



TEZĂ DE DOCTORAT

REZUMAT

PARTICULARITĂȚI ALE PROPAGANDEI VIZUALE A FEDERAȚIEI RUSE ÎN SPAȚIUL SUD-EST EUROPEAN

CONDUCĂTOR DE DOCTORAT

Prof.univ.dr Irena CHIRU

STUDENT DOCTORAND

Dana SÎRBU (c.Drugă)

BUCUREȘTI

2023

- **Pagină albă** -

CUPRINS

Lista Figurilor	6
Lista tabelor	9
INTRODUCERE.....	11
CAPITOLUL 1.....	17
POLITICA EXTERNĂ ȘI OBIECTIVELE STRATEGICE ALE FEDERAȚIEI RUSE ÎN SPAȚIUL INTERNAȚIONAL	17
1.1 Viziunea Federației Ruse despre sistemul internațional, reflectată în documentele strategice	18
1.2 Ideologia eurasianistă și neo-eurasianismul	31
1.3 Viziunea ideologică a Federației Ruse sub președintele Vladimir Putin	36
1.4 Interesele și obiectivele strategice ale Federației Ruse în România.....	37
CONCLUZII.....	40
CAPITOLUL 2.....	43
ROLUL PROPAGANDEI ÎN ATINGEREA OBIECTIVELOR DE POLITICĂ EXTERNĂ ALE FEDERAȚIEI RUSE	43
2.1. Propaganda – delimitări conceptuale și evoluție.....	43
2.2. Definirea propagandei vizuale și rolul conținutului vizual în propagandă	49
2.3. Evoluție și particularități ale propagandei vizuale ruse	53
2.4 Forme de manifestare a propagandei vizuale ruse în societatea contemporană....	57
2.4.1 Parada militară din 9 mai în Federația Rusă.....	57
2.4.2 Panglica Sfântului Gheorghe	62
2.5 Reprezentări vizuale ale propagandei ruse în Războiul din Ucraina.....	63
2.5.1 Simbolurile Z și V.....	64

2.5.2 Imaginarul sovietic în Războiul din Ucraina	66
2.6 Propaganda computațională	68
2.6.1 Propaganda rusă prin imagini de tip memă	75
CONCLUZII	83
CAPITOLUL 3.....	85
NARAȚIUNILE STRATEGICE ALE FEDERAȚIEI RUSE ÎN MEDIUL INTERNAȚIONAL	85
3.1 Delimitări conceptuale: ce reprezintă o narațiune strategică?	87
3.1.1 <i>Turnura narativă</i> în relațiile internaționale.....	90
3.2 Narațiuni strategice ale Federației Ruse, identificate în literatura de specialitate	91
3.3 Tipuri de narațiuni strategice promovate de Federația Rusă.....	93
3.3.1 Dimensiunea identitară – Narațiuni autobiografice.....	94
3.3.2 Dimensiunea internațională	97
3.3.3 Dimensiunea politică a narațiunilor strategice ale Federației Ruse, în contextul războiului din Ucraina	99
3.4 Narațiuni strategice ale Federației Ruse în Europa Centrală și de Est	101
3.4.1 Narațiuni strategice ale Federației Ruse despre România și Republica Moldova.	102
3.5 Canalele utilizate de Federația Rusă în construirea și promovarea narațiunilor strategice	108
3.6 Rolul imaginilor de tip memă în promovarea narațiunilor strategice ruse.....	112
3.6.1 Internet Research Agency (IRA): „fabrica de troli” a Federației Ruse	112
3.6.2 Cyber Front Z	114
3.6.3 Ambasada Federației Ruse în mediul online.....	115
3.6.4 Meme de propagandă rusă în Războiul din Ucraina	116
3.7 Cultul personalității lui Vladimir Putin prin imagini de tip memă.....	121
3.8 Impactul narațiunilor strategice ale Federației Ruse	126
CONCLUZII.....	128
CAPITOLUL 4.....	131

CAPITOLUL 4.....	131
STUDIU DE CAZ: PARTICULARITĂȚI ALE PROPAGANDEI VIZUALE PRO-RUSE ÎN ROMÂNIA. INSTRUMENTALIZAREA IMAGINILOR DE TIP MEMĂ ÎN MEDIUL VIRTUAL ROMÂNESC	131
4.1 Metodologie și designul cercetării.....	133
4.1.1 Limitele cercetării.....	135
4.2 Identificarea și selectarea grupurilor relevante pentru cercetare	136
4.2.1 Grupuri identificate și selectate.....	137
4.3 Colectarea datelor	138
4.3.1 Codificarea datelor	138
4.4 Grila de analiză a imaginilor de tip memă.....	139
4.5 Rezultate obținute	140
4.6 Construcția multimodală a propagandei în imaginile de tip memă identificate..	142
4.6.1 Dimensiunea narativă a imaginilor de tip memă identificate.....	151
4.7 Implicarea și reacțiile utilizatorilor din mediul online la tipul de conținut vizual analizat	160
4.7 Vulnerabilități exploatate prin intermediul imaginilor de tip memă identificate	164
4.8 Interpretări și concluzii	168
4.8.1 Factori care particularizează consumul, acceptarea și efectele conținutului vizual de tip memă asupra utilizatorilor	172
CONCLUZII ȘI PROPUNERI.....	179
BIBLIOGRAFIE.....	217
ANEXA 1 - Structura tezei de doctorat	218
ANEXA 2 - Tehnici de propagandă	221
ANEXA 3 - Caracteristici ale propagandei	224

Lista figurilor

Fig. 1: Propaganda ca proces de comunicare.....	46
Fig. 2: Poster sovietic Pentru a avea mai mult.....	55
Fig. 3: Poster sovietic Vom aduna o recoltă bogată!.....	55
Fig. 4: Afiș „Victoria comunismului este inevitabilă!”.....	56
Fig. 5: Afiș privind victoria spațială a URSS.....	56
Fig. 6: Simbolurile paradei militare din Federația Rusă.....	63
Fig. 7: Panglica Sfântului Gheorghe.....	63
Fig. 8: Simbolul Z în diferite ipostaze sociale.....	65
Fig.9:SimbolulV.....	62
Fig. 10: Imaginea Babushka, alături de simboluri sovietice.....	66
Fig. 11: Imaginea Babushka pe ziduri.....	66
Fig. 12: Fotografia trucată în care este inserat Vladimir Putin.....	73
Fig. 13: Imaginea reală de la Summitul G20 din 2017.....	73
Fig. 14: Imagini create și generate de inteligența artificială.....	74
Fig. 15: Imagini create de inteligența artificială - Donald Trump arestat.....	74
Fig. 16: Imagini truate cu Volodimir Zelenski, înfățișându-l consumator de droguri.....	74
Fig. 17: Memă politică pro-Trump.....	82
Fig. 18: Promovarea ideologiei de dreapta prin meme.....	82
Fig. 19: Memă politică pro-rusă în conflictul din Crimeea „Avem nevoie de Ucraina puternică! De preferat, pe toată!”.....	80
Fig. 20: Memă pro-rusă în conflictul din Crimeea din 2014.....	83

Fig. 21: Imagine de tip memă – Pepe Broscoiul.....	115
Fig. 22: Imagine de tip memă Simpson - Zelenski.....	115
Fig. 23: Imagine de tip memă – Ucraina - UE.....	117
Fig. 24: Imagine de tip memă – Ucraina - Polonia.....	117
Fig. 25: Imagine de tip memă – Buhanka și	118
Fig. 26: Imagine de tip memă – Credința în Isus.....	119
Fig. 27: Imagine de tip memă – Veteranii din SUA.....	119
Fig. 28: Imagine de tip memă – Vaccinarea împotriva COVID-19	117
Fig. 29: Imagine de tip memă – Vaccinarea împotriva COVID-19 în SUA.....	117
Fig. 30: Imagine de tip memă – Vladimir Putin și Joffrey (Game of Thrones).....	124
Fig. 31: Imagine de tip memă – Vladimir Putin.....	125
Fig. 32: Imagine de tip memă – Vladimir Putin.....	125
Fig. 33: Numărul de apariții a liderilor europeni în imaginile de tip memă identificate.....	139
Fig. 34: Numărul de imagini identificate în funcție de grupul de proveniență.....	139
Fig. 35: Imagine de tip memă – Volodimir Zelenski pe măgar.....	142
Fig. 36: Imagine de tip memă – Volodimir Zelensk.....	142
Fig. 37: Imagine de tip memă – Klaus Iohannis.....	142
Fig. 38: Imagine de tip memă – Klaus Iohannis.....	142
Fig. 39: Imagine de tip memă – Joe Biden.....	143
Fig. 40: Imagine de tip memă – Joe Biden.....	143
Fig. 41: Imagine de tip memă – Save Azovstal.....	144
Fig. 42: Imagine de tip memă – Steagul UE.....	144
Fig. 43: Imagine de tip memă – Klaus Iohannis – Am înfrânt.....	145
Fig. 44: Imagine de tip memă – Klaus Iohannis – Schengen.....	145
Fig. 45: Imagine de tip memă – Înainte și după SUA.....	146
Fig. 46: Imagine de tip memă – Vladimir Putin – Harta lumii.....	148
Fig. 47: Imagine de tip memă – Vladimir Putin – Game of Thrones.....	148
Fig. 48: Imagine de tip memă – What to do when the Russians come.....	149
Fig. 49: Imagine de tip memă – Vladimir Putin – Game of Thrones.....	149
Fig. 50: Imagine de tip memă – Volodimir Zelenski și Joe Biden.....	150
Fig. 51: Imagine de tip memă – Vladimir Putin – Țar al Rusiei.....	151
Fig. 52: Imagine de tip memă – Vladimir Putin și Volodimir Zelenski.....	151

Lista tabelelor

Tabel 1: Obiectivele Federației Ruse în plan extern și amenințările percepute	28
Tabel 2: Tipologia boților	70
Tabel 3: Tipologia trolilor.....	72
Tabel 4: Narațiunile Federației Ruse în România.....	104
Tabel 5: Grupuri selectate	138
Tabel 6: Elemente vizuale identificate	141
Tabel 7: Implicarea utilizatorilor din mediul online	161
Tabel 8: Exemple de comentarii de susținere a conținutului vizual analizat	164

*

În ultimele două decenii, internetul a revoluționat modul în care oamenii comunică, produc și partajează conținutul vizual. Conținutul vizual prezent în mediul online, indiferent sub forma în care ni se înfățișează (pagini web, imagini, filme, meme etc.), ilustrează opinii, reacții, informații și evenimente relevante de pe scena internațională, din cadrul societal intern și din mediul politic. Creșterea prezenței conținutului vizual de pe platformele de social media consacrate, precum Twitter, Facebook și Instagram, necesită cercetări aprofundate, dedicate studiului componentei vizuale. Situațiile de criză, precum pandemia de COVID-19, Războiul din Ucraina, recesiunea economică, reprezintă un mediu fertil pentru răspândirea informațiilor false, a dezinformării și a mesajelor de propagandă. De aceea, cunoașterea, înțelegerea și evaluarea critică a conținutului, inclusiv a celui vizual, joacă un rol din ce în ce mai mare în viața cetățenilor.

