

Acesta este primul volum publicat al Academiei Naționale de Informații „Mihai Viteazul” (ANIMV) care integrează lucrările prezentate în cadrul Conferinței Științifice *Intelligence și Cultura de Securitate 2022* (ICS2022). Scopul ICS2022 este de a oferi studenților un spațiu pentru dezbateri academice și promovare a rezultatelor obținute în demersurile de cercetare proprii.

Prezenta ediție a fost dedicată atât doctoranzilor, cât și studenților din cadrul programelor de studii de licență și master, iar domeniile de interes științific propuse au fost: intelligence, securitate națională, istorie și relații internaționale.

Realizarea Conferinței a fost posibilă prin implicarea doctoranzilor și a conducătorilor de doctorat din Școala Doctorală Informații și Securitate Națională a ANIMV. Așteptăm cu entuziasm următoarea ediție a Conferinței!



ISSN 2971-8139
ISSN-L 2971-8139

◆
INTELLIGENCE ȘI CULTURA DE SECURITATE

◆
CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ STUDENȚEASCĂ



INTELLIGENCE ȘI CULTURA DE SECURITATE

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ STUDENȚEASCĂ
VOLUM DE PROCEEDINGS

VOLUMUL 1
2022

Editura Academiei Naționale de Informații
„Mihai Viteazul”

ACTIVITATEA SERVICIILOR ROMÂNEȘTI DE INFORMAȚII PE REȚELELE SOCIALE

Oana-Cătălina FRĂȚILĂ*

Abstract:

Social networks have come to be used in many areas, and the year 2020, marked by the pandemic, has led to an increase in the time and attention that people pay to them. Through this research we aim to analyze the impact of social networks on the recruitment process for intelligence services. The premise of this research is that social networks are a constant and unlimited way to get information about their users, and this information can help create user profiles.

Our goal is to establish if social networks can be used in the human resources recruitment process. Social media facilitate the distribution of information to many people in a very short time, and this can be exploited by intelligence services, either to inform citizens about certain issues related to ensuring national security or to promote the institution or to streamline the recruitment process by attracting potential candidates and identifying suitable candidates, analyzing their work in the online environment. This is the relationship we have relied on in our research: the need for intelligence services to take full advantage of the opportunities offered by social media.

The purpose of this research is to identify the human resources recruitment activity carried out by the Romanian intelligence services on social networks to establish the need to carry out a procedure for identifying candidates on social networks. To achieve the proposed goal, we used content analysis as a research method. The research only targeted public posts distributed by the Romanian intelligence services on social networks.

Following the research, we concluded that the Romanian intelligence services pay attention to social networks and are officially present in the online environment, although they do not carry out an intense activity. Some of the posts distributed on these pages are aimed at recruiting human resources, which means that for Romanian intelligence services, users of social networks are a pool of human resources recruitment.

Keywords: *romanian intelligence services, social media, recruiting.*

Introducere

Cercetarea aceasta se bazează pe identificarea nevoii de a utiliza avantajele oferite de rețelele sociale, în procesul de recrutare a resurselor

* Student-doctorand la Școala Doctorală Informații și Securitate Națională din cadrul Academiei Naționale de Informații „Mihai Viteazul”, email: fratila.catalina@animv.eu

umane, pentru serviciile de informații. Considerăm că, distribuirea unor postări cu un conținut referitor la recrutarea resurselor umane, poate reprezenta unul dintre indicatorii care atestă faptul că, serviciile de informații doresc să utilizeze rețelele sociale pentru recrutarea unor potențiali candidați. Astfel, vom analiza activitatea desfășurată de către serviciile de informații, din România, pe cele mai populare rețele sociale din acest stat și vom analiza conținutul postărilor, astfel încât, să identificăm postările care fac referire la recrutarea resurselor umane. Așadar, pentru realizarea obiectivului stabilit, vom utiliza analiza de conținut.

Alegerea grupului de referință

Pentru identificarea serviciilor de informații din România, am apelat la legislația în vigoare și anume, la Hotărârea CSAT nr. 146/18.11.2005. Conform acesteia, „Comunitatea Națională de Informații este compusă din următoarele structuri:

- Serviciul Român de Informații (SRI),
- Serviciul de Informații Externe (SIE),
- Direcția Generală de Informații a Apărării (DGIA),
- Direcția Generală de Protecție Internă (DGPI) din Ministerul Afacerilor Interne”.

