



Cum reușesc rețelele de socializare să impulsioneze fenomenul de bulă informațională în Moldova și cum îl prevenim?

Natalia VOZIAN

Expertă în educație electorală și
digitală, PNUD Moldova



PNUD este organizația lideră a ONU care luptă pentru a pune capăt injustiției provocate de sărăcie, inegalități și schimbarea climei. Implicând o rețea extinsă de experți și parteneri din 170 țări, ajutăm comunitățile să beneficieze de soluții integrate și durabile, pentru oameni și pentru planetă.

Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) este principala agenție mondială de dezvoltare internațională și un actor de bază, care asigură rezultate în domeniul dezvoltării. USAID dirijează eforturile internaționale de dezvoltare și cele umanitare, pentru a salva vieți, a reduce sărăcia, a consolida guvernarea democratică și a ajuta oamenii să progreseze dincolo de asistență.

Publicația a fost realizată cu sprijinul generos al poporului american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) în cadrul proiectului „Consolidarea democrației în Moldova prin alegeri incluzive și transparente”, implementat de PNUD Moldova. Conținutul acestei publicații este responsabilitatea exclusivă a autorului și nu reflectă în mod neapărat opiniile PNUD și USAID sau ale Guvernului Statelor Unite.

Cuprins

Asigurarea unui proces electoral democratic în era digitală și
cea a rețelelor de socializare 04

Bula informațională – un fenomen global 09

Regatul Unit – Referendumul Brexit din 2016 09

SUA – Alegerile prezidențiale din 2020 11

Italia și Germania – Alegerile parlamentare din 2013 12

Particularitățile și evoluția fenomenului de bulă
informațională în Republica Moldova 13

Concluzii și recomandări 18

Referințe 21

Asigurarea unui proces electoral

În era digitală și cea a rețelelor de socializare

În prezent, **instituțiile organizatoare de alegeri** sunt nevoite să adapteze procesul electoral la noile realități, oportunități și provocări, care sunt impulsionate preponderent de noul context digital și cel al rețelelor de socializare. (PROTEJAREA INTEGRITĂȚII ELECTORALE ÎN ERA DIGITALĂ, 2020).



SOCIAL MEDIA

Deși se consideră că platformele media sociale contribuie la pluralism, libertatea de exprimare, alegeri libere și corecte, valorificarea acestor artefacte democratice devine tot mai problematică. Este recunoscut faptul că platformele de genul Facebook și Twitter au schimbat modul în care oamenii consumă informația și fac schimb de opinii.