Plecând de la considerentele enumerate mai sus, **scopul principal** pe care mi l-am propus în această cercetare *este acela de a investiga particularitățile și rolul componentei vizuale în propaganda rusă și de a analiza imaginile de tip memă în mediul online din România, precum și modul de construire a narațiunilor pro-ruse prin intermediul imaginilor de tip memă.*

Bazate pe amuzament și ironie, imaginile de tip memă, reprezintă una dintre cele mai populare forme de conținut vizual din mediul online. Imaginile de tip memă reprezintă un element popular de comunicare între utilizatorii rețelelor sociale, datorită ușurinței cu care acestea sunt create și partajate, datorită faptului că oferă oportunitatea de exprimare a propriilor convingeri, dar și beneficiile anonimatului specific mediului online. Însă, imaginile de tip memă nu sunt doar un fenomen cultural și popular, ci și o formă de propagandă vizuală, care poate influența opinia publică și care poate fi utilizată în diverse contexte politice și sociale.

Studierea imaginilor de tip memă ca formă de propagandă vizuală este importantă atât pentru a înțelege modul în care sunt construite și transmise mesaje distorsionate prin acest tip de conținut vizual cât și pentru a înțelege impactul lor asupra societății. Cercetările în acest domeniu sunt valoroase, întrucât oferă informații despre cum sunt utilizate imaginile de tip memă în diferite situații și despre cum acestea pot fi folosite pentru a influența opinia publică

sau pentru a promova anumite ideologii. De asemenea, studierea acestor imagini poate ajuta la dezvoltarea unor strategii de combatere a propagandei și a diseminării informațiilor false.

Orientarea acestui studiu către Federația Rusă nu este întâmplătoare, ci are la bază considerente legate de securitatea națională și internațională, dar și perspectivele strategice ale României, evidențiate în documentele oficiale. În acest sens, *Strategia Națională de Apărare a Țării pentru perioada 2020-2024* caracterizează în mod deschis comportamentul Federației Ruse ca fiind „agresiv”. Prin încălcarea normelor de drept internațional, prin militarizarea Mării Negre și prin acțiunile de tip hibrid care au un impact negativ asupra stabilității regionale, Federația Rusă reprezintă o amenințare la adresa securității naționale și internaționale. Totodată, securitatea socială a României este afectată de acțiunile ostile de influență, care, „pe fondul diversificării mijloacelor de comunicare în masă”, au „potențialul de a se amplifica” și „de a schimba percepții și de a influența comportamentul societății civile” (*Strategia Națională de Apărare a Țării pentru perioada 2020-2024*, 25).

În cadrul cercetării am pornit de la **premise** că *Federația Rusă și grupurile cu viziuni pro-ruse recurg la propagandă vizuală prin intermediul imaginilor de tip memă pentru a-și promova interesele și obiectivele strategice, inclusiv de natură politică, și încadrează evenimentele curente de pe scena internațională și națională într-o manieră părtinitoare, distorsionată, predominant negativă și polarizantă, printr-un concurs de simboluri ale propagandei și ale narațiunilor specifice statului rus.*

Plecând de la această ipoteză, cercetarea își propune să analizeze în primul rând obiectivele de politică externă ale Federației Ruse, precum și elementele de ideologie care stau la baza acțiunilor sale politice și militare, rolul propagandei în atingerea obiectivelor de politică externă, temele, narațiunile strategice și simbolurile predominante care particularizează propaganda vizuală rusă - de la afișul sovietic până la imaginile de tip memă predominante în societatea contemporană. Cadrul conceptual se fundamentează pe abordările teoretice relevante din ultimii cinci ani privind imaginile de tip memă, pe delimitarea și clarificarea terminologiei utilizate pe parcursul lucrării, precum: propagandă, tipuri de propagandă, propagandă vizuală, propagandă computațională, narațiune strategică, imagine de tip memă. Totodată, în completarea dimensiunii sale teoretice, lucrarea se va focaliza pe studierea modului în care aceste concepte se aplică realității imediate, prin studiu de caz și exemple concludente. Pentru aceasta, mi-am propus să urmăresc evoluția și instrumentalizarea imaginilor de tip memă în diferite contexte internaționale (alegerile din SUA, pandemia de COVID-19, Războiul din Ucraina) și modul în care aceste imagini au fost utilizate de Federația Rusă pentru a-și avansa narațiunile și obiectivele strategice.

Astfel, **întrebările de cercetare** la care ne-am propus să răspundem în cadrul acestei cercetări se înfățișează astfel:

- Care sunt obiectivele și interesele strategice și de politică externă ale Federației Ruse în plan internațional? Dar în România?
- Cum este utilizată propaganda vizuală pentru atingerea acestor obiective strategice ale Federației Ruse?
- Ce tipuri de narațiuni strategice ale Federației Ruse pot fi identificate la acest moment al cercetării și ce rol are componenta vizuală în promovarea narațiunilor strategice ruse?
- Prin intermediul căror tehnici și modalități este construită propaganda pro-rusă în imaginile de tip memă din mediul online din România? Ce narațiuni/mesaje se pot identifica?

Obiectivele cercetării

a. Obiective generale

Obiectivul general al lucrării vizează investigarea rolului și scopului utilizării componentei vizuale a propagandei ruse în mediul internațional și în mediul online din România.

b. Obiective specifice

1. Primul obiectiv pe care mi l-am propus în cadrul acestei lucrări privește investigarea obiectivelor de politică externă ale Federației Ruse, prin analiza celor mai recente documente oficiale de politică externă din ultimii trei ani, precum și a elementelor de ideologie care stau la baza acțiunilor militare și politice ale Federației Ruse. O atenție specială va fi acordată conceptului de civilizație euroasiatică întrucât am constatat, pe baza studiilor investigate, că este cel mai utilizat concept ideologic în justificarea acțiunilor Federației Ruse.
2. Cel de-al doilea obiectiv al cercetării vizează analizarea propagandei vizuale ruse și identificarea particularităților acesteia, evoluția istorică a propagandei vizuale ruse și a modului de manifestare în societatea contemporană;
3. Al treilea obiectiv specific se referă la identificarea și analizarea narațiunilor strategice ruse în mediul internațional și în România, inclusiv prin intermediul componentei vizuale.
4. Ultimul obiectiv al lucrării se va axa pe identificarea și analizarea imaginilor de tip memă, utilizate în scop de propagandă, în mediul online din România.

Obiectivul final către care tindem prin această cercetare este acela de a crește gradul de cunoaștere, identificare și conștientizare a amenințării și riscurilor reprezentate de propaganda

vizuală a Federației Ruse, prin cunoașterea modurilor de manifestare a acesteia în mediul online.

Metode de cercetare

Pentru a răspunde întrebărilor de cercetare, obiectivelor și scopului propuse, am aplicat metode de cercetare mixte, preponderent calitative, specifice științelor socio-umane, care vor include analiza multimodală a conținutului, analiza tematică, analiza documentelor de politică externă ale Federației Ruse, analiza literaturii de specialitate, studiul de caz. De asemenea, au fost analizate, din perspectivă multimodală, tehnicile de propagandă utilizate în imaginile de tip memă.

Importanța studiului

Acțiunile tot mai agresive ale Federației Ruse în spațiul internațional, mai ales în contextul Războiului din Ucraina, dar și acțiunile ostile ale acestui actor statal în spațiul online, prin campanii de propagandă și dezinformare, inclusiv în România, necesită o abordare pro-activă din partea tuturor membrilor societății, dar și a statelor și a instituțiilor. Însă, pentru a genera răspunsuri adecvate la amenințările din spațiul informațional, venite dinspre Federația Rusă, trebuie să cunoaștem modul de operare, actorii implicați, obiectivele din spatele campaniilor de propagandă și să avem o cunoaștere de ansamblu a mijloacelor și instrumentelor prin care propaganda pro-rusă se manifestă în mediul online. În mod particular, trebuie să acordăm o atenție sporită acelor mijloace mai puțin evidente, care aparent nu sunt ofensive. De aceea, imaginile de tip memă sunt un subiect de cercetare important din perspectiva propagandei, întrucât par inofensive și nepurtătoare de mesaje propagandistice evidente. Analiza acestor imagini ca formă de propagandă vizuală este relevantă pentru societate, pentru cercetători și pentru creșterea gradului de cunoaștere cu privire la mesajele ce pot fi transmise prin intermediul lor. Astfel, importanța acestui studiu devine evidentă, prin raportarea la înțelegerea și cunoașterea instrumentelor de propagandă rusă în mediul online.

Originalitatea și noutatea studiului în România

Originalitatea și noutatea studiului la nivel național se evidențiază prin faptul că investighează componenta vizuală a propagandei pro-ruse din mediul virtual românesc, prin analiza imaginilor de tip memă, subiect prea puțin cercetat în mediul academic din România. Instrumentalizarea imaginilor de tip memă în propagandă reprezintă o temă de cercetare nouă în domeniul de doctorat Informații și Securitate Națională și, de aceea, putem spera că această

cercetare de tip exploratoriu va contribui la extinderea cunoașterii în domeniu și va conduce, în mod indirect, la proiectarea altor cercetări inovatoare.

**

Rezultatele cercetării au indicat faptul că, prin intermediul propagandei, Federația Rusă încearcă să convingă cetățenii și întreaga lume de propria măreție și putere de neegalat, dar și să demonstreze degradarea Europei și a Occidentului. Naratiunile naționale încearcă să diminueze „complexul de inferioritate” pe care Federația Rusă îl are după prăbușirea URSS și se concentrează pe misiunea de a păstra valorile lumii ruse. Federația Rusă se consideră singurul stat care poate contracara influența distructivă a Statelor Unite și care poate salva Europa de influențe negative. Pentru a susține aceste naratiuni strategice și de a le consolida, Federația Rusă instrumentalizează platformele din mediul online și difuzează repetitiv mesaje de propagandă, cu scopul de a schimba percepții și de a determina comportamente.

