

# Dinamica dezinformării. Impactul camerelor de ecou în modelarea opiniei publice online din România

*Disinformation Dynamics. Unveiling the Impact  
of Echo Chambers in Shaping Online Public Opinion*

**Drd. Ștefania-Elena STOICA\***

\*Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, București, România

## Abstract

Proliferarea dezinformării și apariția camerelor de ecou în mediul online reprezintă provocări semnificative pentru democrațiile moderne, având un impact direct asupra opiniei publice și asupra comportamentelor sociale. Studiul prezent se concentrează pe analiza unui grup Facebook, centrat în jurul unei figuri politice proeminente din România, cu 93.800 de membri și cu o medie de zece postări zilnice. Folosind tehnici avansate de "machine-learnig" (învățare automată), precum și de "hate speech-detection" (detectarea discursului negativ) prin intermediul IA (inteligentă artificială), cercetarea evidențiază crearea sistematică a camerelor de ecou ca mediu propice fenomenului de amplificare a dezinformării. Rezultatele demonstrează impactul major pe care camerele de ecou online îl au asupra opiniei publice și subliniază nevoia de a menține integritatea informațiilor în mediile digitale. Studiul prezintă importanță atât pentru oamenii de știință, cât și pentru factorii de decizie politică și practicienii din mass-media sau social media, indicând o nevoie critică de a aborda provocările curente, reprezentate de fenomenul de dezinformare și de efectele camerelor de ecou din mediul online.

*The proliferation of misinformation and the emergence of echo chambers in the online environment pose significant challenges to modern democracies, directly impacting public opinion and social behaviors. This study focuses on the analysis of a Facebook group centered around a prominent Romanian political figure, boasting 93,800 members and averaging ten daily posts. Using advanced machine learning and AI-based hate speech detection, the study uncovers systematic echo chamber construction and the amplification of misinformation. The findings emphasize the influence of online echo chambers on public opinion and underscore the need to maintain information integrity in the media landscape and communication. This research has important implications for scholars, policymakers, and media practitioners, indicating the critical need to address the challenges posed by misinformation and echo chambers in the online environment.*

### Cuvinte-cheie:

dezinformare; cameră de ecou; prejudecăți cognitive; bulă de filtrare;  
polarizare; manipularea știrilor false; rețele sociale.

### Keywords:

disinformation; echo chamber; cognitive biases; filter bubble;  
polarizing; fake-news manipulation; social networks.

### Info articol

Primit: 31 ianuarie 2024; Evaluat: 18 februarie 2024; Acceptat: 18 martie 2024; Disponibil online: 5 aprilie 2024

Citare: Stoica, Ș.E. 2024. „Dinamica dezinformării. Impactul camerelor de ecou în modelarea opiniei publice online din România.”

*Buletinul Universității Naționale de Apărare „Carol I”*, 13(1): 60-77. <https://doi.org/10.53477/2065-8281-24-04>



© Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”

Articol cu acces deschis distribuit în conformitate cu termenii și condițiile licenței Creative Commons Attribution (CC BY-NC-SA)

În era informației digitale, camerele de ecou se formează cu precădere în cadrul rețelelor sociale online și reprezintă un mediu propice polarizării grupurilor sociale prin capacitatea oferită de acestea pentru o interacțiune mult mai selectivă a utilizatorilor cu diferite persoane sau surse de informare care promovează un anumit tip de conținut. Acest fenomen se subscrie modului în care credințele sunt exacerbate sau întărite prin comunicare și repetare într-un sistem închis (Ciampaglia, Menczer și [TheConversationUs 2018](#)). Înrădăcinarea dezinformării este de cele mai multe ori facilitată de exploatarea prejudecăților cognitive, creându-se astfel o buclă care se auto-perpetuează, aducând cu sine o îngreunare a gândirii critice și discursurilor informale ale indivizilor (Donis 2021).

Deși conceptul camerei de ecou nu este unul nou, iar acesta nu apare doar în mediul online, termenul a fost, inițial, folosit de Eli Pariser, pentru a descrie un proces de filtrare a datelor de către site-uri web prin „crearea unui univers unic informațional” personalizat pentru fiecare utilizator (Pariser 2011, 10). Unul dintre cele mai mari pericole pe care le prezintă acest proces de filtrare este auto-intoxicarea sau îndoctrinarea oamenilor cu propriile idei, prin expunerea acestora în mod repetat doar la materiale și informații familiare, concomitent cu excluderea acelor date care contrazic credințele sau părerile acestora (Pariser 2011, 13).

Dezinformarea apare în mod recurent în așa-zisele camere de ecou, întrucât aceste medii izolate oferă un teren fertil pentru diseminarea deliberată a informațiilor false sau înșelătoare („fake-news”) către un public țintă, caracterizat printr-o capacitate scăzută de a pune la îndoială sau de a examina critic o informație, aspect datorat prejudecăților cognitive (Ceron și de-Lima-Santos 2023, 61-90). Potrivit unui studiu, realizat de Asociația Americană de Psihologie, campaniile de dezinformare manipulează prejudecățile cognitive pentru a modela percepțiile sociale prin prezentarea de informații care se aliniază cu credințele umane, confirmând astfel concepțiile și judecățile eronate ale acestora. Când anumite persoane sunt expuse, inițial, la informații false, acestea devin un punct de referință de la care indivizilor le este dificil să se abată. În plus, în camera de ecou gândirea de grup exacerbează lipsa controlului critic, deoarece opinia unanimă a grupului suprimă disidența și încurajează acceptarea dezinformării ca adevăr (Nisbet și [Kamenchuk 2019](#), 65-82). Un alt studiu, efectuat la Harvard Kennedy School, privind dezinformarea a constatat că acțiunile specifice acesteia pot exploata prejudecățile cognitive, cum ar fi biasul confirmării, părtinirea disponibilității și efectul adevărului iluzoriu în manipularea opiniei publice (Murphy și alții 2023). Cu alte cuvinte, într-o cameră de ecou online în care aceleași idei se repetă frecvent, dezinformarea poate prinde rădăcini și se poate amplifica, profitând de anumite credințe eronate ale indivizilor și validând ideile acestora mai puțin veridice.

## Cercetare

*Această cercetare își propune să investigheze măsura în care algoritmi din social media pot facilita formarea camerelor de ecou, precum și modalitatea în care unii actori*

*de pe scena politică exploatează aceste platforme în scopul răspândirii dezinformării, respectiv obținerii unor câștiguri financiare sau de capital politic. Acești actori folosesc tehnici sofisticate pentru a putea manipula prejudecățile cognitive ale grupurilor sociale, creând un ciclu în care indivizii devin complici la propagarea dezinformării, prin nevoile acestora de afirmare și de apartenență la un grup. În timp, camerele de ecou devin autosusținute, aspect evidențiat de faptul că membrii grupului se angajează din ce în ce mai mult în comportamente selective de căutare a informațiilor, consolidându-și credințele preexistente. Prin identificarea elementelor care ajută la formarea și exploatarea camerelor de ecou, acest studiu oferă noi perspective asupra modului în care platformele de comunicare socială pot fi eficient orientate către acțiuni de reducere a dezinformării online (Barberá 2020, 34-35).*

### **Analiza literaturii de specialitate**

Acest studiu se bazează pe cercetările anterioare ale fenomenului camerelor de ecou, respectiv dezinformarea și prejudecățile cognitive, în scopul de a examina modul în care opinia publică online este manipulată, inclusiv prin intermediul algoritmilor personalizați ai platformelor sociale. Prin analizarea teoriei bulelor de filtrare dezvoltate de Eli Parizer, în 2011, a legii polarizării grupurilor propuse de Cass Sunstein, în 1999, și prin încorporarea unor perspective din lucrarea „Propaganda în rețea”, elaborată de Yochai Benkler și alți autori, în 2018, acest studiu aduce în discuție noi abordări ale acestor manifestări.