SRI este o organizație statală, fiind specializată în activitățile specifice domeniului informațiilor referitoare la siguranța națională a României. Acesta face parte din sistemul național de apărare, iar activitatea SRI se află sub coordonarea Consiliului Suprem de Apărare a Țării (Parlamentul, LEGE nr. 14 din 24 februarie 1992 privind organizarea și funcționarea Serviciului Român de Informații 1992). Încă din denumirea sa, se poate deduce foarte ușor faptul că, activitatea SRI se bazează pe informații. Dat fiind faptul, că rețelele sociale reprezintă o sursă de informații, putem afirma faptul că rețelele sociale pot reprezenta un obiectiv de interes pentru SRI.

Organizația statală specializată în domeniul informațiilor externe privind siguranța națională a României este SIE (1998). Și denumirea acestui serviciu ne determină să afirmăm, faptul că rețelele sociale reprezintă un obiectiv de interes pentru SIE.

DGIA și DGPI sunt structuri care fac parte din Ministerul Apărării Naționale (MApN), respectiv din Ministerul Afacerilor Interne (MAI). În urma căutării celor două structuri pe rețelele sociale, nu am obținut niciun rezultat. Am căutat, ulterior, MApN și MAI pe rețelele sociale și am identificat pagini pe rețelele sociale pentru aceste instituții, însă, dat fiind

faptul, că cercetarea noastră se bazează pe informațiile distribuite pe rețelele sociale de către componentele CNI, considerăm că, nu sunt relevante informațiile distribuite de către MAPN și MAI pe Facebook.

Așadar, în urma identificării serviciilor de informații din România și în urma prezentării acestora, grupul de referință pe care îl vom cerceta este format din SRI și SIE.

Metodologia cercetării

Este important să menționăm faptul că în cadrul cercetării am utilizat doar informațiile publice distribuite de către serviciile românești de informații, fără să obținem informații suplimentare de la acestea. Totodată, subliniem faptul că serviciile de informații nu au nicio legătură cu cercetarea pe care noi am derulat-o.

Metoda de cercetare pe care am ales-o pentru atingerea obiectivului propus a fost analiza de conținut. Am ales această metodă deoarece ne-a ajutat să identificăm conținutul distribuit rețelele sociale și să stabilim scopul acestuia, astfel încât să identificăm nevoia de a realiza un cadru unitar de utilizare a rețelelor sociale în procesul de recrutare a resurselor umane.

Perioada în care am urmărit activitatea desfășurată de către SRI și SIE pe rețelele sociale este decembrie 2019 – iulie 2021. Criteriile după care am realizat sortarea postărilor distribuite de serviciile de informații pe rețelele sociale sunt: informarea cetățeanului, promovarea instituției și recrutarea resurselor umane.

Activitatea serviciilor românești de informații pe rețelele sociale

Dat fiind faptul, că există un număr mare de rețele sociale, am fost nevoiți să alegem rețelele sociale relevante pentru cercetarea noastră. Am ținut cont de impactul pe care acestea le au în România. Astfel, pentru stabilirea rețelelor sociale, pe care am efectuat căutarea paginilor oficiale ale serviciilor de informații din România, am apelat la cercetările anterioare referitoare la acest subiect. Am identificat o cercetare, în cadrul căreia, a fost prezentată ierarhizarea celor mai utilizate rețele sociale de către români. Cercetarea a fost realizată în aprilie 2021, asupra unui eșantion format din 1707 respondenți. Vârsta minimă a respondenților a fost 14 ani, iar cei mai mulți dintre respondenți au fost adolescenți (Sava, 2021). Rezultatele cercetării respective sunt afișate în *Figura 1* (vezi mai jos) (Sava, 2021). Observăm faptul că, Instagram este

pe primul loc în topul rețelelor sociale utilizate de către români, urmată de către Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp, TikTok și Snapchat.