Imaginile de tip memă au devenit o formă populară de comunicare în mediul online, mai ales pe platformele de social media. Aceste imagini sunt adesea folosite ca o modalitate de a exprima umorul, sarcasmul sau ironia, dar pot fi folosite și ca instrument de propagandă, pentru promovarea obiectivelor politice, ideologiilor sau distorsionarea informațiilor.

Scopul cercetării doctorale a fost acela de a investiga particularitățile propagandei vizuale a Federației Ruse în spațiul sud-est european, inclusiv în România, prin studiul imaginilor de tip memă din mediul virtual. În ansamblu, cercetarea a relevat că Federația Rusă utilizează propaganda vizuală pentru îndeplinirea obiectivelor politice în plan internațional. Printre scopurile în care memele au fost folosite ca instrumente de propagandă în Federația Rusă se numără: crearea confuziei, răspândirea teoriilor conspiraționiste, denigrarea unor politicieni, aspecte care au generat îndoială și incertitudine în rândul publicului. Aceasta poate fi o modalitate eficientă de a submina legitimitatea instituțiilor democratice și de a promova autoritarismul.

Federația Rusă a instrumentalizat imaginile de tip memă pentru o varietate de scopuri. Una dintre principalele utilizări ale memelor a fost să influențeze opinia publică și percepția asupra evenimentelor politice. Memele au fost folosite pentru a promova anumite ideologii politice sau pentru a denigra liderii opoziției. De exemplu, în timpul alegerilor prezidențiale din SUA din 2016, IRA a utilizat meme pentru a susține campania lui Donald Trump și pentru a denigra campania lui Hillary Clinton. Prin propaganda vizuală, Federația Rusă urmărește crearea și adâncirea sentimentelor anti-UE, NATO și SUA, pentru a-și atinge obiectivul central de a submina consensul politic și arhitectura de securitate globală post-Război Rece.

În România, unele grupuri de Facebook promovează o viziune pro-rusă prin utilizarea propagandei vizuale și a imaginilor de tip memă, interpretează într-o manieră părtinitoare și unilaterală evenimentele curente de pe scena internațională și națională, prezintă liderii politici într-o manieră, distorsionată, predominant negativă și ridiculizată, printr-un concurs de simboluri ale propagandei pro-ruse și a narațiunilor specifice Federației Ruse. Imaginile de tip memă identificate mizează pe construcții sociale și culturale preexistente, pe valori și medii specifice. Totodată, utilizează un vocabular, simboluri și idei specifice adecvate contextului pentru a stârni interesul în rândul celor care împărtășesc o formă de identitate comună.

Dacă, în timpul perioadei sovietice, prin intermediul filmelor de propagandă, al afișelor și al imaginilor, propaganda vizuală se concentra temele instrinseci perioadei sovietice precum crearea „Omului Nou”, ilustrarea dușmanului de clasă, cultul personalității lui Lenin și apoi Stalin, lupta de clasă, internaționalismul, obiectivele Partidului Comunist al Uniunii Sovietice, propaganda vizuală din secolul XXI a Federației Ruse utilizează cu preponderență caracteristicile mediului informatic contemporan, și, prin intermediul propagandei computaționale și a platformelor din mediul online, sunt promovate obiectivele politice externe ale Federației Ruse. Privită din unghiul dezvoltării tehnologice, propaganda vizuală rusă este conturată de trăsăturile cadrului informațional modern. În prezent, Federația Rusă utilizează noile tehnologii într-o manieră inedită care nu ar fi putut fi accesibilă în secolul precedent. Mijloacele și canalele de propagandă vizuală includ instituții media, rețele sociale, (Facebook, Twitter, Instagram etc.) internetul.

În contextul Războiului din Ucraina, se remarcă o renaștere și instrumentalizare a simbolurilor sovietice de către Federația Rusă, întrucât acestea reprezintă principalul cadru unificator pentru cetățenii ruși care asigură suportul ideologic și financiar pentru războiul din Ucraina. Alături de steagul roșu sovietic, monumentele cu Lenin, au apărut și alte simboluri vizuale precum Z și V. În privința imaginilor de tip memă utilizate de Federația Rusă în diferite contexte internaționale, precum alegerile prezidențiale din SUA din 2016, pandemia de COVID-19 se remarcă o utilizare intensivă a acestora pentru a schimba percepțiile, comportamentele și ideile cetățenilor.

Spre deosebire de propaganda preponderent ideologică a erei sovietice, propaganda rusă contemporană are o abordare foarte localizată a politicii, problemelor, prejudecăților și vecinătății unor ținte specifice. Mass-media sponsorizată din Rusia se concentrează pe o serie de puncte de presiune ale țintei, amplifică aceste probleme și încearcă să aprindă prejudecățile, furia și sentimentul de neputință existente ale publicului. În timp ce Rusia însăși este adesea

lăsată în afara narațiunii, propaganda rusă identifică sursa acestor probleme ca fiind, în mod explicit sau implicit, vina Statelor Unite sau a Uniunii Europene.

În privința direcțiilor viitoare de cercetare, considerăm că importanța vizualului în studiile de la nivel național din România ar trebui intensificate, mai ales în direcția corelării cu propaganda și cu narațiunile strategice ale Federației Ruse. Deși la nivel internațional există studii cu privire la conținutul vizual (imagini/meme/fotografii/videoclipuri) care este asociat cu narațiunile strategice ale Federației Ruse, în România, nu au fost identificate studii actuale care să abordeze relația dintre conținutul vizual (imagini de tip memă politică sau imagini digitale) și narațiunile strategice ale Federației Ruse. Considerăm că rolul acestor elemente vizuale ar trebui aprofundat, dincolo de explicarea aspectelor tehnice (scoaterea din context a unor imagini sau fabricarea conținutului vizual) și corelat cu narațiunile strategice, cu obiectivele politicii externe ruse și cu impactul asupra comportamentelor și acțiunilor indivizilor. Totodată, cercetări aprofundate ar trebui conduse în direcția studierii inserției culturale a acestor conținuturi și, corelat, receptivitatea în fața acestora, precum și studiul eficienței prin comparație cu alte forme de transmitere a mesajelor strategice.

Totodată, imaginile de tip memă pot fi studiate ca reflecții culturale și sociale ale colectivității în care trăim, iar înțelegerea particularităților utilizatorilor care participă la procesul de generare și promovare a memelor pe Internet, și de a afla cum sunt interconectate cu etnia, genul sau vârsta reprezintă aspecte care merită studiate. Una dintre principalele întrebări legate de acest proces are legătură cu identitățile globale și locale: în ce măsură imaginile de tip memă constituie un limbaj „global”, stăpânit de miliarde de internauți și în ce măsură culturile locale își creează propriile lor limbaje?

De asemenea, considerăm că un alt unghi de cercetare viitoare se constituie în jurul studierii modului în care memele influențează efectiv procesele politice, cum ar fi legislația sau schimbarea regimului politic. Deoarece memele sunt elemente importante ale culturii digitale, a le înțelege înseamnă a ne înțelege pe noi înșine. O abordare cuprinzătoare a modurilor în care memele interacționează cu realitățile sociale, culturale și politice va necesita o combinație de analiză cantitativă de tip „big data” și lectura calitativă a textelor, alături de imagini, precum și studiul comparativ intercultural.

**PARTICULARITĂȚI ALE PROPAGANDEI VIZUALE RUSE ÎN SPAȚIUL
SUD-EST EUROPEAN**

I	<p>OBIECTIVE ȘI INTERESE DE POLITICĂ EXTERNĂ ALE FEDERAȚIEI RUSE ÎN SPAȚIUL INTERNAȚIONAL</p>	<p>Ideologia: eurasianismul rus și neo-eurasianismul (Aleksandr Dughin) Documente oficiale de politică externă: Strategia Națională de Securitate și Conceptul de Politică Umanitară în Străinătate Interese și obiective ale Federației Ruse în România</p>
II	<p>PROPAGANDA VIZUALĂ</p>	<p>Delimitări conceptuale: propagandă, tipuri de propagandă, definiția propagandei vizuale; Evoluția propagandei vizuale ruse: de la afișul sovietic la imaginile de tip memă; Forme de manifestare a propagandei vizuale ruse în societatea contemporană (parade, simboluri, imaginarul sovietic în Războiul din Ucraina, imagini de tip memă)</p>
III	<p>NARAȚIUNI STRATEGICE</p>	<p>Tipuri de narațiuni promovate de Federația Rusă și instrumentalizarea elementelor vizuale pentru transmiterea narațiunilor strategice</p>
IV	<p>IMAGINILE DE TIP MEMĂ ÎN PROPAGANDA PRO-RUSĂ DIN ROMÂNIA</p>	<p>Studiu de caz: Particularități ale propagandei vizuale pro-ruse în România. Instrumentalizarea imaginilor de tip memă în mediul virtual românesc</p>

BIBLIOGRAFIE

- (Khaldarova), Irina Grigor, și Mervi Pantti. 2021. „Visual images as affective anchors: strategic narratives in Russia’s Channel One coverage of the Syrian and Ukrainian conflicts.” *Russian Journal of Communication* 140-162.
- Abokhodair, Norah. 2015. „Dissecting a Social Botnet: Growth, Content and Influence in Twitter.” *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. 839–851.
- Administrația Prezidențială. 2020. *Strategia Națională de Apărare a Țării pentru perioada 2020-2024*. București. Accesat aprilie 12, 2022. https://www.presidency.ro/files/userfiles/Documente/Strategia_Nationala_de_Aparare_a_Tarii_2020_2024.pdf.
- Aiello, Luca Maria. 2012. „People Are Strange When You’re a Stranger: Impact and Influence of Bots on Social Networks.” *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. 10-17.
- Albright, J. 2018. „Untrue-Tube: Monetizing Misery and Disinformation.” *Medium*, 3 decembrie.
- Álvarez, Asunción. 2004. „Memetics: An Evolutionary Theory of Cultural Transmission.” *Sorites* 24-28. https://www.sorites.org/Issue_15/alvarez.htm.
- Amazeen, Michelle, și Erick Bucy. 2019. „Conferring Resistance to Digital Disinformation: The Inoculating Influence of Procedural News Knowledge.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 63 (3): 415-432. Accesat martie 12, 2022. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653101>.
- Ananyev, și Anton Sobolev. 2017. „Fantastic Beasts and Whether They Matter: Do Internet ‘Trolls’ Influence Political Conversations in Russia?” *Midwest Political Science Association Annual Meeting*.
- Anderson, J., și R. Lee. 2020. „Concerns About Democracy in the Digital Age.” *Pew Research Center; Internet, Science & Tech*. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/02/21/concerns-about-democracy-in-the-digital-age/>.