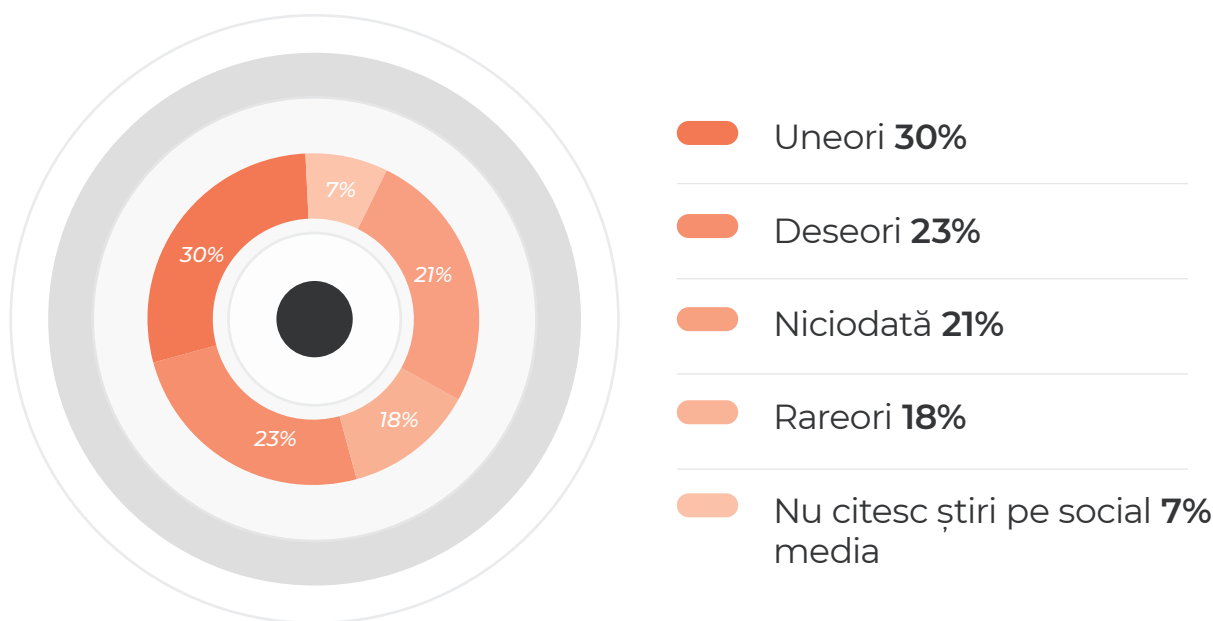
SURSA: WWW.UNSPLASH.COM

*“Numai persoanele false
apreciază știrile false”*
— *Oche Otorkpa*

Potrivit unor date recente, **53% din americani** accesează știrile prin intermediul platformelor media sociale. În același timp, este îngrijorător faptul că schimbul de știri false și postarea acestora se produce mult mai rapid prin intermediul rețelelor de socializare decât știrile adevărate, ceea ce, inevitabil, contribuie la creșterea și răspândirea fenomenului de manipulare și dezinformare printre utilizatori.

PESTE JUMĂTATE DIN AMERICANI AFLĂ ȘTIRILE DE PE PLATFORMELE MEDIA SOCIALE CEL PUȚIN UNEORI

% dintre adulții din SUA care află știri din social media



Notă: Acest grafic nu este comparabil cu întrebări similare din trecut din cauza modificărilor în formularea întrebărilor. Sursa: Sondaj cu cetățenii din S.U.A. efectuat în perioada 31 august - 7 septembrie 2020. "News use Across Media Platforms in 2020" — PEW RESEARCH CENTER



În timp ce această tranziție a mass-media și a obișnuințelor și preferințelor în materie de consum al informațiilor poate fi considerată o „nouă realitate digitală”, platformele media sociale au mobilizat masiv ritmul digital prin exploatarea a 2 elemente cheie – parțialitatea umană și învățarea prin intermediul mașinilor.

SURSA: WWW.UNSPLASH.COM

Parțialitatea și **algoritmii comportamentali** contribuie la dezvoltarea unor spații digitale în care sunt împărtășite aceleași viziuni. Aceste medii virtuale izolate se numesc bule informaționale (eng. – echo chambers).

Bulele informaționale pot fi definite ca medii în care opinia, învățarea sau convingerile politice ale utilizatorilor despre un anumit subiect se consolidează prin interacțiuni repetate cu semenii sau cu sursele care au tendințe și atitudini similare (Cinelli et al., 2021).

ÎMPĂRTĂȘESC ACELEAȘI VIZIUNI

Oamenii tind să ia în considerare ceea ce este similar sau compatibil cu sistemele lor de idei și opinii și să ignore datele ce nu corespund convingerilor lor. Ține de natura umană să aprobe și să accepte opiniile unor grupuri care împărtășesc aceleași viziuni. (Signele și Viola, 2019).

Fake News

ALGORITMI

Algoritmii și **filtrele** sunt utilizate pentru a îndeplini sarcini complexe și repetitive, implicând milioane de înregistrări de date cu scopul de a estima comportamentul și a adopta decizii. Unele studii ne sugerează faptul că utilizatorii digitali (circa 60%) au o înclinație mai mare să aibă încredere într-un motor de căutare decât într-o ființă umană. Fiind bazate pe mecanisme similare, **platformele media sociale** cuprind multipli indicatori de evaluare/cuantificare, inclusiv gradul de afinitate dintre diferiți utilizatori și nivelul de implicare pe care postările lor le generează în vederea creării unui calendar personal bazat pe relevanța și activitatea anterioară pe platformă (Neudert și Marchal, 2019).

CUM SE ÎNTÂMPLĂ

Utilizând aceste **mecanisme algoritmice**, rețelele de socializare creează „un context digital real” pentru bulele informaționale, astfel, utilizatorii își consolidează **proprile opinii**, fără a se expune vreodată unui conținut de contrast și contradictoriu. Permițându-le utilizatorilor să se delimiteze de alte grupuri de opinii și să filtreze conținutul, aceștia sunt deja predispuși la polarizare și manipulare. Mulți experți sunt de părerea că odată cu dezvoltarea și utilizarea mijloacelor digitale și media sociale, polarizarea și extremismul politic și social s-au adâncit, iar oamenii sunt mai dezbinați

(Neudert și Marchal, 2019; PROTEJAREA INTEGRITĂȚII ELECTORALE ÎN ERA DIGITALĂ, 2020).



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM

Atât comunitatea de cercetători, cât și reprezentanții societății civile devin tot mai conștienți de faptul că bula informațională și alte fenomene digitale pot afecta libertatea și corectitudinea mecanismului electoral și altera, pe termen lung, dezvoltarea democratică și stabilitatea în multe țări.