Algoritmii personalizați din platformele sociale contribuie la consolidarea camerelor de ecou prin generarea unor cicluri de feedback care mențin și întăresc convingerile deja existente ale utilizatorilor. Acest fenomen este accentuat și mai mult de modul în care algoritmii platformelor online sunt configurați pentru a menține utilizatorii angrenați. Ally Daskalopoulos et al. (2021) au remarcat, în Raportul Camerei Regionale Detroit, faptul că o mare parte dintre consumatorii de știri online interacționează adesea cu știri false și răspândesc la rândul lor informații neverificate, contribuind astfel la fenomenul de polarizare politică și dezinformare. În acest sens, existența camerelor de ecou în mediul platformelor digitale poate avea consecințe semnificative asupra discursului public și polarizării societății. Acestea restricționează accesul la informații alternative sau noi, la păreri contradictorii sau dezincriminate, aducând atingere proceselor democratice (Garrett 2009, 265-285; Woolley și Howard 2016; Lewandowsky, Ecker și Cook 2017, 353-369).

Contrar sugestiilor lui Axel Bruns (2019), care susțin faptul că utilizatorii pot interacționa în mediul online cu o gamă mai variată de conținut decât este sugerat în teoriile „bulelor de filtrare”, majoritatea cercetărilor subliniază importanța expunerii selective și a prejudecății de confirmare (biasuri cognitive) în fenomenul de divizare a societății în grupuri opuse sau distincte (Cinelli și alții 2021).

Acest studiu aduce în prim-plan procesul prin care dezinformarea se înrădăcește în conștiința umană. Astfel, conform cercetărilor lui Diaz Ruiz și Nilsson (2023),

dezinformarea se răspândește mai ales prin aprofundarea nemulțumirilor, bazate pe conceptele de identitate și credințe sau valori. Cercetarea acestora se concentrează pe o singură cameră de ecou, formată în cadrul platformei online YouTube, prin intermediul căreia este promovată ideea eronată că pământul este plat. Aceștia reușesc să arate modul în care retorica dintr-un mediu online joacă un rol crucial în răspândirea dezinformării. Tehnicile și acțiunile de manipulare care exploatează credințele și valorile legate de identitatea culturală și religioasă nu sunt singurele mijloace de a atrage indivizii în camere de ecou. Un alt studiu asupra societății americane a constatat că emoțiile generate de titlurile știrilor false joacă un rol semnificativ în răspândirea și viralizarea acestor știri. În general, participanții la studiu au fost mai dispuși să acorde credibilitate titlurilor de știri care corespundeau convingerilor lor. În același timp, au fost mai puțin dispuși să accepte știrile care le-au stârnit emoții negative puternice și care nu se potriveau cu valorile lor politice. O concluzie poate fi aceea că dezinformarea este concepută pentru a afecta latura emoțională a publicului, nu numai cea cognitivă, folosindu-se de canalele de comunicare predominante în era digitală de astăzi – mediul online.

Conform cercetării efectuate de Dag Wollebæk și de colaboratorii săi în 2019, s-a constatat că dezinformarea exercită o influență semnificativă asupra emoțiilor. Acest studiu a relevat că frica și furia sunt cele mai puternice emoții, asociate campaniilor de dezinformare în mediul online, mai ales în context politic. Studiul a analizat societatea din Norvegia, în anul 2017, și a descoperit că persoanele care experimentează emoții specifice fricii sunt mai deschise la dezbateri, atât în favoarea, cât și împotriva convingerilor proprii. Aceasta conduce la o intensificare a căutării de informații, în special din perspective opuse, îmbunătățind astfel calitatea și cantitatea informațiilor colectate. Frica și anxietatea determină, de asemenea, persoanele să pună sub semnul întrebării fapte și evenimente specifice. Pe de altă parte, furia face ca oamenii să se bazeze pe indicii euristice și rutine existente, diminuând astfel interesul pentru căutarea de noi informații. Aceasta conduce la un comportament de căutare a acțiunilor cu un grad crescut de risc și poate intensifica raționamentul părtinitor în sfera politică, conducând la formarea camerelor de ecou.

Studiul abordează domenii insuficient investigate în contextul social din România, referitoare la formarea camerelor de ecou și la proliferarea dezinformării. Acest fapt subliniază necesitatea unei cercetări extinse asupra modului în care subiectele din anumite rețele sociale care înregistrează un câștig mare de popularitate într-un interval de timp scurt afectează implicarea utilizatorilor și pot conduce la modificarea convingerilor sau valorilor acestora. Se remarcă oportunitatea de a investiga cum utilizatorii pot fi supuși unor schimbări cognitive, mai ales în contextul dezinformării, respectiv modul în care aceștia stabilesc un echilibru între răspunsurile emoționale și cele raționale și între informațiile veridice și cele înșelătoare. Profunzimea cercetărilor referitoare la aceste dinamici în literatura de specialitate argumentează în favoarea unei explorări suplimentare.

Mai mult, fenomenul cunoscut sub denumirea de postare repetitivă și efectul „măimuuță zburătoare”, care nu a fost încă suficient explorat, merită o atenție sporită. Acest termen, utilizat în sens metaforic, ilustrează modul în care membrii unui grup din camerele de ecou contribuie la răspândirea și întărirea dezinformării. Astfel, narațiunile false pot deveni virale și pot persista, indiferent de lipsa lor de acuratețe. Este esențială înțelegerea mult mai profundă a impactului acestor fenomene digitale asupra realităților din viața reală, cu accent deosebit asupra repercusiunilor negative în societatea românească.

## Culegerea datelor

Studiul de față vizează analiza unui grup de Facebook din România, evidențiind fenomenul de extremism și divizare, observat a fi în creștere atât în țările Uniunii Europene, cât și la nivel global. Platformele online, mai ales rețelele sociale, au devenit medii fertile răspândirii extremismului politic și polarizării. Acest fenomen este amplificat de algoritmi care personalizează conținutul, conform preferințelor utilizatorilor, favorizând astfel formarea camerelor de ecou. În aceste spații, indivizii sunt izolați în bule informaționale, expuși doar la informații care consolidează convingerile lor inițiale. Conform organizațiilor precum OpenDemocracy, în țări precum România s-a constatat o creștere alarmantă a extremismului și polarizării politice, fenomen care devine din ce în ce mai vizibil în camerele de ecou online. Această creștere a polarizării subliniază o diviziune ideologică accentuată, reflectată prin decalajul digital.