- Ashby, Heather. 2022. *How the Kremlin Distorts the 'Responsibility to Protect' Principle*. 7 aprilie. Accesat iunie 12, 2022. <https://www.usip.org/publications/2022/04/how-kremlin-distorts-responsibility-protect-principle>.
- Ashwin, Sarah. 2000. *Gender, State, and Society in Soviet and Post-Soviet Russia*. New York: Routledge.
- Aspen Institute. 2021. *Disinformation, societal resilience and COVID-19*. București: ASPEN Institute.
- Auerbach, Jonathan, și Russ Castronovo. 2013. „Thirteen Propositions About Propaganda.” În *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*, de Jonathan Auerbach și Russ Castronovo. Oxford: Oxford University Press. doi:10.1093/oxfordhb/9780199764419.001.0001.
- Ayad, Moustafa. 2022. *The Vladimirror Network: Pro-Putin Power-Users on Facebook*. Institute for Strategic Dialogue (ISD). Accesat octombrie 21, 2022. https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2022/04/The-Vladimirror-Network_Pro-Putin-Power-Users-on-Facebook_.pdf.
- Badouard, Romain. 2017. *Le Désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*. FYP Editions.
- Bakshy, E., Messing, S., Adamic. 2015. „Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook.” *Science* 348 (6239).
- Beissinger, Mark, interviu de Pariesa Brody. 2022. *Ukraine: Russian troops flying Soviet flag, symbol of 're-establishing Russian domination'* France 24, (11 martie). Accesat ianuarie 12, 2023. <https://observers.france24.com/en/europe/20220311-ukraine-ussr-soviet-flag-russia-troops>.
- Ben Hodges, Steven Horrell, și Ivanna Kuz. 2022. „Russia's Militarization of the Black Sea: Implications for the United States and NATO.” *CEPA*.
- Benaim, M. 2018. „From symbolic values to symbolic innovation: internet-memes and innovation.” *Res. Policy* 47: 901-910. doi:10.1016/j.respol.2018.02.014.
- Benkler, Yochai, Robert Faris, și Hal Roberts. 2018. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press.
- Bennett, Lance, și Steven Livingston. 2018. „The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions.” *European Journal of Communication* 33 (2): 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>.
- Bessi, Alessandro, și Emilio Ferrara. 2016. „Social Bots Distort the 2016 U.S. Presidential Election Online Discussion.” *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>.

- Boghardt, Thomas. 2010. *Operation INFEKTION*. <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol53no4/soviet-bloc-intelligence-and-its-aids.html>.
- Bossen, Bucknell, și Kottasz. 2020. „Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers.” *Young Consumers* 21: 463–478. doi:<https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>.
- Brody, Pariesa. 2022. „Ukraine: Russian troops flying Soviet flag, symbol of ‘re-establishing Russian domination’.” *France* 24. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://observers.france24.com/en/europe/20220311-ukraine-ussr-soviet-flag-russia-troops>.
- Bunde, Tobias, și Sophie Eisentraut. 2023. „Munich Security Report 2023 - Chapter 1 – Introduction: Re:vision.” Munich Security Conference. Accesat mai 12, 2023. <https://securityconference.org/en/publications/munich-security-report-2023/introduction/>.
- Burgess, J. 2008. „Il your chocolate rain are belong to us?” Viral video, YouTube and the dynamics of participatory culture.” În *Video vortex reader: Responses to YouTube*, de G. Lovink și S. Niederer, 101-109. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Calvillo, Dustin, Ryan Garcia, Kiana Bertrand, și Tommi Mayers. 2021. „Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news.” *Personality and Individual Differences*. Accesat 20 februarie, 2022. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886921000416>.
- Canadian Security Intelligence Service. 2018. „WHO SAID WHAT? The Security Challenges of Modern Disinformation.” https://www.canada.ca/content/dam/csis-scrs/documents/publications/disinformation_post-report_eng.pdf.
- Cao, X. 2008. „Political comedy shows and knowledge about primary campaigns: The moderating effects of age and education.” *Mass Communication & Society* 43-61. doi:<https://doi.org/10.1080/15205430701585028>.
- Cassiday, Julie, și Emily Johnson. 2013. „A Personality Cult for the Postmodern Age.” În *Putin as Celebrity and Cultural Icon*, de Helena Goscilo. New York: Routledge.
- Cassiday, și Johnson. fără an. *A Personality Cult*.
- Charap, Samuel, Dara Massicot, Miranda Priebe, Alyssa Demus, Clint Reach, Mark Stalczynski, Eugeniu Han, și Lynn E. Davis. 2021. *Russian Grand Strategy. Rhetoric and Reality*. Santa Monica: CA: RAND Corporation. Accesat ianuarie 21, 2023. https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR4238.html.

- Charap, Samuel, Dara Massicot, Miranda Priebe, Alyssa Demus, Clint Reach, Mark Stalczyński, Eugeniu Han, și Lynn E. Davis. 2021. *Russian Grand Strategy. Rhetoric and Reality*. Research Report, Rand Corporation. Accesat octombrie 15, 2022. <https://doi.org/10.7249/RR4238>.
- Chaudet, Didier, Florent Parmentier, și Benoît Pélopidas. 2009. *When Empire Meets Nationalism: Power Politics in the US and Russia*. Farnham: Ashgate Publishing.
- Cheng, Amy. 2021. „Putin slams ‘cancel culture’ and trans rights, calling teaching gender fluidity ‘crime against humanity’.” *The Washington Post*, 22 octombrie. Accesat februarie 18, 2022. <https://www.washingtonpost.com/world/2021/10/22/putin-valdai-speech-trump-cancel-culture/>.
- Chyzhova, Olga. 2018. *Disinformation Resilience in Central and Eastern Europe*. Kiev: Ukrainian Prism. Accesat aprilie 12, 2022. http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf.
- Ciampaglia, G. L. 2018. „Biases make people vulnerable to misinformation spread by social media.” *Scientific American*. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://www.scientificamerican.com/article/biases-make-people-vulnerable-to-misinformation-spread-by-social-media/>.
- Clover, Charles. 2022. *Black Wind, White Snow. Russia's New Nationalism*. Yale: Yale University Press.
- Coalson, Robert. 2022. „Nasty, Repressive, Aggressive -- Yes. But Is Russia Fascist? Experts Say 'No!'” *Radio Free Europe*, aprilie. Accesat ianuarie 15, 2023. <https://www.rferl.org/a/russia-repressive-aggressive-not-fascist/31794918.html>.
- Coles, Bryn Alexander, și Melanie West. 2016. „Trolling the Trolls: Online Forum Users Constructions of the Nature and Properties of Trolling.” *Computers in Human Behavior* 60: 233-244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>.
2022. *Conceptul de Politică Umanitară în Străinătate*. Accesat aprilie 23, 2023. <http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/G3CkAuMhZXio8AzNaweT3wTGTaEA16OU.pdf>.
- Cresci, S., Di Pietro, R., Petrocchi, M., Spognardi, A., & Tesconi, M. 2017. „The Paradigm-Shift of Social Spambots: Evidence, Theories, and Tools for the Arms Race.” *Proceedings of the 26th International Conference on World Wide Web Companion* 963-972.

- Crosset, Valentine, Samuel Tanner, și Aurelie Campana. 2019. „Researching far right groups on Twitter: Methodological challenges 2.0.” *New Media & Society* 21: 939-961. doi:10.1177/1461444818817306.
- D.Sultănescu, și D.Sultănescu. 2022. *Populism in Eastern Europe. New types of libertarian populism vs authoritarian populism: The Romanian case*. Center for Civic Participation and Democracy. Accesat ianuarie 2, 2023. <https://spotmedia.ro/wp-content/uploads/2022/04/Populism-in-Romania-APR-2022.pdf>.
- Davis, Joel J. 2011. *Advertising Research: Theory and Practice*. Pearson.
- Dewey, Caitlin. 2015. „Russia Just Made a Ton of Internet Memes Illegal.” *Washington Post*, 10 aprilie. Accesat decembrie 19, 2022. http://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/04/10/russia-just-made-a-ton-of-internet-memes-illegal/?tid=sm_fb.
- Dimitrov, Dimitar, Bishr Bin Ali, Shaden Shaar, Firoj Alam, Fabrizio Silvestri, Hamed Firooz, Preslav Nakov, și Giovanni Da San Martino. 2021. „Detecting Propaganda Techniques in Memes.” *ArXiv*. Accesat octombrie 21, 2022. <https://arxiv.org/pdf/2109.08013.pdf>.
- Directoratul Național de Securitate Cibernetică. 2022. *Site-uri găzduite în Rusia care copiază brandul unor publicații din România*. București: Directoratul Național de Securitate Cibernetică. Accesat ianuarie 11, 2023. <https://dnsc.ro/vezi/document/alerta-site-uri-gazduite-in-rusia-copiaz-a-brandul-unor-publicatii-din-romania-pdf>.
- Djankov, Simeon. 2023. „How the war is increasing inequality in Russia.” *Centre for Economic Policy Research*, 9 februarie. Accesat martie 21, 2023. <https://cepr.org/voxeu/columns/how-war-increasing-inequality-russia>.
- Doctrina Militară a Federației Ruse. 2014. *2014 Russian Military - Translation from Russian done by the Russian Embassy in the United Kingdom*. Accesat mai 4, 2022. <https://oe.tradoc.army.mil/wp-content/uploads/2022/06/RSI-Russian-Military-Doctrine-Primer-Final-single-page-04282022.pdf>.
- Domenach, Jean-Marie. 1965. *La Propagande politique*. Paris: PUF.
- Donsbach, Wolfgang, și Bettina Klett. 1993. „Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession.” *International Communication Gazette*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001654929305100104>.
- Driencourt, Jacques. 1950. *La Propagande Nouvelle Force Politique*. Paris: Librairie Armand Colin.
- Duchscherer, K. M., și J. F. Dovidio. 2016. „When memes are mean: Appraisals of and objections to stereotypic memes.” *Translational Issues in Psychological Science* 335-345.