Nu contează ce scrieți, contează cine citește și nu contează dacă este adevărat, contează cine crede ceea ce citește

— *Dani J. Caile*

BULA INFORMAȚIONALĂ – un fenomen global

Cu toate că studierea fenomenului de bulă informațională a început destul de recent, există deja câteva studii de caz ce demonstrează modul în care **bulele informaționale** create de platformele media socială au influențat procesele și rezultatele electorale.

Una dintre principalele caracteristici ale bulei informaționale este prezența acesteia atât în democrațiile mature și țările dezvoltate, cum sunt SUA, Regatul Unit, Germania și Italia, cât și în statele cu democrațiile în dezvoltare și emergente, din care fac parte Ucraina, Republica Moldova și Georgia.



REGATUL UNIT – REFERENDUMUL BREXIT DIN 2016

SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM

Referendumul Brexit este considerat a fi unul dintre primele evenimente electorale „influențate digital”, în care social media a jucat un rol controversat și critic. Tandemul Facebook și Cambridge Analytica a constituit unul dintre cele mai analizate și dezbătute cazuri.

Companiadeconsultanțăarecurslațintirea politică la nivel micro, folosind datele cu caracter personal ale utilizatorilor, creând în acest mod publicitate personalizată și politică digitală, influențând preferințele electorale ale alegătorilor (Ryabtsev, 2020).



MAI MULT DECÂT ATÂT,

analiza **post-referendum** a interacțiunii utilizatorilor pe **Twitter** a relevat faptul că

69% 

din mesajele în favoarea ieșirii din UE au fost comunicate utilizatorilor cu aceeași viziune

68% 

din mesaje în defavoarea ieșirii au fost direcționate utilizatorilor de aceeași părere



9% din mesajele tweet

publicate de susținătorii Brexit au fost expediate grupului opus



10% din mesajele tweet

au ajuns la susținătorii Brexit.

Constatările adaugă greutate ideii despre prezența semnificativă a fenomenului de bulă informațională creat de social media în perioada pregătirii referendumului UE în Regatul Unit (Bastos, Mercea și Baronchelli, 2018).

În plus, cercetătorii au identificat pe **Facebook** constatări interesante privind interacțiunea dintre grupurile pro și contra Brexit. **Grupurile contra** comunicau și interacționau preponderent în spații digitale clar delimitate, în timp ce **susținătorii Brexit** erau implicați în postări trans-ideologice și comentarii adresate oponentilor săi, exprimând emoții negative, inclusiv mânie, ură și dezunire. S-a constatat că grupurile pro au fost mult mai determinate și mai „vocale” în stilul lor de interacțiune. (Bossetta, Segesten și Trenz, 2018.)





SUA – ALEGERILE PREZIDENȚIALE DIN 2020

SURSA: WWW.UNSPLASH.COM

O cercetare de mare anvergură solicitată de ONG-ul „Markup” a scos în evidență corelația strânsă dintre consumul de știri și bula informațională, în special, în perioada campaniilor electorale. În cadrul studiului au fost comparate preferințele de știri și informații ale 2601 persoane, susținători ai **democraților**, cât și ai **republicanilor**. Constatările au venit în susținerea fermă a faptului că aceste 2 grupuri trăiesc, interacționează și comunică în două lumi digitale separate.

Facebook a fost predispus să oglindească susținătorii **democraților**, publicând știrile difuzate de **NPR**, **The New York Times**, **NBC News** și **The Washington Post**, în timp ce susținătorii **republicanilor** erau mai mult expuși știrilor difuzate de **The Daily Wire** și **Fox News**, **CNSNews.com** și **Newsmax** (Sullivan M., 2021) .(Sullivan M., 2021) .



Figura 1. . Expunerea știrilor pe social media Democrați vs. Republicanii. Sursa: Sullivan, 2021.

În afară de aceasta, Philips analizează în articolele sale strategiile politice utilizate de republicani, punând în evidență un fapt curios potrivit căruia prin utilizarea unui mix de strategii de discreditare, indignare, fraudă și teorii conspiraționiste, republicanii, în principiu, au delimitat bula informațională a aripii extreme de dreapta în raport cu susținătorii săi moderați, fapt ce s-a soldat cu un potențial limitat de extindere și creștere.

ITALIA ȘI GERMANIA – ALEGERILE PARLAMENTARE

DIN 2013

Spre deosebire de cazurile Regatului Unit și SUA, țări cu un sistem politic format din 2 partide, studiile realizate în Italia și Germania prezintă un interes aparte, date fiind perspectivele contextului pluralist.