Un exemplu relevant al tendințelor extremiste în România este reprezentat de o persoană care a devenit notorie pentru retorica și comportamentul său extremist, mai ales în timpul pandemiei. Această persoană a exprimat opoziție față de restricțiile impuse de autorități pentru stoparea răspândirii virusului COVID-19 și a adoptat o poziție vocală antivaccinare. Cu o prezență puternică pe platforme de socializare precum Facebook, unde participă activ în diverse grupuri sau pagini, acest caz evidențiază manifestarea extremismului online și impactul său semnificativ asupra societății românești.

Studiul inițial a explorat grupuri de Facebook care promovau perspectivele asociate cu această persoană, ulterior postările fiind extrase prin observare directă. Procesul de selecție a vizat identificarea celor mai semnificative și proeminente grupuri, concentrându-se, în final, pe un singur grup cu 93.800 de membri și o medie de zece postări pe zi (cel mai relevant și actual în termeni de postări, asociate cu această persoană). Colectarea manuală a datelor a avut loc pe parcursul unui an, din ianuarie până în decembrie 2023, permițând o analiză detaliată a discursului grupului și oferind o înțelegere profundă a situației actuale, în special în contextul alegerilor anticipate din România din 2024.

## Metode de analiză

Studiul aplică o combinație de metode computaționale avansate, precum Alocarea Dirichletului Latent (LDA), Procesarea Limbajului Natural (NLP), Recunoașterea Entității Numite (NER) și învățarea automată, alături de tehnici analitice manuale, pentru a furniza o analiză exhaustivă a dinamicii dintr-o cameră de ecou ([Akhtar și alții 2023](#), 633-657). Prin adoptarea unei abordări multifacetate, cercetarea se apleacă asupra complexității utilizării limbajului, difuzării dezinformării și a modelelor de angajare în rețelele sociale. În cadrul studiului, am aplicat un proces de modelare tematică, unde LDA sau algoritmi similari sunt folosiți pentru a identifica și a clasifica principalele teme și subiecte din postările de pe rețelele sociale, oferind o bază pentru înțelegerea narațiunilor predominante.

De asemenea, studiul integrează o componentă de extracție a caracteristicilor, care implică identificarea și analiza mențiunilor specifice despre persoane, locuri și instituții, folosind, în principal, NER, un instrument crucial din cadrul NLP, pentru a clasifica și a organiza elementele esențiale din textele analizate.

Mai mult, studiul acordă o atenție crescută și analizei limbajului emoțional și manipulativ. Acesta presupune examinarea textului pentru a identifica acele componente ale limbajului care au fost concepute să evoce răspunsuri emoționale sau să manipuleze anumite percepții, proces îmbunătățit prin algoritmi de analiză a sentimentelor și prin instrumente de tip NLP ([He, Hu și Pei 2023](#)). În plus, studiul analizează frecvența postărilor, gradul de implicare (*„engagement”*) și momentul publicării acestora. Acest lucru implică utilizarea unor tehnici de analiză statistică, precum și vizualizarea datelor pentru a înțelege frecvențele sau modelele de activitate, respectiv angajamentul utilizatorilor în cadrul camerei de ecou.

În continuare, am dezvoltat o matrice pentru analiza textelor de dezinformare, inspirându-mă din analize detaliate ale literaturii de specialitate, din studii dedicate dezinformării și din experiența proprie cu materiale din campanii de dezinformare. Această matrice oferă un cadru structurat pentru evaluarea sistematică a unui număr mare de texte sau mesaje, subliniind, totodată, că, deși eficientă, metodologia poate fi încă perfecționată, reprezentând un domeniu activ de cercetare. Metodologia structurată urmărește reducerea interpretărilor subiective prin aplicarea unor criterii obiective, și facilitează compararea rezultatelor, consolidând principiile cercetării științifice. Din perspectiva naturii complexe și polivalente a dezinformării, matricea permite o analiză multidimensională, oferind cercetătorilor instrumentele necesare explorării în detaliu a unor aspecte, precum utilizarea limbajului, fiabilitatea surselor și coerența informațiilor. Această abordare cuprinzătoare asigură o înțelegere profundă a complexității fenomenului de dezinformare, evidențiind importanța unui cadru structurat în analiza acestui tip de conținut.

<b>Criterii privind dezinformarea</b>	<b>Criterii explicative</b>
Limbaj emoțional și senzaționalist	Autorul folosește un limbaj încărcat emoțional sau senzațional pentru a provoca răspunsuri emoționale
Denaturarea faptelor sau a contextului	Prezentarea unor informații inexacte sau scoase din context
Apel la frică și urgență	Utilizarea temerilor și crearea unui sentiment de urgență
Lipsa dovezilor credibile	Absența sprijinului din surse credibile
Credibilitatea îndoielnică a sursei	Bazarea pe surse cu credibilitate îndoielnică
Inconsecvențe factuale	Prezența contradicțiilor în conținut sau cu fapte
Contradicția înțelegerii stabilite	Abaterea semnificativă de la cunoștințele acceptate pe scară largă, fără dovezi substanțiale
Retorica polarizantă „noi vs. ei”	Folosirea limbajului divizator pentru a crea un sentiment de grup și de grup opus
Generalizarea excesivă și stereotipizarea	Folosirea generalizărilor și stereotipurilor
Informații selective sau omise	Omiterea informațiilor critice sau prezentarea selectivă a faptelor
Manipularea citatelor sau surselor	Modificarea citatelor sau surselor pentru a induce în eroare
Lipsa de transparență în aprovizionare	Nedezvăluirea surselor și ascunderea originii informațiilor
Logică sau argumentare inconsecventă	Folosirea argumentelor bazate pe raționamente eronate sau pe logică inconsecventă
Utilizarea elementelor vizuale neverificate sau false	Bazarea pe elemente vizuale neverificate sau dovedit false
Titluri hiperbolice sau provocatoare	Folosirea titlurilor exagerate sau provocatoare
Opinie prezentată ca fapt	Prezentarea opiniilor ca și cum ar fi informații
Anacronism	Referirea la evenimente sau contexte inexacte pentru a induce în eroare
Erori logice	Utilizarea raționamentelor care conțin erori logice

**Figura 1 Matricea dezinformării**

## Constatări

În etapa următoare, am efectuat o analiză detaliată a datelor extrase. Această colecție extinsă de date a inclus informații, precum: data postării, conținutul mesajelor, profilurile utilizatorilor, conexiunile în rețeaua socială, feedback-ul primit, gradul de interacțiune și alți identificatori unici. Această analiză a permis și evidențierea diferitelor narațiuni, discursuri de ură, utilizarea limbajului emoțional, exprimarea sentimentelor negative și folosirea tehnicilor de amplificare în cadrul postărilor din grupul de Facebook. Cu toate acestea, trebuie să menționez faptul că, pentru a înțelege pe deplin baza narațiunilor subsumate unor potențiale mesaje de dezinformare, a fost realizată și o analiză calitativă a conținutului mesajelor prin examinarea temelor principale ale unui text, precum și a ideologiilor și elementelor retorice utilizate în postări. În urma acestor analize, s-au reliefat următoarele tipare specifice de manipulare, amplificare și polarizare în cadrul camerelor de ecou și dezinformare:

### *a) Crearea unui sentiment de comunitate și apartenență*

Am observat că folosirea limbajului incluziv a avut un impact semnificativ în promovarea unui sentiment de comunitate și apartenență în cadrul grupului. Cuvinte precum „noi”, „împreună” împreună cu hashtaguri, precum #solidaritate, #Împreună, #Comunitate, subliniază o identitate comună între membrii grupului. De asemenea, hashtaguri precum #TradițiaNeDefinește, #SchimbareaDeCareAvemNevoie, #ErouAlNostru, #unire, #RespectPentruCulturaNoastră întăresc acest sentiment,

oamenii identificându-se cu grupul și prin prisma valorilor comune. Limbajul utilizat nu doar consolidează sentimentul de a face parte dintr-un grup distinct și unitar, atrăgându-i pe cei care caută un sentiment de apartenență, ci și joacă un rol semnificativ în conturarea identității sociale.

