.10.2021
- McKew, K. Molly** – *The Gerasimov Doctrine. It's Russia's New Theory of Political Warfare. And it's Probably Being Used on You*, Politico, septembrie/octombrie 2017
- Middleton, Joe** – *Ukrainian Teacher Soaked in Blood after Surviving Russian Missile Strike Thanks Guardian Angel*, The Independent, 25.02.2022
- Mincan, Mihai** - *Culisele manipulării conflictului româno-maghiar din 20 martie 1990*, Adevărul, 14.03.2010

- Mincan, Mihai** – *Procurorul care s-o ocupat de cazul Târgu Mureș: ce s-a întâmplat acolo nu are legătură cu spontaneitatea*, Adevărul, 15.03.2010
- Morovan, Ioana** - „*Anti-vacciniștii de ieri sunt putiniștii de astăzi / Multe narrative ale propagandei ruse ajung la noi traduse din engleză, de la susținătorii lui Trump*”, Hotnews, 29.03.2022
- Negreanu, Gabriel** – *Putin spune că dacă Kremlinul ar fi fost în spatele otrăvirii lui Alexei Navalnii, el ar fi fost mort acum: „Am fi dus treaba până la capăt”*, Mediafax, 18.12.2020
- Obama, B.** - *Remarks by the President in Address to the Nation on Syria*, The White House, 10.09.2013
- Peneș, Gabriel** - *Românul bătut în conflictul româno-maghiar din 1990 trăiește cu 1.000 de lei pe lună*, Libertatea, 15.03.2010
- Rust, Owen** – *12 Psychological Warfare Strategies Used Throughout History*, The Collector, 5.12.2022
- Seib, Philip** – *Information at War. Journalism. Disinformation and Modern Warfare*, Polity Books, Cambridge, 2021
- Simons, G.** - *News and Syria: Creating Key Media Moments in the Conflict*, Cogent Social Sciences, 2016
- Socor, Vladimir** – *Russian-Speaking Mariupol Says No to Novorossiya*, Eurasia Daily Monitor (The Jamestown Foundation), 08.09.2014
- Standage, Tom** - *Bulletins from the Future*, The Economist, 7 iulie 2011
- The Guardian Staff** - *Troll Factory Spreading Russian pro-war Lies online, Says UK* – The Guardian, 01.05.2022
- Tilliac, Jean** - *Coronavirus: la « Première Guerre Mondiale » de la désinformation?*, La Tribune, 08.04.2020
- Țîbrigan, Nicolae** - *Războiul digital 2.0 al Chinei este mult mai insidios decât cel al Rusiei*, Hotnews, 22.06.2020
- Weber, Jocha și Bushuev, Mikhail** - *Fake news coronavirus: Cine profită?*, Deutsche Welle, 04.08.2020

ȘTIRI DIN MEDIA:

A Former Spy Explains how Russian Disinformation Works, CNN, 30.07.2020

Ce legătură are boom-ul debarcărilor migranților cu mercenarii din grupul Wagner? - Euractiv, 15.03.2023

COVID-19. Gigi Becali anunță „Am comandat 100.000 de pastile din Rusia” - Gazeta Sporturilor, 06.04.2020

Cum vântură propaganda Kremlinului amenințarea nucleară la tv: „De ce avem nevoie de această lume, dacă în ea nu ar exista Rusia?” - Hotnews, 01.03.2022

Fact Check-Photo of Ukrainian Woman Injured in Shelling Attack Was Captured on Feb. 24 – Reuters, 4.03.2022

Horror After Alleged Chemical Attack in Syria, CNN, 24.08.2013

Is There Truth to Refugee Rape Reports?, Der Spiegel, 17.01.2018

Lavrov Slams Situation in Bucha as Fake Attack Staged by West and Ukraine, Tass, 4.04.2022

Report of the Fact-finding Mission Regarding the Incident of the Alleged Use of Toxic Chemicals as a Weapon in Douma, Syrian Arab Republic, Organizația pentru Interzicerea Armelor Chimice, 01.03.2019

Serving Army Officer Shut Down on Russian State TV for Saying Soldiers are Dying in Ukraine, The Telegraph, 11.03.2022

Studiu: Facebook a îndrumat utilizatori spre informații false privind coronavirusul, Radio Europa Liberă, 19.08.2020

Televiziunea de stat din Rusia a transmis imagini cu atacul Rusiei asupra blocului din Uman și a spus că e atacul Ucrainei asupra Donbasului – Hotnews, 29.04.2023

Ukraine War: Russia Tells Sky News Zelensky's Bucha Bodies Video is Fake, Sky News, 6.04.2022

Ursula von der Leyen și Josep Borrel au mers la Bucea. „Am văzut cruzimea armatei lui Putin”, Digi24, 8 aprilie 2022

War in Ukraine: A Week that Shook the World, DW News, 5.03.2022

FILME:

Berecki, Edit și Mihalache, Cornel - *Va doare capul?*, TVR 2016 – film documentar

Codre, Dan și Deacu, Cătălin - *1990. Anul 0. Filmul evenimentelor de la Târgu Mureș*, Digi24 2015 – film documentar

Griffin, G. Edward - *Deception Was my Job. The Testimony of Iuri Bezmenov, Propagandist for KGB*, 1984 – interviu

Moore, Stan - *Disinformation: The Secret Strategy to Destroy the West*, 2013 – film documentar

Stone, Oliver - *JFK*, 1991

Swain, Peter - *And the Walls Came Tumbling Down: Bad Neighbours*, Channel 4, Marea Britanie, 1990 – film documentar

Voicu, Marian - *Martie negru: Târgu Mureş 1990*, TVR 2017 – *film documentar*