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM

Un grup de cercetători a studiat acțiunile utilizatorilor de pe Twitter din Germania și Italia în perioada campaniilor de alegeri parlamentare din 2013. Una dintre concluzii se referă la faptul că vasta majoritate a utilizatorilor a tins să se integreze în comunități, grupuri sau rețele care susțineau opiniile și viziunile acestora și mai

puțin sau deloc în grupuri care ar contrazice sau chestiona viziunile lor proprii. Acest fapt a favorizat, fără îndoială, apariția și perpetuarea bulelor informaționale. De asemenea, spațiile în care să fie prezente opinii contradictorii sau pluraliste au fost mai degrabă o excepție (Vaccari et al., 2016)



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM

PARTICULARITĂȚILE ȘI EVOLUȚIA FENOMENULUI DE BULĂ INFORMAȚIONALĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

În calitate de democrație emergentă și țară în dezvoltare, **Republica Moldova** reprezintă un caz imperios și specific în ceea ce ține de noua eră socială/digitală și procesele electorale.

În ultimii 5 ani, modelele de consum de știri, utilizarea social media, precum și tacticile și strategiile social media ale partidelor politice și ale candidaților s-au modificat semnificativ.

Potrivit studiului național solicitat de Internews, „**Percepția populației Republicii Moldova despre mass-media**”



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM



34%

dintre respondenți au menționat că social media este sursa lor preferată de informații cotidiene



24%

dintre respondenți percep informațiile pe tematica socio-politică publicate și promovate pe rețelele de socializare drept false



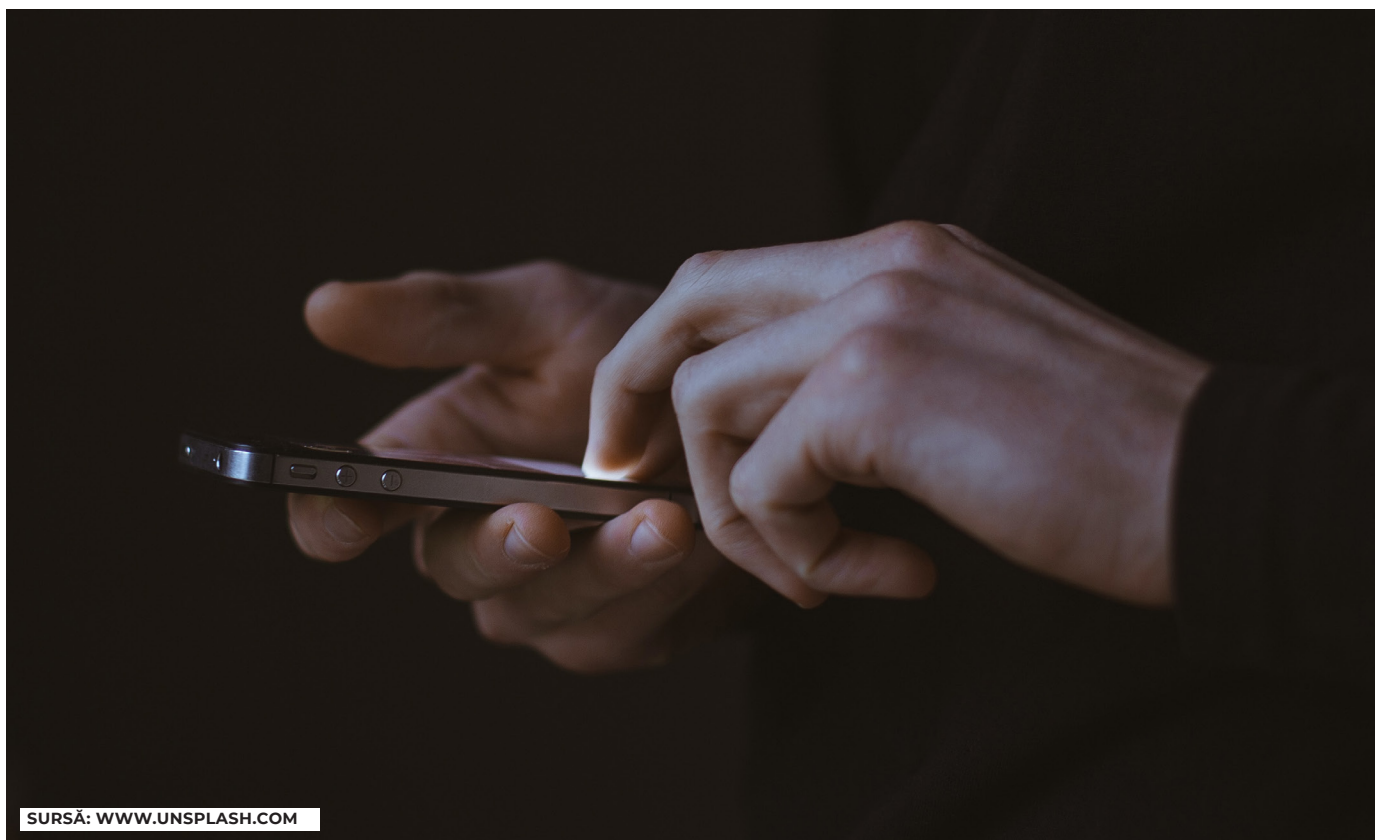
61%

consideră că moldovenilor le este greu sau chiar foarte greu să facă diferențierea dintre știrile adevărate și cele false

Astfel, utilizatorii și consumatorii de știri din Republica Moldova pot fi considerați o țintă ușor de manipulat și de dezinformați (Budu.V, 2020).