- Duggan, M., Ellison, N., Lampe, C., Lenhart, A., Madden, M. 2015. „Social media update 2014: While Facebook remains the most popular site, other platforms see higher rates of growth.” *Pew Research Center*.
http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20141.pdf.
- Dughin, Aleksandr. 2014a. „Eurasianism.” În *Eurasian Mission. An Introduction to Neo-Eurasianism*, de John B. (red.) Morgan, 17-100. UK: Arktos Media Ltd.
- Dughin, Aleksandr. 2014b. „The Fourth Political Theory.” În *Eurasian Mission. An Introduction to Neo-Eurasianism*, de John B. (red.) Morgan, 101-128. UK: Arktos Media Ltd.
- Dughin, Aleksandr. 2014c. „The Fourth Political Theory.” În *Eurasian Mission. An Introduction to Neo-Eurasianism*, de John B. (red.) Morgan, 101-128. UK: Arktos Media Ltd.
- Duncan, P.J.S. 2015. „Ideology and Interests in Putin’s Construction of Eurasia.” În *The Eurasian Project and Europe*, de D. Lane și V. (eds) Samokhvalov, 102-116. Londra: Palgrave Macmillan.
- Dwyer, C. 2018. „12 common biases that affect how we make everyday decisions.” *Psychology Today*, 7 septembrie. Accesat ianuarie 12, 2023.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/thoughts-on-thinking/201809/12-common-biases-that-affect-how-we-make-everyday-decisions>.
- Ellul, Jacques. 1973. *Propaganda: The Formation of Men s Attitudes*. New York: Vintage.
- Ember, Sydney. 2018. „New York Times Times Co. Subscription Revenue Surpassed \$1 Billion in 2017.” *The New York Times*.
- Ermarth, Fritz W. 2006. *Russia’s Strategic Culture: Past, Present, and...in Transition?* Defense Threat Reduction Agency. Advanced Systems and Concepts Office. Accesat mai 23, 2022. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54104789/Ermarth-libre.pdf?1502338001=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRUSSIAS_STRATEGIC_CULTURE_PAST_PRESENT_A.pdf&Expires=1682489693&Signature=JtWDyxzSeqBkJhXc7JJtF-BKvOUrI~~BJBQXfOM-h5eeHlBx97BhbU.
- Escritt, Thomas, și Paul Carrel. 2022. „Displaying 'Z' symbol could be criminal act in Germany, ministry says.” *Reuters*, 28 martie. Accesat septembrie 20, 2022.
<https://www.reuters.com/world/europe/displaying-z-symbol-could-be-criminal-act-germany-ministry-says-2022-03-28/>.

- Eurostat. 2022. „How many citizens had basic digital skills in 2021?” martie. Accesat 4 12, 2023. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220330-1>.
- Facebook Report. 2021. „Coordinated Inauthentic Behavior Report.” Accesat decembrie 12, 2022. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2021/08/July-2021-CIB-Report.pdf>.
- Fallis, Don. 2009. „A conceptual analysis of disinformation.” *Proceedings of the iConference*. http://schools.org/images/iConferences/fallis_disinfo1.pdf.
- Fallis, Don. 2015. „What Is Disinformation?” *Library Trends* 63 (3): 401-426. <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014>.
- Farkas, J., și J. Schou. 2018. „Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood.” *Javnost – The Public* 25 (3): 298-314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>.
- Feith, Douglas J., și Abram N. Shulsky. 2010. „Organizing the U.S. Government to Counter Hostile Ideologies.” *Hudson Institute*.
- Ferrara, Emilio. 2017. „Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election.” *First Monday*. doi:10.5210/fm.v22i8.8005.
- Fetzer, J.H. 2004. „Disinformation: The use of false information.” *Minds and Machines* (14): 231-240.
- Flaxman, S., și S. Goel. 2018. „Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption.” *Public Opinion Quarterly* 80 (1): 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.
- Floridi, Luciano. 1996. „Brave.net.world: The internet as a disinformation superhighway?” *Electronic Library* (14): 509-514.
- . 2005. „Semantic conceptions of information.” *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <http://plato.stanford.edu/entries/information-semantic/>.
- . 2011. *The philosophy of information*. Oxford: Oxford University Press.
- . 2011. *The Philosophy of Information*. Oxford University Press.
- Forelle, Michelle & Howard, Phil & Monroy-Hernández, Andrés & Savage, Saiph. 2015. „Political Bots and the Manipulation of Public Opinion in Venezuela.” *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.2635800. .
- Fox, Christopher. 1983. „Information and Misinformation. An Investigation of the Notions of Information, Misinformation, Informing, and Misinforming.” *Greenwood Publishing Group*. <https://philpapers.org/rec/FOXIAM>.
- Foxall. fără an. „Photographing Vladimir Putin.”

- Freedom House Report. 2023. „Freedom in the World 2023. Russia.” Accesat februarie 18, 2023. <https://freedomhouse.org/country/russia/freedom-world/2023>.
- Garrett, R.K. 2013. „Selective Exposure: New Methods and New Directions.” *Communication Methods and Measures* 7: 247-256.
- Gelfert, Axel. 2018. „Fake News: A Definition.” *Informal Logic* 38 (1): 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>.
- Gerber, Theodore, și Jane Zavisca. 2016. „Does Russian propaganda work?” *The Washington Quarterly* 79-98.
- Giles, Keir. 2016. *Russia`s New Tools for Confronting the West. Continuity and Innovation in Moscow`Exercise of Power*. The Royal Institute of International Affairs. <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/2016-03-russia-new-tools-giles.pdf>.
- Gilmour, Julie, și Barbara Evans. 2002. „If You Want to Be Like Me, Train!": The Contradictions of Soviet Masculinity.” În *Russian Masculinities in History and Culture*, de Barbara Evans Clements, Rebecca Friedman și Dan Healey, 210-211. Londra: Palgrave Macmillan.
- Gino, Francesca. 2016. „There’s a Word for Using Truthful Facts to Deceive: Paltering.” *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2016/10/theres-a-word-for-using-truthful-facts-to-deceive-paltering>.
- Global Report. 2018. „Edelman Trust Barometer.” https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf.
- Gomart, Thomas. 2010. *Europe in Russian Foreign Policy: Important but no longer Pivotal*. Ifri Centre. Accesat aprilie 12, 2022. <https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ifrigomartussiaeuengavril2010.pdf>.
- Gorwa, R., și D. Guilbeault. 2018. „Unpacking the Social Media Bot: A Typology to Guide Research and Policy.” *Policy & Internet*. doi:<https://doi.org/10.1002/poi3.184>.
- Goscilo. fără an. „Russia’s Ultimate Celebrity.”
- Goscilo, Helena. 2013. *Putin as Celebrity and Cultural Icon*. New York: Routledge.
- Grave, Lucas. 2005. „Everyone is a reporter.” *Wired Magazine*, Ianuarie.
- Gray, L. 2012. „Intersecting Oppressions and Online Communities.” *Information, Communication & Society* 15 (3): 411-428. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.642401>.

- Grimaldi, James, și Paul Overberg. 2017. „Millions of People Post Comments on Federal Regulations. Many Are Fake.” *WSJ*, decembrie. <https://www.wsj.com/articles/millions-of-people-post-comments-on-federal-regulations-many-are-fake-1513099188>.
- Guess, Andrew, Jonathan Nagler, și Joshua Tucker. 2019. „Less than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook.” *Science Advances* 5 (1). <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>.
- Haigh, Maria, Thomas Haigh, și Nadine I. Kozak. 2017. „Stopping Fake News: The Work Practices of Peer-to-Peer Counter Propaganda.” *Journalism Studies* 1-26. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1316681>.
- Hall, S. 1993. „Encoding, decoding.” În *The cultural studies reader*, de S. During, 99-103. Londra: Routledge.
- Hall, S. 1997. „The work of representation.” În *Representation: cultural representations and signifying practices*, de S. Hall, 15-64. Londra: SAGE Publications in association with The Open University.
- Harari, Yuval Noah. 2018. *21 de lecții pentru secolul XXI*. Iași: Polirom.
- Hartley, J. 2010. „Silly citizenship.” *Critical Discourse Studies* 7: 233-248. doi:<https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511826>.
- Haselton, M. G., D. Nettle, și P. W. Andrews. 2015. „The evolution of Cognitive Bias.” În *The Handbook of Evolutionary Psychology*, de D. M. Buss. JohnWiley and Sons.
- Haynes, John. 2003. *New Soviet Man: Gender and Masculinity in Stalinist Soviet Cinema*. New York: Manchester University Press.
- Heshmat, S. 2015. „What is confirmation bias?” *Psychology Today*, 23 aprilie. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/science-choice/201504/what-is-confirmation-bias>.
- High Level Group on fake news and disinformation. 2018. *A multi-dimensional approach to disinformation*. Luxemburg: European Commission.
- Hirsh, Michael. 2022. „Putin’s Thousand-Year War.” *Foreign Policy*, 12 martie. Accesat ianuarie 23. <https://foreignpolicy.com/2022/03/12/putins-thousand-year-war/>.
- Howard, Philip N., și Bence Kollanyi. 2016. „Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum.” *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.2798311.
- Hughes, Matthew. 2016. „How the Internet tricked you into thinking Trump wouldn’t win.” *The next Web*, 9 Noiembrie.

- Hunting, Kyra Osten. 2020. „The Role of Popular Media in 2016 US Presidential Election Memes.” *Journalism and Media Faculty Publications*. doi:<https://doi.org/10.3983/twc.2020.1785>.
- Huntington, Heidi E. 2017. *The Affect and Effect of Internet Memes: Assessing Perceptions and Influence of Online User-Generated Political Discourse as Media*. ProQuest Dissertations Publishing, Colorado State University .
- Huntington, Samuel. 1996. *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. Londra: Simon & Schuster.
- Huyghe, Bernard. 2018. „Que changent les fake news?” *La Revue internationale et stratégique*.
- Hwang, Tim. 2017. *Digital Disinformation: A Primer*. Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/publications/articles/digital-disinformation-a-primer>.
- ICDE. 2022. „Inițiativa pentru Cultură democratică.” *Propaganda rusă trebuie oprită în România*. Accesat martie 12, 2023. <https://roeu.org/2022/09/16/propaganda-rusa-trebuie-oprita-in-romania/>.
- Iliescu, D., și M. Airinei. 2022. *Raport privind nivelul de literație al elevilor din România*. București: BRIO. Accesat martie 12, 2023. <https://cdn.edupedu.ro/wp-content/uploads/2022/05/Raport-literatie-2022.pdf>.
- Imhoff, Roland, și Pia Lamberty. 2018. „How paranoid are conspiracy believers? Toward a more fine-grained understanding of the connect and disconnect between paranoia and belief in conspiracy theories.” *European Journal of Social Psychology. Special Issue* 909-926. Accesat ianuarie 20, 2023. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2494>.
- Imperva's Threat Research Lab. 2020. „Bad Bot Report 2020.”
- INSCOP. decembrie 2022. „Barometrul Securității Energetice.” Accesat ianuarie 24, 2023. <https://www.inscop.ro/wp-content/uploads/2022/12/Raport-BSE4-nov-dec-2022.pdf>.
- Inscop Research. 2022. *Neîncrederea publică: Vest vs. Est, ascensiunea curentului naționalist în era dezinformării și fenomenului știrilor false*. Strategic Thinking Group. Accesat decembrie 11, 2022. <https://www.strategicthinking.ro/wp-content/uploads/2022/02/4.02.2022-Capitolul-7-Sondaj-INSCOP-STG-GMF.pdf>.
- International Energy Agency. 2023. „Energy Fact Sheet: Why does Russian oil and gas matter?” Accesat ianuarie 15, 2023. <https://www.iea.org/articles/energy-fact-sheet-why-does-russian-oil-and-gas-matter>.
- Ireton, C., și Julie Posetti. 2018. *Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Paris: UNESCO Publishing.