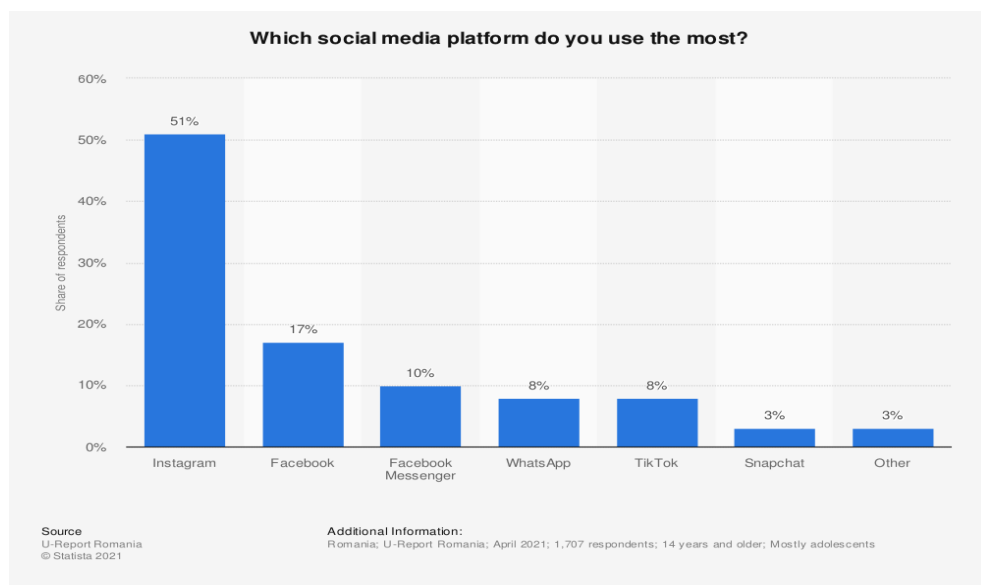


Figura 1: Cele mai utilizate rețelele sociale de către români

Timpul alocat de către români rețelelor sociale clasează rețeaua socială Instagram pe primul loc. Principala funcție comună pe care o oferă aceste rețelele sociale este reprezentată de facilitarea comunicării, însă, există multe diferențe între ele. Pentru a stabili dacă toate cele 6 rețele sociale pot fi utilizate în realizarea cercetării, am considerat necesar să prezentăm specificul și scopul acestora.

Instagram este o rețea socială, care se bazează pe distribuirea de fotografii, videoclipuri scurte, comentarii și *hashtags*. *Hashtag* reprezintă cuvinte, utilizate pentru a descrie imaginile sau videoclipurile distribuite. Acestea sunt precedate de semnul (#), acesta fiind motivul pentru care au această denumire (Code, 2015). Așadar, pe Instagram se poate comunica cel mai rapid și mai ușor prin imagini. Ținând cont de faptul că, în cadrul acestei rețele sociale utilizatorii pot distribui postări care să conțină imagini, videoclipuri sau text, Instagram este o rețea socială, care ar putea fi utilizată de serviciile de informații în cadrul procesului de recrutare. Aceasta poate fi utilizată atât pentru a atrage potențiali candidați, cât și pentru a-i selecta, în funcție de caracteristicile care reies din activitatea lor on-line. Pentru a atrage potențialii candidați, serviciile de informații trebuie să apeleze la caracteristicile publicului țintă, astfel

încât, mesajele transmise să fie recepționate de către cei de care serviciile de informații au nevoie. Altă etapă, în care Instagram poate fi de ajutor serviciilor de informații este etapa verificării candidaților. În funcție de imaginile distribuite, de comentariile pe care le publică sau de persoanele pe care le urmăresc, candidații pot reprezenta o oportunitate sau un pericol pentru serviciile de informații.

Facebook Messenger este o rețea socială, care permite utilizatorilor să trimită mesaje instant celorlalți utilizatori ai rețelei sociale Facebook. Aceasta a apărut în anul 2008, însă, era doar o extensie a Facebook. În 2011, a devenit parte separată de Facebook (Webopedia Staff, 2020), însă, rămâne legată de aceasta prin simplul fapt, că utilizatorii pot intra în contact doar cu persoanele care sunt utilizatori ai rețelei sociale Facebook. Așadar, nu poate fi utilizată Facebook Messenger separat de Facebook.

WhatsApp este o rețea socială asemănătoare cu Facebook Messenger. Aceasta facilitează schimbul instant de mesaje. A fost inventată de Brian Acton și Jan Koum, în anul 2009 (Purkayastha și Chanda, 2018). Reprezentând un mijloc de comunicare, avantajul cel mai mare pe care îl oferă această rețea socială este faptul că, poate fi utilizată doar prin conexiunea la internet, fără a fi necesare costuri suplimentare. Prin intermediul WhatsApp pot fi trimise mesaje text sau audio, imagini, videoclipuri sau alte documente, în diferite formătări (pdf, doc etc.) (Purkayastha și Chanda, 2018).