Cele mai populare **platforme media sociale** printre utilizatorii moldoveni

Cele mai populare platforme media sociale printre utilizatorii moldoveni sunt **Facebook** și **Odnoklassniki**. Deși în anul 2018 ambele platforme înregistrau aproximativ același număr de utilizatori: **Facebook – circa 910,000 de membri activi**, iar **Odnoklassniki – 885,860 de membri**, până în anul 2020, accesarea cotidiană a platformei **Odnoklassniki** s-a redus cu 28%, în timp ce **Facebook** și-a mărit auditoriul cu 15%. Între timp, **TikTok** a început să se bucure de o mai mare popularitate, în special, printre tineri (Agora, 2020).



SURSA: WWW.UNSPLASH.COM

“Nu declarați nimic online din ceea ce nu ați vrea să vedeți pe un panou stradal cu fața dvs. pe el.”

— Erin Bury

RESPONDENȚII CARE ACCESEAZĂ O DATĂ SAU DE CÂTEVA ORI PE ZI

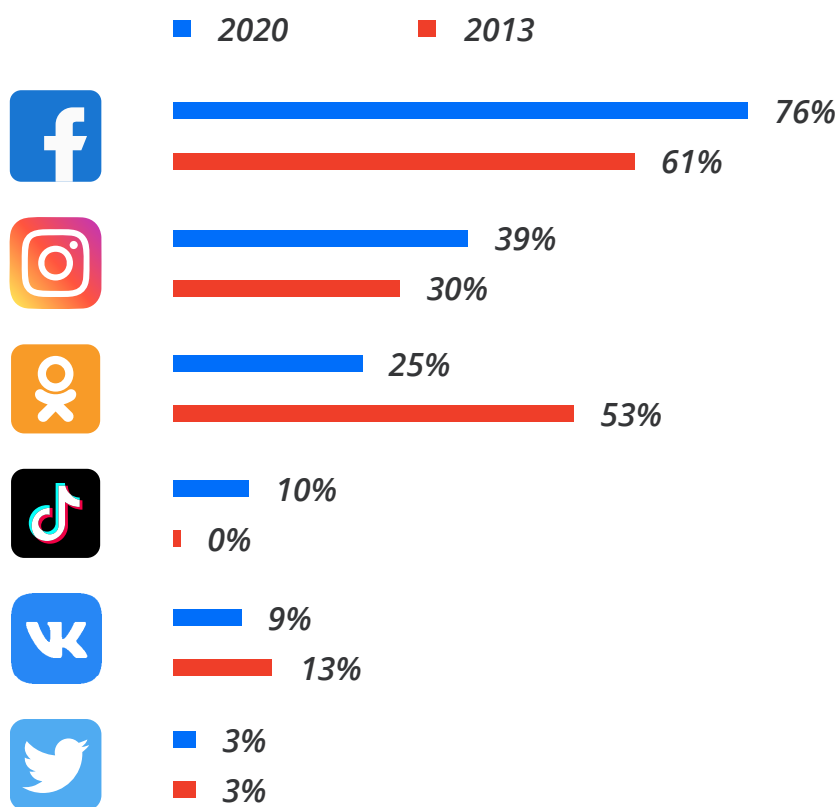


Figure 3. Analiza comparativă a utilizării diferitor platforme media sociale în Republica Moldova, Sursa: Agora, 2020

În cadrul campaniei electorale din anul 2016, polarizarea societății, manipularea și răspândirea știrilor false au luat amploare pe rețelele media sociale. Au fost create comunități active și puternice pe **Facebook** în susținerea candidatului pro-european, în timp ce susținătorii celuilalt candidat au recurs la comunitățile deja create pentru a promova mesajele politice pe **Odnoklassniki**.

Fenomenul bulei informaționale a fost destul de intens și vizibil în Republica Moldova, dat fiind faptul că susținătorii candidaților au folosit și răspândit opinii și mesaje pe aceste rețele de socializare.



De asemenea, persoanele care n-au fost de acord cu opiniile, mesajele sau știrile contradictorii au eliminat din lista de prieteni, din lista celor urmăriți sau au blocat membrii grupului, limitând astfel și mai mult spațiul pentru comunicare și dialog.