- J.Martin. 1958. *International Propaganda: Its Legal and Diplomatic Control*. University of Minnesota Press.
- Jacob Ratkiewicz et. al. 2011. „Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media.” *ICWSM 11* 297-304.
- Jahn, Hubertus. 2022. „A War on History? Patriotism and Propaganda in Contemporary Russia.” *History Workshop*, 29 aprilie. Accesat aprilie 21, 2023. <https://www.historyworkshop.org.uk/war-military/a-war-on-history-patriotism-and-propaganda-in-contemporary-russia/>.
- Jahng, Mi Rosie, și Jeremy Littau. 2015. „Interacting Is Believing: Interactivity, Social Cue, and Perceptions of Journalistic Credibility on Twitter.” *Journalism & Mass Communication Quarterly* 93 (1): 38-58. <https://doi.org/10.1177/1077699015606680>.
- Joint declaration on freedom of expression and “fake news”, disinformation and propaganda. 2017. <https://www.osce.org/fom/302796>.
- Jonas, E., S. Schulz-Hardt, D. Frey, și N. Thelen. 2001. „Confirmation bias in sequential information search after preliminary decisions: An expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information.” *Journal of Personality and Social Psychology* 80 (4): 557-571. doi:<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.80.4.557>.
- Jowett, Garth, și Victoria O’Donnell. 1992;2011. *Propaganda and Persuasion*. SAGE Publications.
- Kalkina, V. 2020. „Between Humour and Public Commentary: Digital Re-appropriation of the Soviet Propaganda Posters as Internet Memes.” *Journal of Creative Communications* 131-146.
- Kao, J. 2017. „More than a million pro-repeal Net Neutrality comments were likely faked.” *Medium - Hackernoon*, noiembrie. <https://hackernoon.com/more-than-a-million-pro-repeal-net-neutrality-comments-were-likely-faked-e9f0e3ed36a6>.
- Karaganov, Sergei. 2020. *Where to Go and with Whom to Go: Russia’s Foreign Policy on the Threshold of a New Decade*. Russia in Global Affairs.
- Karlova, N., și J. Lee. 2012. „Notes from the underground city of disinformation: A conceptual investigation.” *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*.
- Karlsen, Geir Hågen. 2016. „Tools of Russian Influence: Information and Propaganda.” În *Ukraine and Beyond: Russia’s Strategic Security Challenge to Europe*, de Janne

- Haaland Matlary și Tormod Heier, 181-208. Cham: Springer International Publishing. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-32530-9_9.
- Katz, E., Blumler, J. G., și M. Gurevitch. 1973. „Uses and gratifications research.” *Public Opinion Quarterly* 37: 509-523. doi:<https://doi.org/10.1086/268109>.
- Kelly, J., și C. François. 2018. „This is what filter bubbles actually look like.” *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/s/611807/this-is-what-filter-bubbles-actually-look-like/>.
- Kerley, Paul, și Robert Greenall. 2022. „Ukraine war: Why has 'Z' become a Russian pro-war symbol?” *BBC News*, 7 martie. Accesat septembrie 12, 2022. <https://www.bbc.com/news/world-europe-60644832>.
- Klebba, Lea-Johanna, și Stephan. Winter. 2023. „Crisis alert: (Dis)information selection and sharing in the COVID-19 pandemic.” *Communications*. Accesat martie 12, 2023. <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0020>.
- Klein, Ofra. 2020. „Misleading Memes. The Effects of Deceptive Visuals of the British National Party.” *Partecipazione e conflitto* 154-179.
- Knobel, M., și C. Lankshear. 2007. „Online memes, affinities, and cultural production.” În *A new literacies sampler*, de M. Knobel și C. Lankshear, 199-227. New York: Peter Lang.
- Kokoshin, Andrei. 2015. „Natsional'nye interesy, real'nyi suverenitet i natsional'naya bezopasnost'.” *Voprosy filosofii*.
- Kolesnikov, Andrei. 2022. „Scientific Putinism: Shaping Official Ideology in Russia.” *Carnegie Endowment*, 11 noiembrie. Accesat ianuarie 23, 2023. <https://carnegieendowment.org/politika/88451>.
- Kragh, Martin. 2022. *Russia's Concept for a 'Humanitarian' Policy Abroad*. septembrie. Accesat mai 12, 2023. <https://sceus.se/en/publications/russias-concept-for-a-humanitarian-policy-abroad/>.
- Kramer, Franklin D., și Lauren M. Speranza. 2017. *Meeting the Russian Hybrid Challenge. A Comprehensive Strategic Framework*. BRENT SCOWCROFT CENTER ON INTERNATIONAL SECURITY, Atlantic Council. Accesat Noiembrie 2019. https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2017/05/Meeting_the_Russian_Hybrid_Challenge_web_0530.pdf.
- Krämer, N. C., și S. Winter. 2008. „Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites.” *Journal of Media Psychology*, 20: 106-116. doi:<https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.3.106>.

- Kuklinski, J. H., și N. L. Hurley. 1996. „It’s a matter of interpretation.” În *Political persuasion and attitude change*, de D. C. Mutz, P. M. Sniderman și R. A. Brody, 125-144. Michigan : he University of Michigan Press.
- Kuzmin, Valeri, interviu de Calistrat Atudorei. 2022. *Care este punctul de vedere al Rusiei? Intervi cu ambasadorul Valery Kuzmin (partea 2)* (4 octombrie). Accesat februarie 12, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=888A110Zh2c>.
- Laclau, Ernesto. 2005. *La razon populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Economica de Espana.
- Lapowski, I. 2018. „Parkland Conspiracies Overwhelm the Internet's Broken Trending Tools.” *Wired*.
- Laruelle, Marlene. 2008. *Russian Eurasianism: An Ideology of Empire*. Washington: Woodrow Wilson Center Press.
- Laurrelle, Marlene. 2008. *Russian Eurasianism. An Ideology of an Empire*. Washington: Woodrow Wilson Center Press.
- Lavrov, Serghei. 2013. „Russia’s Foreign Policy Philosophy.” *International Affairs*. Accesat mai 12, 2022. https://www.ieee.es/en/Galerias/fichero/OtrasPublicaciones/Internacional/Article_of_Russian_Foreign_Minister_Sergey_Lavrov.pdf.
- Lavrov, Serghei. 2018. „Russia’s Lavrov denounces from UN podium West’s ‘brute force’ pursuit of domination.” *UN News*. 28 septembrie. Accesat aprilie 12, 2023. <https://news.un.org/en/story/2018/09/1021512>.
- Lazer et al. 2017. „Combating Fake News: An Agenda for Research and Action.” *Harvard University*. <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/05/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research-1.pdf>.
- Leavitt, A. 2014. „From #FollowFriday to YOLO: Exploring the cultural salience of Twitter memes.” În *Twitter and society*, de A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, & C. Puschmann Weller, 137-154. New York: USA: Peter Lang.
- Leiser, Anne. 2022. „Psychological Perspectives on Participatory Culture: Core Motives for the Use of Political Internet Memes.” *Journal of Social and Political Psychology* 10 (1): 236-252. doi:doi.org/10.5964/jspp.6377.
- Leung, L. 2009. „User-generated content on the Internet: An examination of gratifications, civic engagement and psychological empowerment.” *New Media & Society* 1327–1347. doi:<https://doi.org/10.1177/1461444809341264>.

- Levitin, Daniel. 2017. *Weaponized Lies: How to think critically in the Post-Truth Era*. Viking Books.
- Lewis, L. C. 2012. „The participatory meme chronotope: Fixity of space/rapture of time.” În *New media literacies and participatory popular culture across borders*, de T. Williams și A. A. Zenger, 106-121. New York: Routledge.
- Ligerant, Y. 2009. „The Prophet of the New Russian Empire.” *Azure*.
- Loftus, Suzanne. 2019. *Insecurity & the Rise of Nationalism in Putin's Russia: Keeper of Traditional Values*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Losee, R.M. 1997. „A discipline independent definition of information.” *Journal of the American Society for Information* 48 (3): 254-269.
- Mahon, E.J. 2008. „The definition of lying and deception.” *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <http://plato.stanford.edu/entries/lying-definition/>.
- Manley, Cameron, Lisa Berdet, și Emma Albright. 2022. „Families Of “Lost” Russian Soldiers Demand Answers From Putin.” *World Crunch*, octombrie. Accesat ianuarie 9, 2023. <https://worldcrunch.com/in-the-news/ukraine-russia-war-latest-news-russian-casualties#toggle-gdpr>.
- Martel, C, G Pennycook, și DG Rand. 2020. „Reliance on emotion promotes belief in fake news.” *Cognitive Research: Principles and Implications*. Accesat aprilie 12, 2023. <https://link.springer.com/article/10.1186/s41235-020-00252-3>.
- Marwick, Alice. 2018. „Why Do People Share Fake News? A Sociotechnical Model of Media Effects.” *Georgetown Law Technology Review* (474).
- Marzo, P. M., D. Vayanos, și J. Zwiebel. 2003. „Persuasion Bias, Social Influence, and Unidimensional Opinions.” *The Quarterly Journal of Economics* 118 (3): 909-968. doi:10.1162/00335530360698469.
- Matamoros-Fernández, Ariadna. 2017. „Platformed racism: the mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube.” *Information, Communication & Society* 930-946.
- McCraw. fără dată. „Equal Time Rule.” *The First Amendment Encyclopedia*.” *Middle Tennessee State University*. <https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/949/equal-time-rule>.
- McLaughlin. 2018. „Disinformation Is Spreading on WhatsApp in India—And It’s Getting Dangerous.” *The Atlantic*, 5 septembrie. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2018/09/fighting-whatsapp-disinformation-india-kerala-floods/569332/>.