Cea mai recentă rețea socială care a ajuns, foarte repede, în topul rețelelor sociale este TikTok. Aceasta este o rețea socială, care permite crearea unor videoclipuri și distribuirea lor către ceilalți utilizatori ai rețelei sociale. Aceasta a fost lansată în anul 2014, având inițial denumirea Musical.ly. În momentul lansării, rețeaua socială oferea posibilitatea creării videoclipurilor muzicale (Bresnick, 2019). Bazându-se pe această opțiune, TikTok oferă posibilitatea tuturor utilizatorilor de a se exprima prin videoclipuri. Așadar, TikTok poate oferi posibilitatea serviciilor de informații să atragă potențiali candidați, prin distribuirea unor videoclipuri.

Snapchat este rețeaua socială care permite distribuirea efemeră a conținutului. În cadrul acestei rețele sociale nu poți urmări postările utilizatorilor, nu poți identifica prietenii prietenilor și nu poți urmări aprecierile prietenilor. Snapchat nu arhivează conținutul distribuit precum Facebook sau Instagram. Scopul Snapchat este de a facilita conversațiile (Rettberg, 2018).

Analizând caracteristicile identificate pentru fiecare rețea socială, observăm faptul că, trei dintre cele șase rețele sociale și anume, Facebook Messenger, WhatsApp și Snapchat, sunt utilizate doar pentru conversații, motiv pentru care, nu le vom utiliza în cercetare. Cercetarea de față se axează asupra informațiilor publice distribuite pe rețelele sociale, acesta fiind motivul pentru care, nu putem realiza cercetarea asupra rețelelor sociale prin intermediul cărora se pot distribui doar mesaje. Așadar, rețelele sociale, în cadrul cărora vom urmări activitatea serviciilor de informații, sunt Instagram și TikTok.

Pentru realizarea cercetării, am introdus denumirea fiecărei organizații în parte, în caseta de căutare a rețelelor sociale. Prima rețea socială, pe care am căutat paginile serviciilor de informații, a fost Instagram. În urma căutării efectuate pe Instagram, am identificat paginile oficiale pentru cele două servicii de informații, iar rezultatele sunt afișate în *Figura 2* (vezi mai jos), fiind afișate antetele paginilor. În cadrul acestora sunt afișate scurte prezentări ale instituțiilor. De asemenea, în imagini apar numărul postărilor, numărul urmăritorilor și numărul celor urmăriți. Așadar, acesta este un rezumat al activității desfășurate, pe fiecare pagină oficială în parte.

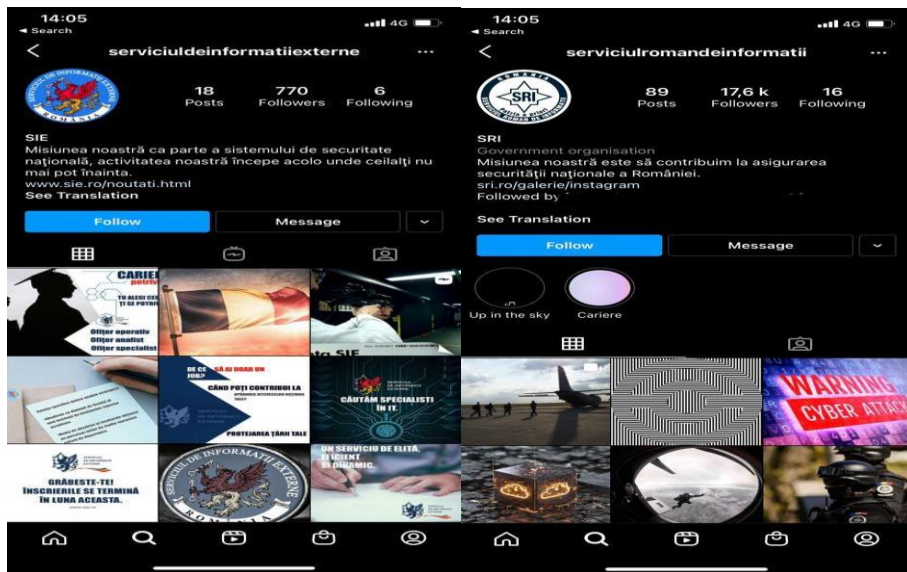


Figura 2: *Paginile SRI și SIE pe Instagram*

Pagina de Instagram a SRI conține postări, care au rolul de a recruta resurse umane. Însă, cele mai multe postări distribuite au rolul

de a informa cetățenii, cu privire la anumite activități desfășurate de către angajații SRI. Situația postărilor distribuite de SRI pe Instagram este redată în *Tabelul 2*.