La un moment dat, a fost lansată inițiativa **„Adoptă un coleg”**. Scopul acestei inițiative a fost de a interacționa direct cu mai multe niveluri sociale pe rețelele de socializare, punând în umbră un mare val de „migrări” ale utilizatorilor de Internet de pe Facebook pe Odnoklassniki, în vederea diluării informațiilor puse în circulație pe această platformă cu diverse opinii și surse.

Spre deosebire de alegerile din 2016, fenomenul de bulă informațională în cazul alegerilor prezidențiale din 2020 a avut câteva particularități distincte – declinul numărului de accesări pe **Odnoklassniki**, creșterea celor de pe **Facebook** și contextul pandemic.

Odată cu reducerea popularității **Odnoklassniki**, activitatea comunităților pro-estice a început să stagneze, devenind mai puțin activă pe această platformă. (Institutul pentru Politici Publice, 2019). Ulterior, a fost creată o nouă scenă media digitală și socială pentru campania electorală, transformând Facebook în principalul **„spațiu de luptă electorală”**.

Potrivit **„Raportului de monitorizare a alegerilor prezidențiale 2020 pe social media”**, Facebook a fost **cea mai frecvent utilizată platformă media socială de către candidați**. Mai mult, restricțiile impuse de pandemie au „forțat” candidații să reconsidere tacticile electorale clasice și tradiționale, concentrându-se mai mult pe metodele oferite de media digitală și socială.

Aceste constatări au fost reflectate și în Studiul PNUD – Alegerile prezidențiale 2020. Sondajul de opinie post-electoral a concluzionat că social media a fost a treia cea mai utilizată sursă de informații în campania electorală după emisiunile și spoturile TV. În anul 2020, interacțiunea candidaților finali pe social media a crescut de 10 ori în comparație cu situația din 2016.

Expertii sunt de părerea că recenta campanie electorală din toamna lui 2020 a valorificat extensiv un mix complex și variat de dezinformare și tactici de manipulare, inclusiv știri false, mesaje de propagandă infiltrate în știri, conturi false ce abundă în comportament rău-intenționat, meme politice (satiră și umor), care s-au soldat cu o polarizare și bulă informațională mai intense printre grupurile de votanți pro-europeni și cei pro-estici.

Efectele bulei informaționale au fost impulsionate și de multitudinea de grupuri, uneori create ca și comunități private sau închise (pro-europene și pro-estice), cu scopul primordial de a face schimb de idei cu persoane care au aceleași viziuni, mesaje, retorici și mai rar încurajând dezbateri deschise cu suporterii opozanți.

Spre regret, în perioada pandemiei, polarizarea s-a acutizat din cauza aceluiași dezinformări narative de natură geopolitică. Principalul catalizator socio-politic în Republica Moldova este sentimentul de insecuritate, bazat pe mediul internațional actual și contradicțiile geopolitice dintre Est și Vest (Stercul, 2020).

În 2020, candidații finali au recurs la unele tactici mai vechi de manipulare și dezinformare utilizate în anul 2016. Unele dintre aceste strategii au fost adaptate la contextul pandemiei, iar altele au rămas intacte. Unul din exemplele elocvente a fost restructurarea tensiunilor geopolitice ale tacticilor dintre Est și Vest corelate cu valorile ortodoxe și contextul impunerii restricțiilor de deplasare. Subiectul privind migrația populației din Siria a fost înlocuit cu știri false, potrivit cărora în cazul în care candidatul pro-european câștigă alegerile prezidențiale, ea va „închide frontierele țării după exemplul statelor membre ale UE.” (Călugăreanu, 2020).

Cu toate că alegeri prezidențiale din 2020 au înregistrat o mobilizare fără precedent a membrilor diasporei, social media corelată cu strategiile aplicate de candidați au menținut bulele informaționale deja create. Acest fapt a agravat distanța de comunicare și dezbateri dintre susținătorii candidaților finali și a alimentat divizarea socio-etnică și politică între cetățenii Republicii Moldova.



Concluzii și recomandări

Revoluția digitală și online a schimbat modul în care oamenii interacționează, comunică, învață, se informează și, în cele din urmă, aleg și votează. Deși noua eră digitală a venit cu mai multe beneficii și avantaje pentru toate părțile interesate, spre regret, au fost generate totodată multe provocări și pericole.

Fenomenele de social media și online, inclusiv bula informațională, comportamentul rău-intenționat, dezinformarea și știrile false reprezintă doar câțiva dintre „agenții schimbării” pentru stabilitatea democratică și corectitudinea alegerilor. Pornind de la perspectivele teoretice, studiile de caz globale și naționale prezentate în acest document, pot fi formulate următoarele concluzii și lecții învățate:

1

Bula informațională este un subiect destul de complex, combinând elemente psihologice, emoționale, comportamentale și tehnologice.