Această abordare are și un impact semnificativ asupra modelării identității sociale. Utilizarea narațiunilor de tip „noi/ei” afectează aspecte psihologice cheie, cum ar fi identitatea socială, favoritismul în grup și derogarea față de ceilalți.

În anumite contexte, răspândirea informațiilor false într-o cameră de ecou poate avea consecințe grave, precum exacerbarea polarizării în cadrul grupului și consolidarea percepțiilor negative față de grupurile externe. Potrivit lui Sunstein, platformele de socializare pot acționa adesea ca niște camere de ecou, promovând un sentiment de identitate de grup și încurajând utilizatorii să caute informații care se aliniază credințelor lor, ignorând alternativele (Sunstein 1999).

#### ***b) Mesajele repetitive***

În contextul dezinformării și creșterii rapide a camerelor de ecou, grupul pe care l-am analizat oferă un exemplu semnificativ. Acesta a fost înființat la data de 25 octombrie 2021 și a înregistrat o creștere accelerată de noi membri (aproximativ 100.000 de membri în doar 2 ani). Numai în ultima săptămână a perioadei de studiu, grupul a adăugat 174 de noi membri, cu o creștere medie zilnică de aproximativ 130 de membri. Această rată de creștere în continuă ascensiune indică influența și extinderea grupului.

De asemenea, se remarcă faptul că, doar într-un singur an (2023), postările din grup au generat peste 700.000 de reacții (aprecieri), aspect ce reflectă un nivel semnificativ de implicare din partea membrilor săi. Acest model de creștere rapidă și de implicare crescută este caracteristic camerelor de ecou, unde mesajele repetitive și conținutul direcționat pot atrage și menține rapid audiența, amplificând astfel răspândirea și impactul dezinformării.

Pe lângă activitățile online, implicarea formatorului de opinie în evenimente publice, precum și sensibilizarea comunității prin participarea activă la acțiuni în lumea reală, sunt aspecte care au contribuit la creșterea grupului în mediul online. Această interacțiune între activitățile offline și implicarea online a dus la extinderea acoperirii sociale a grupului și la consolidarea influenței sale în România atât în mediul digital, cât și în cel real.

#### ***c) Consolidarea unei identități comune***

Camerele de ecou folosesc adesea un limbaj care întărește percepția unei identități de grup unificate, mutând accentul de la indivizi la colectivitate. Această identitate comună este construită în jurul unor convingeri, opinii sau ideologii, servind ca o forță de unificare puternică în cadrul grupului. De exemplu, formatorul de opinie vorbește într-o postare despre grupul pe care îl reprezintă și despre susținătorii din mediul online astfel: „*spiritul nostru #patriotic rămânem hotărâți în #război cu încercările de import ale #obiceiurilor străine care nu au legătură cu identitatea noastră #națională. #Halloween, o tradiție originară din Irlanda, încearcă să pătrundă în cultura noastră. Această sărbătoare păgână a fost adoptată în multe țări ca o formă de*



*divertisment, dar noi suntem hotărâți să respingem influențele străine care amenință să ne distrugă tradițiile autentice (...)*. În continuare, reafirmarea identității naționale este evidentă, deoarece situația este prezentată ca un „război” împotriva obiceiurilor străine, subliniind importanța menținerii unei identități românești distincte. Cu toate că nu este menționat explicit în această parte, mesajul general al postării pledează pentru celebrarea tradițiilor românești și respingerea celor străine, întărind ideea că obiceiurile naționale sunt parte integrantă a identității grupului. Postarea poziționează emițătorul ca apărător al identității naționale împotriva obiceiurilor străine, creând o poveste de protecție și rezistență care întărește coeziunea și unitatea grupului. Folosirea termenilor precum „#război” și accentuarea „spiritului nostru patriotic” servesc ca un apel la acțiune, pentru susținători, să se mobilizeze în jurul cauzei menținerii identității naționale, consolidând și mai mult identitatea comună a grupului.

#### **d) Reducerea receptivității vizavi de punctele de vedere opuse**

Într-o altă postare, persoana publică face afirmații referitoare la o altă personalitate, potrivit cărora aceasta „îi îndeamnă pe tineri să nu mai plece peste hotare: «Vă încurajez să vă proiectați un viitor în România»”, comentariile membrilor grupului indicând în mare parte o puternică dezaprobare și cinism față de încurajarea tinerilor de către alt formator de opinie față de cel simpatizat de a rămâne în România. Mulți comentatori văd acest lucru ca pe un gest nesincer sau manipulator. Această uniformitate a sentimentului și lipsa contraargumentelor vizibile sau a perspectivelor diverse sugerează un efect de cameră de ecou, în care predomină un singur punct de vedere, iar opiniile divergente sunt fie absente, fie respinse. Unele dintre mesaje includ:

- *Ristea D.\**: „Da, stați în țară dragi tineri, că au nevoie de carne de tun.” Acest comentariu exprimă cinism față de tinerii care rămân în România, sugerând că este nevoie de ei doar ca resurse consumabile, implicând o lipsă de preocupare reală pentru bunăstarea lor.
- *Monica P.\**: „Pleacă, trădătorule! Vrei carne de tun?!” Reiterând un sentiment similar, prin acest comentariu, autorul etichetează personalitatea publică neîndrăgită drept „trădător” și îl acuză că dorește ca tinerii să fie „carne de tun”, indicând o profundă neîncredere și o percepție negativă.
- *Rodica I.\**: „Să îi trimiți în război nemernicule... al globaliștilor.” Acest comentariu intensifică și mai mult sentimentul negativ, acuzând o altă personalitate publică de faptul că trimite tinerii la război și se aliniază cu globaliștii, reflectând o neîncredere și ostilitate adânc înrădăcinate.

Când identitatea de grup se împletește cu credințe sau ideologii specifice, orice provocare la adresa acestora se simte ca un atac personal asupra grupului și, prin extensie, asupra individului.

#### **e) Folosirea frecventă a limbajului negativ**

Utilizând instrumentul de analiză a matricei de dezinformare (exemplificat în Figura 2), am constatat că o proporție semnificativă a limbajului folosit în camera de ecou, reprezentând 47,25% din mesaje, are un caracter negativ, instigator la ură sau manipulator. Acest nivel ridicat de negativitate este deosebit de important,

în contextul camerelor de ecou, din mai multe motive. În primul rând, aceasta consolidează convingerile comune ale membrilor grupului, promovând un puternic sentiment de unitate împotriva grupurilor percepute ca fiind diferite sau împotriva ideilor contrare. Acest lucru se realizează adesea prin conturarea unei dinamici clare de tipul „noi versus ei”. În al doilea rând, limbajul negativ stârnește reacții emoționale mai intense, în comparație cu limbajul neutru sau pozitiv, ceea ce conduce la creșterea angajamentului în cadrul camerei de ecou. Această reacție emoțională sporită poate întări și mai mult convingerile membrilor. În cele din urmă, negativitatea prezentă în camerele de ecou contribuie la polarizarea și radicalizarea opiniilor, deoarece crește rezistența membrilor la informații externe sau la puncte de vedere alternative. Prezența semnificativă a cuvintelor negative, așa după cum rezultă din analiza realizată, subliniază rolul limbajului emoțional și divizibil în modelarea dinamicii din camerele de ecou.