Luna și an	Informarea cetățenilor	Promovarea organizației	Recrutarea resurselor umane
Iulie 2021	2	1	1
Iunie 2021	0	1	0
Mai 2021	1	0	1
Aprilie 2021	0	1	0
Martie 2021	2	2	1
Februarie 2021	2	0	0
Ianuarie 2021	1	0	1
Decembrie 2020	1	1	0
Noiembrie 2020	1	2	0
Octombrie 2020	0	0	0
Septembrie 2020	0	0	1
August 2020	0	0	0
Iulie 2020	1	1	0
Iunie 2020	0	1	0
Mai 2020	2	0	0
Aprilie 2020	0	0	0
Martie 2020	0	1	1
Februarie 2020	1	2	0
Ianuarie 2020	0	0	0
Decembrie 2019	1	0	0

Tabel 1 – Activitatea SRI pe Instagram

Postările distribuite pe pagina SIE sunt preponderent axate pe recrutarea resurselor umane. Acest serviciu nu este foarte activ, ultima postare distribuită fiind în urmă cu un an, față de momentul realizării cercetării, conform *Tabelului 3*, însă, cele mai multe postări au rolul de a oferi informații, cu privire la locurile disponibile de încadrare. Conform postărilor distribuite pe această pagină, scopul principal al SIE pe Instagram este sau a fost, ținând cont de perioada îndelungată de inactivitate, de a atrage potențialii candidați.

Luna și an	Informarea cetățenilor	Promovarea organizației	Recrutarea resurselor umane
Iulie 2021	0	0	0
Iunie 2021	0	0	0
Mai 2021	0	0	0
Aprilie 2021	0	0	0
Martie 2021	0	0	0
Februarie 2021	0	0	0
Ianuarie 2021	0	0	0
Decembrie 2020	0	0	0
Noiembrie 2020	0	0	0
Octombrie 2020	0	0	0
Septembrie 2020	0	0	0
August 2020	0	0	0
Iulie 2020	0	0	1
Iunie 2020	0	1	0
Mai 2020	0	0	2
Aprilie 2020	0	0	1
Martie 2020	1	1	1
Februarie 2020	0	1	3
Ianuarie 2020	0	0	0
Decembrie 2019	0	0	0

Tabel 2 – Activitatea SIE pe Instagram

Am urmărit și activitatea desfășurată de MAI și MAPN pe Instagram, pentru a confirma sau infirma presupunerea noastră, conform căreia, postările acestor ministere nu fac referire la structurile de informații din componența lor. Dat fiind faptul că, MAI este format din mai multe structuri, activitatea desfășurată pe pagina de Instagram este foarte generalizată. Cele mai multe postări sunt de informare, cu privire la desfășurarea unor misiuni pentru promovarea eficienței angajaților. O postare, cu referire directă la DGIPI, a fost distribuită pe 1 februarie 2020, având scopul de a celebra această instituție. Așadar, activitatea pe pagina oficială de Instagram a MAI nu are scopul de a recruta resurse umane, ci de a promova instituția.

MAPN este, de asemenea, o instituție formată din mai multe structuri, astfel încât, postările distribuite pe Instagram sunt generale. Scopul acestor postări este de a informa cetățenii și de a fi aproape de

aceștia. Postările distribuite pe Instagram nu fac referire la recrutarea resurselor umane și nici la structurile instituției.

Pe rețeaua socială Facebook, am identificat pagini oficiale atât pentru SRI, cât și pentru SIE. Am continuat cu urmărirea activității desfășurată de către SRI pe Facebook, iar situația este redată în *Tabelul 3*.