- Mercier, Hugo, și Dan Sperber. 2017. *The Enigma of Reason*. Harvard University Press.
- Messing, S., și S.J Westood. 2014. „Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online.” *Communication Research*, 41 (8): 1042-1063. doi:<https://doi.org/10.1177/0093650212466406>.
- Meyers, E. A. 2012. „Blogs give regular people the chance to talk back”: Rethinking “professional” media hierarchies in new media.” *New Media & Society* 1022–1038. doi:<https://doi.org/10.1177/1461444812439052>.
- Michael, K. 2017. „Bots Trending Now: Disinformation and Calculated Manipulation of the Masses.” *IEEE Technology and Society Magazine* 36 (2): 6-11. doi:<https://doi.org/10.1109/MTS.2017.2697067>.
- Mihaylov, Todor, Georgi Georgiev, și Preslav Nakov. 2015. „Finding Opinion Manipulation Trolls in News Community Forums.” *Proceedings of the Nineteenth Conference on Computational Natural Language Learning*. Association for Computational Linguistics. 310-314. doi:10.18653/v1/K15-1032.
- Mikhailova, Tatiana. 2013. „Putin as the Father of the Nation: His Family and Other Animals.” În *Putin as Celebrity and Cultural Icon*, de Helena Goscilo, 65-81. New York: Routledge.
- Miller, Alexei, și Fyodor Lukyanov. 2016. „Detachment Instead of Confrontation: Post-European Russia in Search of Self-Sufficiency.” Accesat martie 12, 2023. https://eng.globalaffairs.ru/wp-content/uploads/2020/05/report_detachment-_1.pdf.
- Milner. 2012. *The world made meme: Discourse and identity in participatory media (Doctoral dissertation)*. University of Kansas.
- Milner, R. M. 2013. „Media lingua franca: Fixity, novelty, and vernacular creativity in internet memes.” *AoIR Selected Papers of Internet*. Accesat martie 12, 2023. <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8725>.
- Mișcoiu, Sergiu. 2021. *Euro-scepticismul românesc. Euro-entuziasm versus atitudini de opoziție față de Uniunea Europeană în România*. Friedrich Ebert Stiftung. Accesat octombrie 23, 2022. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/bukarest/18433.pdf>.
- Moga, Teodor Lucian. 2020. „România.” În *COVID- 19 Disinformation Response Index*, de Olga Chyzhova, 123-140. Kiev: Ukrainian Prism.
- Moreau, Elise. 2017. „Internet Trolls and the Many Ways They Try to Ruin Your Day.” *Lifewire*. <https://www.lifewire.com/types-of-internet-trolls-3485894>.

- Munteanu, Daniela. 2022. *Barometrul rezilienței societale la dezinformare*. București: Centrul Euro-Atlantic pentru Reziliență. Accesat martie 24, 2023. <https://e-arc.ro/wp-content/uploads/2022/05/Barometrul-rezilientei-societale-2022.pdf>.
- Murphy, Jamie, Frédérique Vallières, Richard P. Bentall, Mark Shevlin, Orla McBride, Todd K. Hartman, Ryan McKay, și alții. 2021. „Psychological characteristics associated with COVID-19 vaccine hesitancy and resistance in Ireland and the United Kingdom.” *Nature communications* 12 (1): 1-15. <https://www.nature.com/articles/s41467-020-20226-9#citeas>.
- NATO StratCom. 2016. „Internet Trolling as a Tool of Hybrid Warfare: The Case of Latvia.” <https://www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0>.
- NATO Strategic Communications Centre of Excellence. 2016. „Internet Trolling as a tool of hybrid warfare: the case of Latvia. Results of the study .”
- New York Times. 2018. „<https://www.nytimes.com/2018/12/17/us/russian-social-media-posts.html>.”
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos,, și Rasmus Nielsen. 2019. *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nicholas Confessore, et al. 2018. „The Follower Factory.” *New York Times*, Ianuarie. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html?module=inline>.
- Nielsen, Rasmus Kleis, și Lucas Graves. 2017. *News You Don't Believe': Audience Perspectives on Fake News*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>.
- Nimmo, Ben. 2018. „Select Committee on Deliberate Online Falsehoods-Causes, Consequences and Countermeasures.”
- Niță, Nelu, și Adrian Lupașcu. 2014. „România și perspectivele aderării la spațiul Schengen.” *Acta Universitatis George Bacovia. Juridica* 3 (1). Accesat martie 13, 2023. https://www.ugb.ro/Juridica/Issue5RO/4_Romania_si_perspectivele_aderarii_la_spatiul_Schengen.Nelu_Nita_RO.pdf.
- Nyst, Carly, and Nick Monaco. 2018. *State Sponsored Trolling: How Governments are Deploying Disinformation as Part of Broader Digital Harassment Campaigns*. Institute for the Future.
- Oxford English Dictionary. 1989. 2.

- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin, 2011.
- Parlamentul European. 2015. „Rezoluție.” iulie. <https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/printficheglobal.pdf?id=653751&l=en>.
- Paul, Christopher, și Miriam Matthews. 2016. *The Russian Firehouse of Falsehood Propaganda Model*. RAND Corporation. http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198.pdf.
- Phillips, W. 2018. „The Oxygen of Amplification.” Data & Society Research Institute, New York. <https://datasociety.net/output/oxygen-of-amplification/>.
- Pierre, B., și Guy Peters. 2019. *Governance, Politics and the State*. Bloomsbury Publishing.
- Polegkyi, Oleksii, și Dmytro Bushuyev. 2022. *Russian foreign policy and the origins of the “Russian World”*. 6 septembrie. Accesat 12 aprilie, 2023. <https://ukrainian-studies.ca/2022/09/06/russian-foreign-policy-and-the-origins-of-the-russian-world/>.
- Polyakova, Alina, Marlene Laruelle, Stefan Meister, și Neil Barnett. 2016. *The Kremlin’s Trojan Horses*. Atlantic Council. Accesat Noiembrie 2019. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/kremlin-trojan-horses/>.
- Polyanski, Dmitri. 2022. „YouTube.” *United Nations Security Council holds a meeting on maintenance of peace in Ukraine*. 11 aprilie. Accesat ianuarie 9, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=aJYmBBOfhIA&t=7104s>.
- Popescu, Oana, și Rufin Zamfir. 2018. *Propaganda Made to Measure: How our Vulnerabilities Facilitate Russian Influence. A Study of Romania, Bulgaria, Georgia and the Republic of Moldova*. București: Global Focus. Accesat aprilie 23, 2022. <https://www.global-focus.eu/wp-content/uploads/2018/03/Propaganda-Made-to-Measure-How-Our-Vulnerabilities-Facilitate-Russian-Influence.pdf>.
- Putin, Vladimir. 2022. „Putin announces Invasion of Ukraine.” *New York Times*. 24 februarie. Accesat martie 12, 2022. <https://www.nytimes.com/2022/02/24/world/europe/putin-ukraine-speech.html>.
- Putin, Vladimir. 2022. „Putin blasts West, says world faces most dangerous decade since WW2.” *Reuters - Secțiunea Video*. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://www.reuters.com/world/putin-says-west-is-playing-dangerous-bloody-dirty-game-2022-10-27/>.

- . 2007. „Speech and the Following Discussion at the Munich Conference on Security Policy.” President of Russia. Transcripts, 10 februarie. Accesat ianuarie 21, 2023. <http://en.kremlin.ru/events/president/transcripts/24034>.
- Qiu, X., și D.F.M., Sahami Shirazi, A., Flammini Oliveira. 2017. „Limited individual attention and online virality of low-quality information.” *Nature Human Behaviour* 1.
- Qiu, Xiaoyan. 2017. „Limited individual attention and online virality of low-quality information.” *Nature Human Behaviour*.
- Quandt, Thorsten, Lena Frischlich, Svenja Boberg, and Tim Schatto-Eckrodt. 2019. „Fake News.” *The International Encyclopedia of Journalism Studies* 1-6. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0128>.
- Quattrociocchi, Scala, și Sunstein. 2016. „Echo Chambers on Facebook.” *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=2795110>.
- Raport ONU. 2023. „Report of the Independent International Commission of Inquiry on Ukraine.” Independent International Commission of Inquiry. Accesat aprilie 25, 2023. https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/hrbodies/hrcouncil/coiukraine/A_HRC_52_62_AUV_EN.pdf.
- Rawnsley, Adam. 2021. „Russian internet meme: No, the COVID vaccine can't turn people into chimps.” *Genetic Literacy Project*, 10 septembrie. Accesat august 12, 2021. <https://geneticliteracyproject.org/2021/09/10/russian-internet-meme-no-the-covid-vaccine-cant-turn-people-into-chimps/>.
- Rayome, Alison DeNisco. 2016. „Hackers Attempt DDoS Attacks on Clinton and Trump Campaign Websites Using Mirai Botnet.” *TechRepublic*, 8 noiembrie. <https://www.techrepublic.com/article/hackers-attempt-ddos-attacks-on-clinton-and-trump-campaign-websites-using-mirai-botnet/>.
- Reuters Institute Digital News Report. 2016.
- Rogov, Sergey. 2010. „NATO and Russia: A View from Moscow.” *Politique étrangère*, 107-121. Accesat mai 2, 2022. <https://doi.org/10.3917/pe.hs3.0107>.
- Rollins, Samantha. 2015. „8 Ridiculous Vladimir Putin Publicity Stunts.” *The Week*, 13 Ianuarie. Accesat noiembrie 27, 2022. <https://theweek.com/articles/468096/8-ridiculous-vladimir-putin-publicity-stunts>.
- RSF. 2018. „ONLINE HARASSMENT OF JOURNALISTS - Attack of the trolls.” *Reporters without Borders*. <https://rsf.org/en/news/rsf-publishes-report-online-harassment-journalists>.