#### ***f) Comunicarea spontană și emoția puternică***

În analiza modelelor de comunicare ale camerei de ecou, am constatat folosirea semnificativă a limbajului manipulator, identificând 2.076 de cuvinte sau expresii (uneori repetate) în diferite postări. Acest limbaj manipulator include termeni și sintagme, precum „șocant”, „brutal”, „limitat”, „cenzură”, „șocat”, „devastatoare”, „incendiară”, „limitări impuse”, „un eveniment pe care nu-l puteți rata”, „mințit”, „manipulare totală”, „armă”, „profiluri false”, „știri false”, „insulte”, „niciodată nu mai îndrăznești”, „haos”, „tragedie”, „tristă”, „devastatoare”, „suferă”, „demisia”, „esențială”, „vanzătorii”, „gâtul nostru”, „acuză” și „ăștia” ș.a.m.d. Aceste cuvinte și expresii manipulative, care conțin declanșatori emoționali, sunt frecvent utilizate în cadrul grupului pentru a influența opiniile și emoțiile publicului. O analiză mai detaliată a 825 de postări arată că, în medie, fiecare postare sau mesaj conține aproximativ 5,78 cuvinte manipulative, demonstrând dependența grupului de limbajul persuasiv pentru a modela opinii și emoții. Cuvintele manipulative identificate, așa după cum se observă în fraze, precum „Demiterea lui Arafat, arestarea și condamnarea lui pe viață pt genocid”, „Pentru a nu spune adevărul, mi-au interzis să vorbesc” și „Manipularea DNA, filmări plătite la comandă și scoase din context”, sunt concepute pentru a evoca reacții emoționale puternice și pentru a forma opinii. Acest lucru demonstrează uzitarea limbajului încărcat emoțional pentru a influența și a manipula cititorii sau publicul. În plus, comunicarea în cadrul acestor camere de ecou se caracterizează prin spontaneitate. Acest lucru este exemplificat prin folosirea frecventă a cuvintelor licențioase și a semnelor de exclamație, a cuvintelor capitalizate, care acționează ca „markeri” ai emoțiilor puternice și ai stărilor de excitație sporite. Într-un astfel de mediu polarizat, aceste expresii ale emoțiilor indică adesea fie un acord puternic, fie un dezacord vehement față de credințele și prejudecățile comune predominante în cadrul grupului.

În plus, prezența cuvintelor vulgare sau licențioase în discursul grupului indică un stil de comunicare mai puțin formal, dar mai pasional și, uneori, agresiv (Wollebæk și alții 2019). În mediile hiperpartizane, o astfel de utilizare a cuvintelor servește adesea unor scopuri duble: exprimarea emoțiilor intense, cum ar fi furia sau disprețul, în special față de opiniile sau grupurile opuse, și consolidarea unității

în interiorul grupului împotriva adversarilor. Această caracteristică lingvistică contribuie la atmosfera încărcată și adesea controversată a camerei de ecou. În mod similar, folosirea semnelor de exclamație amplifică intensitatea emoțională a unui mesaj. În plus, semnele de exclamație pot spori rezonanța emoțională a mesajelor, făcându-le să pară importante și să devină memorabile.

**g) O dinamică crescută a subiectelor abordate în cadrul aceleiași camere de ecou**  
 (Figura 2)

Această dinamică în abordarea cât mai diversificată a unor subiecte servește mai multor scopuri: în primul rând, atrage subiecți din medii diverse și cu interese diferite, și în al doilea rând, joacă un rol crucial în modificarea percepțiilor. Camera de ecou analizată manipulează eficient percepțiile membrilor săi prin trecerea rapidă de la un subiect la altul, schimbând astfel stările lor emoționale și cognitive. Această tactică este insidioasă, deoarece nu permite creierului suficient timp pentru a se adapta de la procesarea conținutului emoțional la gândirea rațională.

Astfel, discuțiile analizate acoperă o gamă largă de subiecte care răspund diverselor interese și credințe ale publicului. Categoriile precum „Probleme sociale”, „Cultura și identitate românească”, „Media și comunicare”, „Politică”, „Naționalism”, „Religie și stil de viață” servesc drept instrumente practice pentru a menține membrii implicați și activi în cadrul camerei de ecou. Cu toate acestea, este important să observăm tehnica de manipulare, în care un fapt neutru este validat, înainte de a trece subtil la dezinformare și discurs de ură. Această schimbare continuă face dificilă capacitatea membrilor de a discerne schimbarea veridicității conținutului, rezultând astfel un răspuns emoțional din partea acestora, cu privire la date manipulate sau false.

Categorii	Categorizarea hashtagurilor – modelare NLP
Probleme sociale	#CopiiiSuntViitorul, #oameni, #părinți, #Comunitate, #grădiniță, #școală, #sociale, #Împreună, #solidaritate, #binele, #respect, #drepturile, #justiție, #doaradevăru, #drepturi, #amintire, #înțelegere, #recunoștință, #adevăr, #toleranță, #hotărâți, #speciale, #TraficulDeDroguri, #ConfidențialitateFinanciară, #LibertateEconomică, #SchimbareaDeCareAvemNevoie, #pace, #incompetență, #nurăzboi.
Cultura și identitatea românească	#decembrie, #TradițiaNeDefinește, #Datini, #istoric, #OrașulCuInimăVeche, #tebea.
Media și comunicare	#DezvăluiriCuImpact, #tiktok, #televiziuni, #socialmedia, #știri, #facebook, #televiziune, #tipografie, #dezvăluiri, #ziare, #informație, #actual, #live, #instagram, #vocea, #dezbateră, #Laudatium.
Politică	#SchimbareaDeCareAvemNevoie, #pace, #incompetență, #nurăzboi, #șiesuntvoluntar, #sosromânia, #DemisieArafat, #raedarafata, #ResponsabilitateSauDemisie, #uk, #canada, #germania.
Naționalism	#Conștiință, #bucovina, #RomâniaReală, #patriotism, #țară, #națiune, #patriot, #bunderomânia, #ErouAlNostru, #român, #române, #demnitate, #unirea, #istorie, #distrugă, #românia, #unire, #independent.
Religie	#mihail, #sfânt, #ÎngeriiPăzitori, #cer.
Stil de viață	#iubire, #poet, #carte, #simpozion, #viață, #cântece, #dramaturg, #viitorul, #MoștenireLiterară, #RespectPentruCulturaNoastră.