2

Edificarea platformelor media sociale, în special, Facebook și Twitter, favorizează apariția și multiplicarea bulelor informaționale.

3

Toate țările, indiferent de maturitatea democratică și dezvoltarea economică, cad sub influența acestui fenomen.

4

Cu toate că cercetătorii comunitari și ONG-urile au început să analizeze în profunzime bula informațională, se impune implicarea activă a părților interesate private și publice în discuții și în acțiuni comune de sensibilizare.

5

Republica Moldova este martorul unei schimbări digitale suficient de vizibile și al unor modificări în comportamentul utilizatorilor, potrivit cărora fiecare al treilea consumator de media recurge la platforma media socială în calitate de sursă principală de informații. Cetățenii Republicii Moldova sunt extrem de expuși dezinformării și manipulării, Facebook devenind recent cea mai populară platformă media socială, în timp ce Odnoklassniki și-a redus semnificativ atât numărul de accesări zilnice, cât și cel de conturi active.

6

Peisajul politic din Republica Moldova s-a adaptat la noua realitate digitală, sporindu-și prezența online și pe platformele media sociale. Partidele politice și candidații au valorificat diverse strategii și tactici electorale, inclusiv diseminarea de știri false, satiră, comportament rău-intenționat, discursuri de ură etc. Concomitent, preferințele pentru crearea de grupuri au favorizat promovarea bulei informaționale pe Facebook și au creat un “fundament favorabil” pentru polarizarea continuă și dezbinarea socială.

7

Există dovezi elocvente că partidele politice și candidații vor recurge, probabil, la utilizarea acelorași tehnici sau la tehnici ușor adaptate în perioada alegerilor parlamentare din 2021. Perpetuarea bulei informaționale, în special, pe Facebook, este extrem de posibilă.

În acest context, o serie de recomandări ar putea contribui la echiparea mai bună a autorităților publice, cât și a comunității civice pe termen scurt și lung în vederea asigurării unor alegeri libere și corecte în context digital și online:

De ordin general:

- Crearea unui parteneriat național cu părțile interesate publice și civice în scopul apărării integrității alegerilor împotriva fenomenului de bulă informațională, dezinformare, discurs de ură, manipulare și polarizare;
- Modificarea Codului electoral și/ sau a altor politici electorale în vederea reflectării particularităților campaniilor electorale digitale;
- - Obligarea platformelor media sociale să publice toate informațiile ce țin de procurarea unor materiale publicitare, inclusiv identitatea adevărată a persoanei care face publicitate, suma cheltuită, criteriile de direcționare și autorul efectiv al materialului publicitar (PROTEJAREA INTEGRITĂȚII ELECTORALE ÎN ERA DIGITALĂ, 2020).

CEC/CICDE

- Dezvoltarea capacităților CEC și CICDE ce țin de noua campanie electorală digitală și contextul informării alegătorilor;
- Adaptarea Strategiei de comunicare și vizibilitate a CEC cu abordarea concomitentă a fenomenelor online și social media – bula informațională, știrile false, manipularea, polarizarea etc.;
- Adaptarea curriculumului existent al CICDE la noile campanii electorale digitale și contextul informării alegătorilor.

Mass media, ONG-uri și publicul larg

- Crearea și implementarea unor programe de alfabetizare digitală și media pentru diverse categorii de populație;
- Dezvoltarea capacităților tinerilor și copiilor pentru dezbateri și gândire critică;
- Dezvoltarea continuă a capacității de supraveghere din partea societății civile în perioada campaniilor electorale, cu axare pe monitorizarea digitală și online;
- Dezvoltarea expertizei diferitor părți civice interesate în ceea ce ține de fenomenele digitale și social media;
- Încurajarea utilizatorilor de social media să exercite controlul asupra surselor de știri și să se implice în mod democratic în dezbateri și discuții cu diverse persoane care au opinii și convingeri diferite;
- Dezvoltarea și consolidarea continuă a capabilității mass-media de a verifica faptele, în special, în perioada campaniilor electorale;
- Încurajarea utilizatorilor să semnaleze și să raporteze diverse practici digitale prejudiciabile: știri false, conturi false, practici de bule informaționale, polarizare și

Candidați și partide

- Dezvăluirea și prezentarea tuturor materialelor publicitare autorităților publice relevante (APPG, 2020);
- Aderarea la Codul digital de conduită și integritate în perioada alegerilor și/sau încurajarea părților electorale interesate să semneze o declarație de respingere a practicilor de promovare a campaniilor digitale frauduloase.