Luna și an	Informarea cetățenilor	Promovarea organizației	Recrutarea resurselor umane
Iulie 2021	1	1	1
Iunie 2021	0	1	0
Mai 2021	2	0	2
Aprilie 2021	0	1	0
Martie 2021	4	2	1
Februarie 2021	4	0	0
Ianuarie 2021	1	1	1
Decembrie 2020	3	1	0
Noiembrie 2020	2	1	0
Octombrie 2020	3	1	0
Septembrie 2020	1	0	2
August 2020	3	1	0
Iulie 2020	3	1	0
Iunie 2020	0	1	0
Mai 2020	3	0	0
Aprilie 2020	4	0	0
Martie 2020	2	1	1
Februarie 2020	2	0	0
Ianuarie 2020	1	0	0
Decembrie 2019	3	2	0

Tabel 3 – Activitatea SRI pe Facebook

SIE nu a derulat nicio activitate pe rețeaua socială Facebook, în perioada în care se încadrează cercetarea noastră. Mai mult decât atât, SIE nu a mai distribuit nicio postare pe pagina de Facebook, din anul 2017. Postările, distribuite până atunci, au avut rolul de a oferi câteva informații urmăritorilor, cu scopul de a fi mai aproape de aceștia și de a dezminți câteva mituri legate de serviciu. Prin postările respective, nu era declarat oficial scopul de recrutare, însă, dorința de a clarifica

anumite aspecte legate de activitatea SIE, poate fi considerată ca o modalitate de a atrage resursa umană.

Ultima rețea socială pe care am studiat-o a fost TikTok. Deși, TikTok este o rețea socială care a apărut recent, foarte multe persoane au fost atrase de ceea ce oferă aceasta. Astfel, într-un timp scurt, TikTok a ajuns în topul rețelelor sociale. Parte din comunitatea serviciilor de informații a observat acest lucru, motiv pentru care, am identificat o pagină pe TikTok pentru SRI.

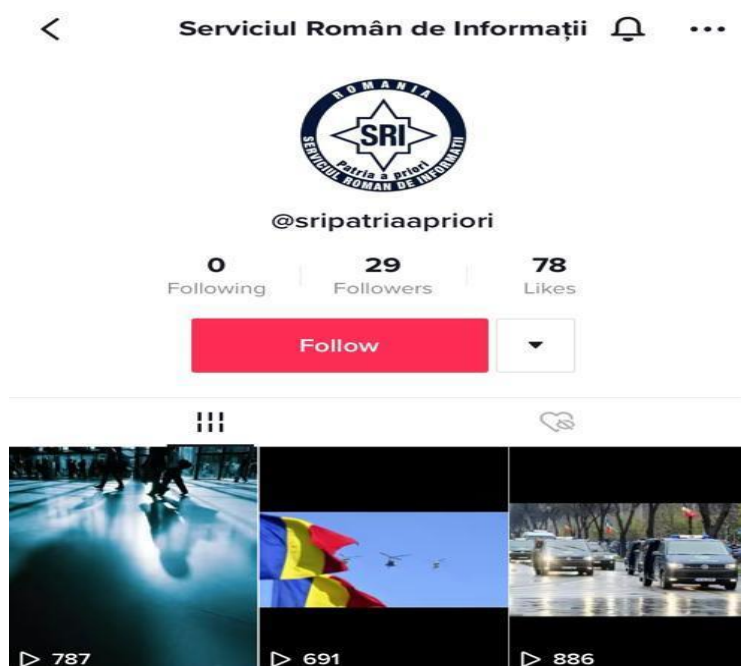


Figura 3: *Pagina SRI pe TikTok*

Deși SRI este prezent pe rețeaua socială TikTok, activitatea desfășurată este destul de redusă, fiind distribuite doar 3 postări în perioada cercetată. Dacă pentru SRI am identificat o pagină pe TikTok, SIE, în schimb, nu a luat decizia de a se alătura comunității acestei rețele sociale.

Interpretarea rezultatelor

SRI și SIE sunt prezente pe câteva rețele sociale, însă, nu sunt active pe toate acestea. În ceea ce privește Facebook, ambele servicii de informații au câte o pagină oficială pe această rețea socială, însă, doar SRI

distribuie postări. Pe Instagram, ambele servicii de informații au pagini oficiale și sunt active. Iar pe TikTok, ultima rețea socială pe care am studiat-o, doar SRI este prezent, însă, nici acest serviciu nu este activ.