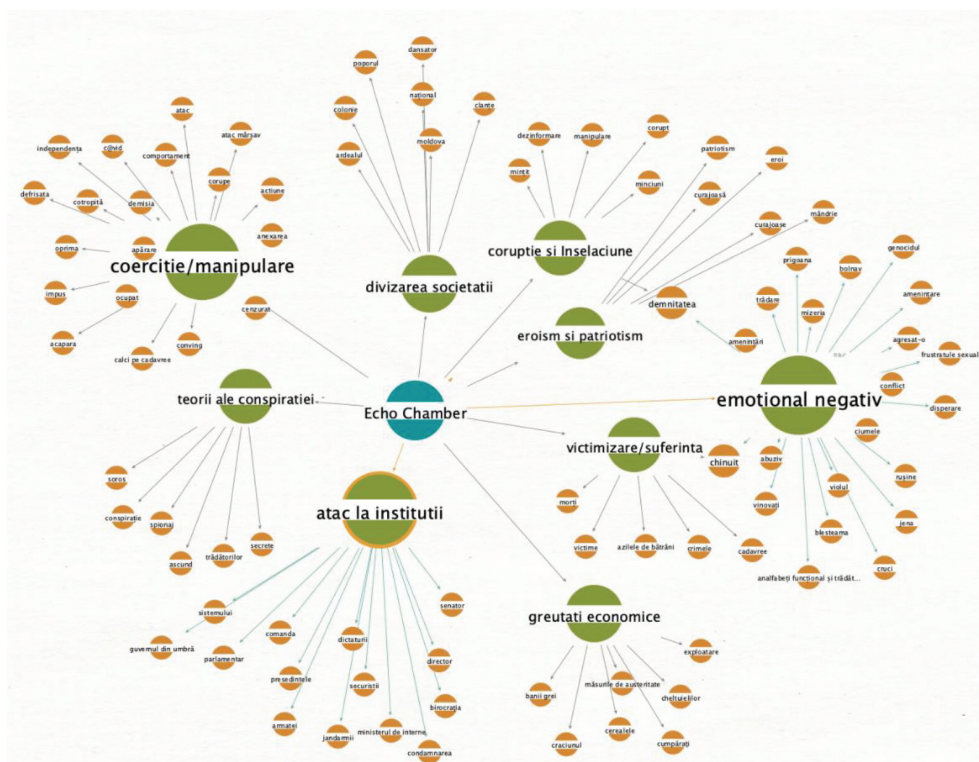
**Figura 2** Schimbarea rapidă a subiectelor printre mai multe mesaje de ură și conspirație

Studii, cum ar fi cel realizat de Institutul Reuters pentru Studiul Jurnalismului, au arătat că oscilația constantă între diferite subiecte, stări emoționale și raționale subminează capacitatea indivizilor de a evalua critic informațiile prezentate, ducând la o acceptare treptată a dezinformării ca adevăr (Brennen 2019). Acest fenomen evidențiază strategiile sofisticate ale camerelor de ecou, de a manipula opiniile și credințele. Un alt studiu, realizat de Harvard Kennedy School, a constatat că majoritatea utilizatorilor obișnuiți de internet la nivel global își fac griji cu privire la dezinformare, grupurile tinere și cu venituri mici exprimând cele mai înalte niveluri de îngrijorare (Knuutila, Neudert și Howard 2022).

**h) Utilizarea unui spectru larg de teme negative pentru a influența membrii** (Figura 3)

Variația amplă de categorii negative utilizate în postările camerei de ecou reflectă o strategie sofisticată de a implica membrii la diferite niveluri emoționale și intelectuale. Această strategie consolidează coeziunea internă a camerei de ecou și are impact asupra dinamicii societății, în ansamblu, contribuind la polarizare, dezinformare și la subminarea discursului public.

Prevalența unor categorii care includ conotații negative, calomnie, discriminare, bigotism și opresiune indică o abordare deliberată de a provoca reacții emoționale puternice, adesea negative, pentru a întări identitatea și credințele grupului. Totodată, prezența unor categorii, precum „Soluții și inovații”, „Sprijin și solidaritate” și „Speranță și aspirație”, arată faptul că există o abordare duală de combinare a narațiunilor negative și pozitive, în scopul menținerii angajamentului publicului țintă și susținerii narativei strategice a grupului.



**Figura 3 Modelarea și gruparea subiectelor pe cuvinte-cheie cu conținut instigator la ură, emoțional sau negativ, găsite în camera de ecou**

De asemenea, cuvintele-cheie și mesajele regăsite în cadrul camerei de ecou (Figura 3) sugerează o abordare complexă și multifacțată, caracteristică dezinformării și manipulării opiniei publice. Fiecare set de cuvinte-cheie este folosit cu scopul de a influența percepțiile publicului, de a adânci diviziunile sociale, de a submina încrederea în instituții și de a provoca răspunsuri emoționale în rândul cititorilor:

- **Coerciție/Manipulare:** cuvinte precum „conving”, „calci pe cadavre”, „a acapara”, „ocupa”, „impus”, „oprime”, „defrișată”, „cotropită”, „demisia”, „independența”, „COVID”, „comportament”, „corupe”, „atac”, „atac mârșav”, „acțiune”, „anexare”, „cenzurat” sugerează o narativă menită să prezinte acțiuni forțate sau înșelătoare, atribuindu-le anumitor grupuri sau indivizi pentru a-i discredita sau a justifica comportamente agresive sau lipsite de etică.
- **Divizarea societății:** „Ardealul”, „colonie”, „poporul”, „trădător”, „Moldova” sunt cuvinte folosite pentru a exacerba tensiunile regionale, etnice sau naționale, reliefând efortul de a fragmenta unitatea societății prin evidențierea sau fabricarea diviziunilor și încurajarea resentimentelor între diferite comunități.
- **Corupție și înșelăciune:** cele mai uzitate cuvinte au fost „mințit”, „dezinformare”, „manipulare”, „corupție minciuni”, elemente tipice în narative menite să submineze încrederea în persoane publice, în organizații sau instituții ale statului, pe care le acuză de comportamente necinstite sau frauduloase, adesea fără dovezi.
- **Teorii ale conspirației:** mențiunea „conspirație”, „secrete”, „trădătorilor”, „ascund”, „spionaj”, „Soros” indică promovarea unor teorii nefondate, care susțin că forțe obscure orchestrează evenimente din culise pe scena politică românească. Aceste narative se bazează adesea pe prejudecăți, paranoia sau conexiuni speculative pentru a explica situații complexe prin lentile simplificate, superficiale.
- **Atacuri asupra instituțiilor:** cuvinte care vizează „sistemul”, „guvernul din umbră”, „parlament”, „comandă”, „președintele”, „armata”, „dictatura”, „jandarmii”, „securiștii”, „ministrul de interne”, „condamnare”, „birocrație”, „director”, „senator” demonstrează un efort de a eroda încrederea în instituțiile guvernamentale și societale, prezentându-le ca fiind corupte, opresive sau ilegite.
- **Greutăți economice:** termeni precum „banii grei”, „Crăciunul”, „cerealele”, „măsurile de austeritate”, „cumpărat”, „cheltuielile”, „exploatare” reflectă preocupări legate de condițiile și politicile economice, posibil răstălmăcind faptele sau contextul real pentru a incita la furie sau disperare vizavi de situația economică, atribuind vina unor entități sau politici specifice, fără o perspectivă echilibrată.
- **Victimizare/suferință:** Spre exemplu, cuvintele „morți”, „victime”, „azile de bătrâni”, „crime”, „cadavre” se concentrează pe evidențierea unor cazuri reale sau imaginare de suferință pentru a stârni empatie, furie sau frică din partea oamenilor, adesea pentru a influența opinia sau pentru a justifica puncte de vedere radicale sau acțiuni.
- **Apeluri emoționale negative:** termeni precum „chinuit”, „abuziv”, „vinovați”, „analfabeți funcționari și trădători”, „blestem”, „viol”, „cruci”, „rușine”, „ciumele”, „disperare”, „conflict”, „frustrat sexual”, „agresor”, „amenințare”, „genocid”

„bolnav”, „mizerie”, „prigoană”, „trădare” sunt concepuți pentru a evoca emoții negative puternice, având ca scop manipularea sentimentelor publicului pentru a provoca indignare, frică sau ură, ocolind analiza rațională care poate fi aplicată pe un anumit subiect.