REFERINȚE

- Agora, 2020. STUDIU: Facebook, Instagram sau TikTok? Care sunt cele mai populare rețele de socializare printre moldoveni, Available from <https://agora.md/stiri/80665/studiu-facebook-instagram-sau-tiktok-care-sunt-cele-mai-populare-retele-de-socializare-printre-moldoveni>
- APPG, 2020, DEFENDING OUR DEMOCRACY IN THE DIGITAL AGE
- Bastos, M., Mercea, D., & Baronchelli, A. (2018). The geographic embedding of online echo chambers: Evidence from the Brexit campaign. *PLoS one*, 13(11), e0206841.
- Bossetta, M., Segesten, A. D., & Trenz, H. J. (2018). The Brexit battle on Facebook: assessing echo chambers and polarisation. *LSE Brexit*.
- Budu, V., 2020. Alegeri pentru moldoveni. Arhitectura dezinformării în mediul online, Available from <http://mediacritica.md/ro/alegeri-pentru-moldoveni-arhitectura-dezinformarii-mediul-online/>
- Calugareanu V., 2020. După înfrângerea în turul întâi, Igor Dodon reia minciunile din 2016, Available from <https://www.dw.com/ro/dupa-infrangerea-in-turul-intai-igor-dodon-reia-minciunile-din-2016/a-55542926>
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9).
- Institute for Public Policy, 2019, ODNOKLASSNIKI ȘI ALEGERI PARLAMENTARE ÎN REPUBLICA MOLDOVA
- Internews and USAID, 2018, Population of the Republic of Moldova on Mass Media
- Mediapoint, 2020, Alegeri prezidențiale – Raport final de monitorizare în social media
- Necsutu, M., 2020., President under Pressure in Re-Run of 2016 Election, Available from <https://balkaninsight.com/2020/10/15/moldovas-pro-russian-president-under-pressure-in-re-run-of-2016-election/>
- Neudert, L. M., & Marchal, N. (2019). Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication. *European Parliament*.
- Philips R., 2020. US Presidential Election: 2020 Is Not 2016, Available from <https://www.theglobalist.com/united-states-donald-trump-joe-biden-2020-presidential-election-hillary-clinton/>
- PROTECTING ELECTORAL INTEGRITY IN THE DIGITAL AGE, 2021, The Report of the Kofi Annan Commission on Elections and Democracy in the Digital Age
- Ryabtsev, K. (2020). Political Micro-Targeting in Europe: A Panacea for the Citizens' Political Misinformation or the New Evil for Voting. *Groningen Journal of International Law*, 8(1), 69-89.
- Shearer, E., & Mitchell, A. (2021). News use across social media platforms in 2020.
- Signele, C. and Viola, R., 2019, Elections at the time of social media. European elections, disinformation, micro-targeting: what to do?, Available from <https://www.balcanicaucaso.org/eng/Projects2/ESVEI/News-Esvei/Elections-at-the-time-of-social-media-speakers-talks-194737>
- Stercul, N., 2020, Republica Moldova: Test la reziliența DEZINFORMĂRII pe timp de pandemie, Available from <http://www.ape.md/2020/10/republica-moldova-test-la-rezilienta-dezinformarii-pe-timp-de-pandemie/>
- Sullivan M., 2021. Biden and Trump supporters see two different Facebooks, and here's proof, Available from <https://www.fastcompany.com/90613690/biden-and-trump-supporters-see-two-different-facebook-and-heres-proof>
- UNDP, 2021, Presidential Elections. Post-electoral opinion survey – 2020, Available from https://www.md.undp.org/content/moldova/en/home/library/effective_governance/alegerile-prezidențiale-2020--sondaj-de-opinie-post-electoral.html
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2016). Of echo chambers and contrarian clubs: Exposure to political disagreement among German and Italian users of Twitter. *Social media+ society*, 2(3), 2056305116664221.





PNUD este organizația lideră a ONU care luptă pentru a pune capăt in justiției provocate de sărăcie, inegalități și schimbarea climei. Implicând o rețea extinsă de experți și parteneri din 170 țări, ajutăm comunitățile să beneficieze de soluții integrate și durabile, pentru oameni și pentru planetă.

Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) este principala agenție mondială de dezvoltare internațională și un actor de bază, care asigură rezultate în domeniul dezvoltării. USAID dirijează eforturile internaționale de dezvoltare și cele umanitare, pentru a salva vieți, a reduce sărăcia, a consolida guvernarea democratică și a ajuta oamenii să progreseze dincolo de asistență.

Publicația a fost realizată cu sprijinul generos al poporului american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) în cadrul proiectului „Consolidarea democrației în Moldova prin alegeri incluzive și transparente”, implementat de PNUD Moldova. Conținutul acestei publicații este responsabilitatea exclusivă a autorului și nu reflectă în mod neapărat opiniile PNUD și USAID sau ale Guvernului Statelor Unite.



SURSĂ: WWW.UNSPLASH.COM