În urma cercetării activității serviciilor românești de informații pe Facebook, putem observa că, SIE nu acordă atenție acestei rețelele sociale, dat fiind faptul, că nu a distribuit nicio postare în perioada cercetată. SRI a distribuit postări care se încadrează în toate cele trei categorii. Cele mai multe postări au avut rolul, de a informa cetățenii cu privire la anumite evenimente. Postările, care conțin mesaje referitoare la recrutarea resurselor umane, sunt în număr scăzut față de celelalte categorii, însă, existența acestora demonstrează faptul că, SRI acordă importanță rețelei sociale Facebook pentru recrutarea resurselor umane.

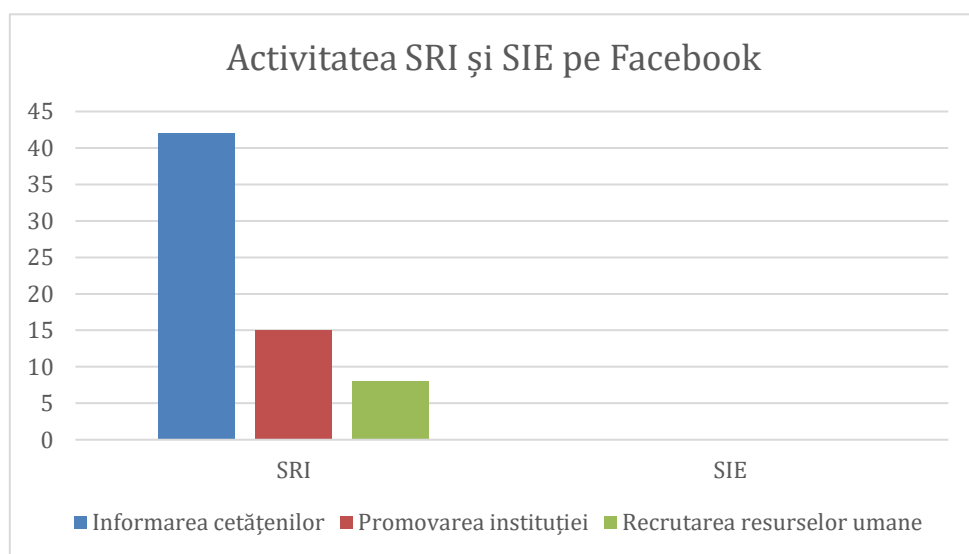


Figura 4: *Activitatea SRI și SIE pe Facebook*

Conform activității desfășurate pe paginile oficiale de Instagram ale celor două instituții, putem concluziona faptul că, SIE și SRI utilizează rețeaua socială ca pe un mod de a atrage potențiali candidați și o fac, în mod direct, oferind detalii referitoare la locurile vacante și la posibilitățile pe care le oferă pentru înscrierea candidaților.

Cele mai multe postări, în perioada cercetată, au fost distribuite de către SRI, însă, SIE a distribuit mai multe postări referitoare la recrutarea resurselor umane, față de celelalte două categorii de postări.

În cazul SRI, postările care au scopul de a atrage potențialii candidați sunt în cel mai mic număr, comparativ cu celelalte două tipuri de postări.