Scopul utilizării unor astfel de cuvinte în tematicile abordate în camerele de ecou este adesea de a polariza societatea, de a distra atenția de la problemele esențiale sau de a consolida puterea prin crearea unui mediu în care discursul rațional este umbrit de frică, suspiciune și furie.

## **Interpretarea rezultatelor**

Examinarea acestei camere de ecou (grup Facebook) furnizează informații valoroase, în contextul prejudecăților cognitive și dezinformării, extinzând astfel înțelegerea fenomenului. Observațiile studiului au fost făcute în urma analizei categoriilor sociale și a grupării subiectelor în cadrul grupului de Facebook. Diversitatea orientărilor tematice și a tacticilor manipulative predominante în camera de ecou este în concordanță cu diversele prejudecăți cognitive, cum ar fi prejudecata de confirmare, în care indivizii favorizează informațiile care confirmă convingerile lor preexistente.

Limbajul emoțional și manipulativ utilizat agravează și mai mult acest fenomen, deoarece acesta este conceput pentru a provoca reacții puternice și pentru a descuraja gândirea critică, făcând membrii mai receptivi în acceptarea informațiilor false ca adevărate.

Utilizarea temelor bazate pe identitate, cum ar fi naționalismul și patriotismul, împreună cu portretizările negative ale grupurilor exterioare, contribuie la polarizarea grupului. Această polarizare este întărită de gândirea de grup, un fenomen în care dorința de armonie sau conformitate în cadrul grupului duce la luarea unor decizii iraționale sau disfuncționale. Într-un astfel de mediu, punerea la îndoială sau contestarea convingerilor grupului devine tot mai dificilă, ceea ce duce la un set de opinii omogene și extreme.

## **Implicații**

Rezultatele studiului au implicații semnificative asupra înțelegerii naturii camerelor de ecou într-un context mai larg și asupra elaborării strategiilor de combatere a dezinformării. Mecanismele identificate, cum ar fi utilizarea limbajului încărcat emoțional și manipulator, dezvoltarea unui puternic sentiment de comunitate și prezența unei comunicări spontane, intens emoționale nu sunt specifice doar grupurilor pe care le-am studiat. Dinamica pe care am observat-o reflectă un model global mai extins, în care camerele de ecou, caracterizate de tehnici manipulative, apar în diverse contexte, subliniind necesitatea unei abordări globale a acestor provocări. Astfel de medii sunt deosebit de favorabile extremismului, oferind o

platformă în care ideile extremiste sunt exacerbate și normalizate, ceea ce poate duce la radicalizarea indivizilor sau a maselor, în special în cadrul populațiilor vulnerabile. În plus, influența camerelor de ecou se poate extinde inclusiv la procesele democratice și la întreaga stabilitate a societății, polarizând opinia publică, erodând adevărurile comune și subminând discursul democratic. Acest lucru poate duce la destabilizarea lumii moderne, cauzată de acțiuni bazate pe percepții distorsionate și dezinformare. Abordarea acestor provocări necesită înțelegerea mecanismelor camerelor de ecou pentru a dezvolta strategii eficiente de combatere a dezinformării. Aceasta implică, dar nu numai, creșterea gradului de conștientizare, promovarea educației în domeniul mass-mediei, încurajarea expunerii la diverse puncte de vedere și abordarea aspectelor structurale ale platformelor de comunicare socială care contribuie la formarea acestor camere.

Efectele camerelor de ecou asupra coeziunii sociale și integrității democratice necesită o reevaluare a rolului social media în discursul public, respectiv implementarea unor reglementări mai bune pentru a reduce dezinformarea și sprijinirea inițiativelor care încurajează gândirea critică și verificarea faptelor.

## Limitări

În mod evident, studiul de față prezintă și limitări care merită a fi luate în considerare, deoarece acestea pot influența generalizarea și aplicabilitatea rezultatelor obținute. În primul rând, studiul se concentrează exclusiv pe un procent redus din rândul posibilelor camere de ecou, fiind axat în mod specific pe anumite segmente sociale din România, mai exact pe un singur grup reprezentativ pentru sfera politică actuală. Având în vedere contextul cultural și istoric unic al României, strategiile adoptate de administratorii sau de figurile reprezentative ale acestor camere de ecou și natura discursului din interiorul lor pot să nu fie reprezentative în totalitate pentru fenomene similare din alte țări sau culturi ([Arguedas și alții 2022](#)).

În plus, prejudecățile cognitive, care joacă un rol semnificativ în formarea și menținerea camerelor de ecou, pot varia de la o populație la alta. Aceste prejudecăți sunt influențate de o serie de factori, inclusiv de contextul cultural, social și de perioadele istorice, ceea ce înseamnă că modelele cognitive observate în studiu nu pot fi aplicate universal. Deși cercetarea furnizează informații de interes privind funcționarea camerelor de ecou și impactul acestora, studiul de față, aplicat la o scară mai mare, va trebui să fie mult mai cuprinzător. Mai mulți factori externi pot influența dinamica camerelor de ecou, precum restricțiile politice, condițiile economice sau evenimentele externe, cum ar fi războaiele din țările vecine, elemente care nu au fost incluse în analiză. Acești factori pot avea un impact semnificativ asupra opiniei publice și răspândirii dezinformării.

Pe scurt, în timp ce studiul aduce contribuții esențiale la înțelegerea camerelor de ecou într-un context social și cultural specific din România, aceste limitări ar trebui luate în considerare atunci când se dorește replicarea lui. Cercetările viitoare pot

aborda aceste limitări prin includerea unui spectru mai larg de camere de ecou și prin analizarea factorilor de influență.

## Concluzii

Rezultatele acestui studiu privind camera de ecou din cadrul platformei Facebook analizată oferă perspective importante asupra naturii unor astfel de medii și sugerează existența unor elemente definitorii fenomenului de dezinformare. Această cercetare indică faptul că mecanismele identificate, inclusiv limbajul încărcat emoțional, cultivarea unui simț comunitar puternic și comunicarea haotică, spontană reflectă probabil o tendință globală mai largă în camerele de ecou.