- Rusell, A. 2010. „Salon.Com and New-Media Professional Journalism Culture.” În *The Anthropology of News & Journalism: Global Perspectives*, de S. Elizabeth Bird. Indiana University Press.
- Russell, Martin. 2018. *Human development in Putin's Russia - What the data tell us*. Parlamentul European - Briefing. Accesat ianuarie 17, 2023. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI\(2022\)729375_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI(2022)729375_EN.pdf).
- Russian Legal Information Authority. 2022. „Cabinet proposes to classify information on Russia's gold and currency reserves.” *RAPSI*, 10 iunie. Accesat ianuarie 23, 2023. https://www.rapsinews.com/legislation_news/20220610/308015823.html.
- Rysova, Lucia, și Rastislav Kazansky. 2022. „Eurasianism as a geopolitical ideology. Geopolitical consequences of potential Russian Ukrainian Conflict.” *Security Science Journal* 51-62. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://www.securityscience.edu.rs/index.php/journal-security-science/article/view/68/46>.
- Șandru, Florin Daniel. 2019. *Teză de doctorat: Dimensiuni ale populismului în România contemporană*. Cluj-Napoca: Universitatea „BABEȘ-BOLYAI”. Accesat ianuarie 15, 2023. file:///E:/Daria%20COMAN_rezumat_lb_romncuvintechieicuprins_2019-10-30_09_44_10.pdf.
- Sanovich, Sergey. 2017. *Computational Propaganda in Russia - The Origins of Digital Misinformation*. Oxford Internet Institute.
- Sauer, Pjotr. 2022. „Why has the letter Z become the symbol of war for Russia?” *The Guardian*, 7 martie. Accesat septembrie 12, 2022. <https://www.theguardian.com/world/2022/mar/07/why-has-the-letter-z-become-the-symbol-of-war-for-russia>.
- Schmidt, Ana Lucia, Fabiana Zolloa, Michela Del Vicarioa, Alessandro Bessib, Antonio Scalaa, și Guido Caldarellia. 2017. „Anatomy of news consumption on Facebook.” *PNAS* 3035–3039.
- Select Committee on Intelligence United States Senate . 2018. „Report of the Select Committee on Intelligence United States Senate on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 US Election.” 966. Accesat martie 12, 2023. https://www.intelligence.senate.gov/sites/default/files/documents/report_volume5.pdf.

- ShieldSquare.com. 2017. „www.shieldsquare.com.” *Different Types of Bots / What Are Bad Bots / Bot Defenition*. noiembrie. <https://www.shieldsquare.com/what-are-the-different-types-ofbots/>.
- Shifman, L. 2014. *Memes in digital culture*. Cambridge: USA: MIT Press.
- Shore, Jesse, Jiye Baek, și Chrysanthos Dellarocas. 2018. „Network Structure and Patterns of Information Diversity on Twitter.” *MisQuarterly* 42 (3): 849-872. doi:10.25300/MISQ/2018/14558.
- Silverman. 2017. „5 ways scammers exploit Facebook to feed you false information.” *BuzzFeed*, 28 aprilie. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-facebook-is-getting-played>.
- Silverman, C., Lytvynenko, J., și S. Pham. 2017. „These Are 50 Of The Biggest Fake News Hits On Facebook In 2017.” *Buzzfeed News*. https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/these-are-50-of-the-biggest-fake-news-hits-on-facebook-in?utm_term=.dbPXxa3gZ#.nkbyoAe1J.
- Skyrms, Brian. 2010. *Signals: Evolution, Learning, and Information*. Oxford University Press. <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199580828.001.0001/acprof-9780199580828>.
- Snee, H., C. Hine, Y. Morey, S. Roberts, și H. Watson. 2015. „Digital methods as mainstream methodology: an introduction.” În *Digital Methods for Social Science: An Interdisciplinary Guide to Research Innovation*, de H. Snee, C. Hine, Y. Morey, S. Roberts și H. Watson. Londra: Palgrave Macmillan.
- Snegovaya, Maria. 2015. *Putin s Information Warfare in Ukraine*. Insitute for the Study of War. Accesat Noiembrie 2019. <http://understandingwar.org/sites/default/files/Russian%20Report%201%20Putin%27s%20Information%20Warfare%20in%20Ukraine-%20Soviet%20Origins%20of%20Russias%20Hybrid%20Warfare.pdf> .
- Søe, S.O. 2018. „Algorithmic Detection of Misinformation and Disinformation: Gricean Perspectives.” *Journal of Documentation* 74 (2): 309-332. <https://doi.org/10.1108/JD-05-2017-0075>.
- Sorokina, Yanina. 2022. „Explainer: How a Ukrainian Pensioner Became a Pro-War Symbol in Russia.” *The Moscow Times*. Accesat ianuarie 7, 2023. <https://www.themoscowtimes.com/2022/05/04/explainer-how-a-ukrainian-pensioner-became-a-pro-war-symbol-in-russia-a77573>.

- Spitler, Aaron. 2019. *Rewriting the Past, Remaking the Present. Historical Narratives in Russian Disinformation Campaigns*. Global Research Institute. https://www.wm.edu/offices/global-research/projects/pips/white_papers/spitler_final.pdf.
- Stan, Georgiana. 2021. *Teză de doctorat - Rolul mass-media și social media în dezinformare. Studiu de caz: narațiunile dezinformării ruse în România. Implicații asupra mediului de securitate*. București. Accesat ianuarie 12, 2023. www.rei.gov.
- Starostina, Yulia. 2022. „Secret Economy: What Hiding the Stats Does for Russia.” *Carnegie Endowment*, 07 iulie. Accesat aprilie 23, 2023. <https://carnegieendowment.org/politika/87432>.
- Statista Report. 2023. Accesat ianuarie 15, 2023. [tatista.com/statistics/262955/largest-countries-in-the-world/](https://www.statista.com/statistics/262955/largest-countries-in-the-world/).
- Stewart, Leo G., Ahmer Arif, și Kate Starbird. 2018. „Examining Trolls and Polarization with a Retweet Network.” <https://faculty.washington.edu/kstarbi/examining-trolls-polarization.pdf>.
- Strategia Națională de Securitate a Federației Ruse. 2021. Accessed decembrie 12, 2022. https://paulofilho.net.br/wp-content/uploads/2021/10/National_Security_Strategy_of_the_Russia.pdf.
- Suárez-Serrato, Pablo, Margaret Roberts, Clayton Davis, and Filippo Menczer. 2016. „On the influence of social bots in online protests.” *International Conference on Social Informatics* 269-278.
- Sullivan, Margaret. 2017. „It’s time to retire the tainted term ‘fake news’.” *Washington Post*, 8 ianuarie. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html.
- Szwed, Robert. 2016. *Framing of the Ukraine-Russia Conflict in Online and Social Media*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Tajfel, H., și J. Turner. 1979. „An integrative theory of intergroup conflict.” În *The social psychology of intergroup relations*, de S. Worchel & W. G. Austin, 33-47. Monterey: Brooks/Cole.
- Tandoc, E., și colab. 2018. „Defining “fake news” a typology of scholarly definitions.” *Digital Journalism*, 137-153.
- Tandoc, E., Zheng Lim, și Richard Ling. 2018. „Defining ‘Fake News’.” *Digital Journalism* 6 (2): 137-153. doi:<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

- Terren, Ludovic, și Rosa Borge. 2021. „Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature.” *Review of Communication Research* 9: 99-118. Accesat martie 12, 2023. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028>.
- Tucker, Joshua A., Andrew Guess, Pablo Barberá, Cristian Vaccari, Alexandra Siegel, Sergey Sanovich, Denis Stukal, și Brendan Nyhan. 2018. „Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature.” *The William and Flora Hewlett Foundation*. <https://hewlett.org/library/social-media-political-polarization-political-disinformation-review-scientific-literature/>.
- Tworek, Heidi. 2018. „Responsible Reporting in an Age of Irresponsible Information.” *Alliance for Securing Democracy*.
- Umbreș, Radu. 2020. „Cine sunt românii care cred conspirațiile despre coronavirus și de ce.” *RFI România*. 27 octombrie. Accesat noiembrie 1, 2022. <https://www.rfi.ro/asculta-la-rfi-ro-126607-romani-cred-conspiratii-coronavirus>.
- Viner, Katherine. 2016. „How technology disrupted the truth.” *The Guardian*, 12 Iulie.
- Voicu, Marian. 2018. *Fake News, Manipulare, Populism*. București: Humanitas.
- Volkoff, Vladimir. 2009. *Tratat de dezinformare*. București: Antet.
- Volodin, Vyacheslav. 2022. *The State Duma ratified Treaties of Friendship with the Donetsk and Lugansk People's Republics*. Februarie. Accesat februarie 2, 2023. <http://duma.gov.ru/en/news/53516/>.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, și Sinan Aral. 2018. „The spread of true and false news online.” *Science* 1146-1151.
- Wagener, Albin. 2021. „The Postdigital Emergence of Memes and GIFs: Meaning, Discourse, and Hypernarrative Creativity.” *Postdigital Science and Education* 10 (3). doi:10.1007/s42438-020-00160-1.
- Waisbord, Silvio. 2013. *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. John Wiley & Sons.
- Waller, Michael. 2006. „Ridicule as a Weapon.” *The Institute of World Politics*. Accesat octombrie 12, 2022. https://www.iwp.edu/wp-content/uploads/2019/05/20060209_RidiculeasaWeapon2.2.1.pdf.
- Walton, Douglas. 1997. „What is Propaganda, and What Exactly is Wrong with it?” *Public Affairs Quarterly* 11: 383-413. Accesat septembrie 27, 2022. <https://ssrn.com/abstract=2189875>.
- Wardle, C., și H. Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe.

<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>.

- Wardle, C., și H. Derakhshan. 2017. „Understanding and addressing the disinformation ecosystem.”
- Wasike, Ben. 2022. „Memes, Memes, Everywhere, nor Any Meme to Trust: Examining the Credibility and Persuasiveness of COVID-19-Related Memes.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 27 (2). doi:<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab024>.
- Weedon, J., W. Nuland, și A Stamos. 2017. *Information Operations and Facebook. Initial Public Release 1.0*. Facebook Inc. Accesat ianuarie 12, 2023. <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>.
- Wiggins, Bradley. 2017. „Digital Dispatches from the 2016 US Election: Popular Culture Intertextuality and Media Power.” *International Journal of Media and Cultural Politics* 197–205.
- Wither, James K. 2016. „Making Sense of Hybrid Warfare.” *Connections* 15 (2): 73-87. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26326441>.
- Wolton, Thierry. 2022. *KGB-ul la putere. Sistemul Putin*. București: Humanitas.
- . 2022. *Reflecții despre comunism*. București: Editura Humanitas.
- Yamamoto, M., Kushin, M. J., și F. Dalisay. 2017. „Social media and political disengagement among young adults: A moderated mediation model of cynicism, efficacy, and social media use on apathy.” *Mass Communication & Society* 20: 149-168. doi:<https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1224352>.