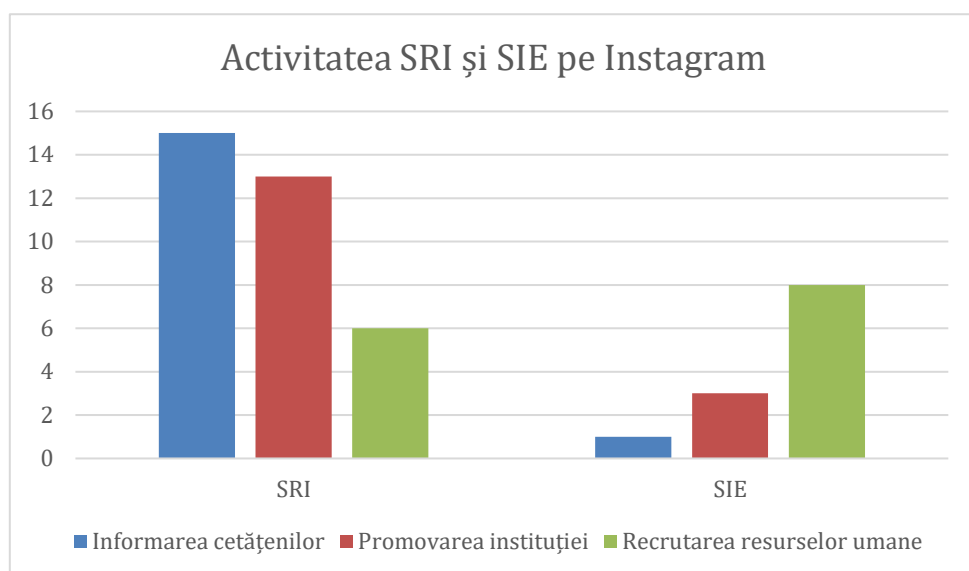


Figura 5: *Activitatea SRI și SIE pe Instagram*

Din analiza postărilor distribuite pe pagina de TikTok a SRI, putem afirma faptul că, prin intermediul acestei rețelele nu se urmărește recrutarea resurselor umane. Scopul postărilor este de a promova activitatea SRI. Pentru moment, cel puțin, SRI nu pune accent pe TikTok, din perspectiva atragerii resursei umane.

Concluzii

Această analiză ne arată faptul că, serviciile românești de informații acordă atenție rețelelor sociale și sunt prezente în mod oficial, în mediul on-line, deși nu desfășoară o activitate intensă. Parte dintre postările distribuite pe aceste pagini au scopul de a recruta resurse umane, ceea ce înseamnă că, pentru serviciile românești de informații, utilizatorii rețelelor sociale pot reprezenta un bazin de recrutare a resurselor umane. În ultima parte a cercetării, am urmărit paginile oficiale ale serviciilor românești de informații, pe cele mai utilizate rețele sociale de către români. Am putut realiza această cercetare doar pentru SRI și SIE, dat fiind faptul că, DGIA și DGPI nu sunt organizații de sine stătătoare, ci fac parte din MAPN, respectiv din MAI. Pentru SRI am

identificat pagini pe Instagram, Facebook și TikTok, iar pentru SIE doar pe Instagram și TikTok.

În urma analizei efectuate, am ajuns la concluzia conform căreia, pentru serviciile de informații din România, mesajele transmise prin intermediul rețelelor sociale reprezintă un mijloc de a atrage potențiali candidați, adică rețelele sociale pot fi introduse în procesul de recrutare a resurselor umane. Utilizarea rețelelor sociale, în procesul de recrutare, poate determina o creștere a calității resursei umane în cadrul oricărei organizații.

Bibliografie:

1. Purkayastha, Nilanjana and Anupam Chanda, 2018. "WHATSAPP AS A MEANS OF SHARING INFORMATION AMONG LIS PROFESSIONALS OF NORTH-EAST INDIA: A STUDY". *IMPACT: International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 69-82.
2. Bresnick, Ethan, 2019. "Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app".
3. Code, Mary, 2015. "Instagram, Social Media and the "Like": Exploring Virtual Identity's Role in 21st Century Students' New Socialization Experience". *Core*. August 26. <https://core.ac.uk/download/62649125.pdf>
4. Fazio, Marie, 2021. "The U.K. Spy Agency MI5 Joined Instagram. It Wasn't for the Likes". *The New York Times*, 04 23: <https://www.nytimes.com/2021/04/23/world/europe/mi5-british-intelligence-instagram.html>
5. Parlamentul României, 1992. „LEGE nr. 14 din 24 februarie 1992 privind organizarea și funcționarea Serviciului Român de Informații”, București, 03 03.
6. Parlamentul României, 1998. „Legea nr. 1 din 6 ianuarie 1998 privind organizarea și funcționarea Serviciului de Informații Externe”, București, 01 06.
7. Rettberg, Jill Walker, 2018. "Snapchat: Phatic Communication and Ephemeral Social Media". *Jeremy Morris and Sarah Murray (eds.), Appified. Ann Arbor: University of Michigan Press*, 1-9.
8. Sava, Justina Alexandra, 2021. *Most used social media platforms in Romania 2021*. 05 05. Accessed 11 01, 2021, <https://www.statista.com/statistics/1233181/romania-social-media-platform-usage/>
9. Webopedia Staff, 2020. *Facebook Messenger*. Septembrie 10, <https://www.webopedia.com/definitions/facebook-messenger/>