Această cameră de ecou oferă teren fertil extremismului, amplificând ideile rigide și conducând la radicalizarea indivizilor sau a grupurilor, în special în cadrul populațiilor vulnerabile. În plus, ele pot avea un impact semnificativ asupra proceselor democratice și stabilității societății prin polarizarea opiniei publice și erodarea adevărilor comune, ceea ce poate duce la destabilizarea lumii reale, alimentată de dezinformare. Abordarea acestor probleme necesită înțelegerea modului în care funcționează camerele de ecou și o strategie cuprinzătoare, care implică alfabetizarea media, expunerea la diverse puncte de vedere ale publicului și schimbări structurale în rețelele sociale. Factorii politici și autoritățile de reglementare joacă, de asemenea, un rol crucial și ar trebui să fie informați cu privire la aceste implicații pentru a dezvolta politici și reglementări eficiente.

## Referințe

- Akhtar, P., A.M. Ghouri, H.U.R. Khan, M.A.U. Haq, U. Awan, N. Zahoor, Z. Khan și A. Ashraf.** 2023. “Detecting fake news and disinformation using artificial intelligence and machine learning to avoid supply chain disruptions.” *Annals of Operations Research* 327: 633-657. <https://doi.org/10.1007/s10479-022-05015-5>.
- Arguedas, A.R., C.T. Robertson, R. Fletcher și R.K. Nielsen.** 2022. “Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review.” *Reuters Institute*. doi:10.60625/risj-etxj-7k60.
- Barberá, P.** 2020. „Social Media, Echo Chambers and Political Polarization.” În *Social media and democracy. The State of the Field, Prospects for Reform*, editor Nathaniel Persily și Joshua A. Tucker, 34-55. <https://www.cambridge.org/core/books/social-media-and-democracy/social-media-echo-chambers-and-political-polarization/333A5B4DE1B67EFF7876261118CCFE19>.
- Benkler, Y., R. Farris și H. Roberts.** 2018. *Network Propaganda*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001>.
- Braddock, K.** 2022. “Vaccinating against hate: Using attitudinal inoculation to confer resistance to persuasion by extremist propaganda.” *Terrorism and Political Violence* 34 (2): 240-262. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1693370>.



- Brennen, J.S.** 2019. "Misinformation: The evidence on its scope, how we encounter it, and our perceptions of it." *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/misinformation-evidence-its-scope-how-we-encounter-it-and-our-perceptions-it>.
- Bruns, A.** 2019. "Filter bubble." *Internet Policy Review* 8 (4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1426>.
- Ceron, Wilson și Mathias-Felipe de-Lima-Santos.** 2023. "Disinformation Echo Chambers on Facebook." In *Fighting Fake Facts*, 61-90. MDPI Books. <https://doi.org/10.3390/books978-3-0365-1347-8-4>.
- Ciampaglia, G.L., F. Menczer și TheConversationUs.** 2018. "Biases Make People Vulnerable to Misinformation Spread by Social Media." *Scientific American*. <https://www.scientificamerican.com/article/biases-make-people-vulnerable-to-misinformation-spread-by-social-media/>.
- Cinelli, Matteo, Gianmarco De Francisci Morales, Alessandro Galeazzi și Michele Starnini.** 2021. "The echo chamber effect on social media." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 118 (9): e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- Daskalopoulos, A., N. Hernandez, F. Jason, H. Jenvey, D. Gustafson, R. Mosley, C. Rodriguez, N. Schoonover și S. Townsend.** 2021. "Thinking outside the bubble: Addressing polarization and disinformation on social media." *CSJS Journalism Bootcamp*. <https://journalism.csis.org/thinking-outside-the-bubble-addressing-polarization-and-disinformation-on-social-media/>.
- Donis, L.** 2021. „How to filter bubbles and echo chambers reinforce negative beliefs and spread misinformation through social media." *Debating Communities and Networks XII*. <https://networkconference.netstudies.org/2021/2021/04/25/how-filter-bubbles-and-echo-chambers-reinforce-negative-beliefs-and-spread-misinformation-through-social-media/>.
- Garrett, R.K.** 2009. "Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users." *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (2): 265-285. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01440.x>.
- He, L., S. Hu și A. Pei.** 2023. "Debunking Disinformation: Revolutionizing Truth with NLP in Fake News Detection." <https://arxiv.org/abs/2308.16328>.
- Horner, G.C., D. Galletta, J. Crawford și A. Shirsat.** 2021. "Emotions: The Unexplored Fuel of Fake News on Social Media." *Journal of Management Information Systems* 38 (4): 1039-1066. doi:10.1080/07421222.2021.1990610.
- Knuutila, A., L.M. Neudert și P.N. Howard.** 2022. "Who is afraid of fake news? Modeling risk perceptions of misinformation in 142 countries." *Misinformation Review, Harvard Kennedy School*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/who-is-afraid-of-fake-news-modeling-risk-perceptions-of-misinformation-in-142-countries/>.
- Lewandowsky, S., U.K.H. Ecker și J. Cook.** 2017. "Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era." *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6 (4): 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Murphy, G., C. De Saint Laurent, M. Reynolds, O. Aftab, K. Hegarty, Y. Sun și C.M. Greene.** 2023. "What do we study when we study misinformation? A scoping review of experimental research (2016-2022)." *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/what-do-we-study-when-we-study-misinformation-a-scoping-review-of-experimental-research-2016-2022/>.

- Nikolov, D., D.F.M. Oliveira, A A. Flammini și F. Menczer.** 2015. “Measuring online social bubbles.” *PeerJ Computer Science*. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.38>.
- Nisbet, E.C. și O. Kamenchuk.** 2019. “The Psychology of State-Sponsored Disinformation Campaigns and Implications for Public Diplomacy.” *The Hague Journal of Diplomacy* 14 (2): 65-82. <https://doi.org/10.1163/1871191X-11411019>.
- O’Shaughnessy, N.** 2020. „From disinformation to fake news: forwards into the past.” În *The SAGE Handbook of Propaganda*, pp. 55-70. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526477170>.
- Pariser, E.** 2011. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/2029079>.
- Ruiz, C. Diaz și T. Nilsson.** 2023. “Disinformation and Echo Chambers: How Disinformation Circulates on Social Media Through Identity-Driven Controversies.” *Journal of Public Policy & Marketing* 42 (1): 18-35. <https://doi.org/10.1177/074391562>.
- Sunstein, C.R.** 1999. “The Law of Group Polarization.” (John M. Olin Program in L. & Econ. Working Paper No. 91). <https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/13030952/The%20Law%20of%20Group%20Polarization.pdf>.
- Traverso, M.** 2021. “Measuring magnetism: how social media creates echo chambers.” *Nature Italy*. <https://www.nature.com/articles/d43978-021-00019-4>.
- Vosoughi, S. și S. Arala.** 2018. “The spread of true and false news online.” *Science* 359 (6380): 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Walter, S., M. Brüggemann și S. Engesser.** 2018. “Echo Chambers of Denial: Explaining User Comments on Climate Change.” *Environmental Communication* 12 (2): 204-217. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1394893>.
- Wollebæk, D., R. Karlsen, K. Steen-Johnsen și B. Enjolras.** 2019. “Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior.” *Social Media + Society* 5 (2). <https://doi.org/10.1177/2056305119829859>.
- Woolley, S.C. și P. Howard.** 2016. “Automation, algorithms, and politics/ Political communication, computational propaganda, and autonomous agents – Introduction.” *International Journal of Communication* (10). <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6298/1809>.