

DELIA CRISTINA BALABAN

NEWS SHARING DURING THE COVID-19 PANDEMICS

Delia Cristina Balaban

Babes-Bolyai University, FSPAC, Department of Communication, PR and Advertising, Cluj, Romania

Email: balaban@fspac.ro

Abstract: This article focuses on the phenomenon of the dissemination of the fake news and its implications during the first months of the COVID-19 pandemic in Romania. At the beginning, concepts such as news sharing and information dissemination are presented, reviewing the main predictors of this online behavior. Below are summarized some of the most relevant approaches to the phenomenon of false news and its implications from the perspective of communication sciences. Some examples of fake news that circulated between March and April 2020 in Romania and internationally come to illustrate how this phenomenon has turned into a real infodemia, with real and potential negative implications on society. This approach ends with a call for accountability at the institutional, international and national levels, but also at the individual level.

Keywords: news sharing, infodemia, fake news, pandemic, COVID-19

DISEMINAREA ȘTIRILOR ÎN PERIOADA PANDEMIEI COVID-19

Rezumat: Articolul de față tematizează fenomenul diseminării știrilor false și implicațiile sale în perioada primelor luni ale pandemiei COVID-19 în România. În debut sunt prezentate concepte precum cel al diseminării informației, trecând în revistă principalii predictorii ai acestui comportament online. Mai apoi sunt prezentate în sinteză câteva dintre cele mai relevante abordări ale fenomenului știrilor false și implicațiile sale din perspectiva științelor comunicării. Câteva exemple de știri false care au circulat în perioada martie-aprilie 2020 în România și nu numai vin să ilustreze modul în care acest fenomen s-a transformat într-o veritabilă infodemie, cu reale și potențiale implicații negative asupra societății. Demersul de față se încheie cu un apel la responsabilizare la nivel instituțional, internațional și național, dar și la nivel individual.

Cuvinte-cheie: diseminarea informației, infodemia, știri false, pandemie, COVID-19.

Revista de Filosofie Aplicată, vol. 2, Supplementary Issue (Summer 2020): final pages.

ISSN 2668-0009; ISSN-L 2668-0009 © SACRI

Felul în care omul contemporan se informează a suferit în ultimii ani o veritabilă transformare structurală. Dacă în trecut mergeam la chioșc pentru a cumpăra ziarul preferat sau îl primeam prin poștă pentru că eram abonați la el, dacă deschideam televizorul la ora stabilită în vederea vizionării emisiunii preferate de știri, astăzi nu doar felul în care utilizăm media s-a transformat, dar și calitatea și cantitatea informației. Uneori ne simțim copleșiți de oferta de informație în exces, ceea ce literatura de specialitate în științele comunicării numește *information overflow*. Mai mult de atât, nu mai suntem noi aceia care caută într-o manieră activă informația, ci avem senzația că informația este aceea care ne găsește pe noi pe rețelele de socializare online¹. Informația pe care fiecare o primește este determinată de algoritmi specifici fiecărei aplicații și depinde de rețeaua de prieteni virtuali, de ora la care se accesează informația, de tipul de informație pe care le-am căutat anterior și de alți factori. Teoria decalajelor informaționale (*Knowledge Gap*) vorbește despre efectul factorilor socio-economici asupra modului în care accesăm informația într-o perioadă în care avem acces la exponențial mai multă informație decât în trecut, atunci când nu exista internetul și social media². Informația a devenit ușor accesibilă, ușor de distribuit și cu toate acestea devine din ce în ce mai dificil pentru omul de rând să se informeze corect într-o situație obișnuită de viață, cu atât mai dificil în situația actuală în care ne confruntăm cu pandemia COVID-19.

Într-un articol publicat de CNN în luna martie 2020, se atrăgea atenția asupra unui fenomen extrem de periculos în această perioadă legat de utilizarea aplicației Whatsapp: diseminarea știrilor false prin intermediul acestei platforme. Whatsapp devine o aplicație foarte utilă pentru a comunica cu prietenii sau cu familia în perioada de implementare a măsurilor de distanțare socială impusă în multe state ale lumii în perioada pandemiei, dar poate fi un instrument extrem de periculos atunci când este utilizat involuntar în vederea diseminării știrilor false, aceasta este ideea principală a articolului celor de la CNN, bazat pe date empirice³.

1. Diseminarea știrilor false

Odată cu dezvoltarea și utilizarea pe scară largă a tehnologiei de comunicare mobile, o întrebare cât se poate de legitimă a preocupat comunitatea științifică din domeniu. De ce sunt diseminate știrile? Motivația care stă în spatele deciziei de a disemina informațiile primite de la alte persoane prin intermediul social media este de natură complexă⁴. Are legătură că statutul personal, cu căutarea recunoașterii sociale⁵, cu felul în care sunt dezvoltate relațiile personale. Dimensiunea interacțiunii sociale determină asocieri pozitive față de comportamentul de diseminare a știrilor pe rețelele de socializare. Informația este distribuită, deoarece este cel mai simplu mod de a rămâne conectat, este un mod de dezvoltare a relațiilor sociale⁶. Proximitatea geografică, interesele personale contribuie la creșterea valorii știrilor pentru individ. Componenta de divertisment a unei știri contribuie alături de relevanța sa la creșterea intenției de a disemina informația⁷. Acestea sunt așadar posibilele motive care stau la baza diseminării știrilor și în perioada de pandemie. Utilizatorul urmărește să conserve relațiile sale cu prietenii reali pe care poate să îi întâlnească doar în mediul virtual în această perioadă. El dorește să semnalizeze prin gestul de diseminare a informațiilor grija sa pentru prietenii, consideră că le-a trimis acestora o informație importantă. Poate să spună prin gestul său că este bine informat, că este la curent cu ce este nou, că îl preocupă situația. De cele mai multe ori motivația este una complexă care include mai multe elemente dintre cele prezentate mai sus. Ce se petrece însă atunci când informațiile diseminate se dovedesc a fi false? Nu vorbim în acest context despre intenția voită de a disemina informații false. Vorbim de utilizatorul obișnuit. Cum poate acesta să identifice știrile false, cum poate să fie împiedicat procesul de diseminare a acestora, astfel încât latura pozitivă și utilă a platformelor de socializare online, cum este Whatsapp să prevaleze în această perioadă dificilă?

Știrile false (*fake news*) și implicațiile diseminării lor pentru societate constituie probabil cea mai discutată temă a comunicării contemporane. Știrile false nu sunt o invenție a societății informaționale din zilele noastre: știri false au existat întotdeauna, dimen-

siunea contemporană a acestui fenomen este însă îngrijorătoare. Tehnologia permite astăzi fabricarea cu ușurință a unor știri false, aplicații de editarea a fotografiilor pot să contribuie la argumentarea vizuală a informațiilor false. Tehnologia permite realizarea unor produse audio-video false, așa-numitele *deepfakes* care în acest moment sunt, conform studiilor realizate până în prezent, foarte greu de identificat ca fiind false de către utilizator. Tot tehnologia este cea care permite diseminarea exponențială a știrilor false. Acest fenomen este amplificat pe măsură ce indivizii sunt acum capabili să personalizeze informațiile primite în funcție de interesele lor⁸.

În anul 2018 revista *Science* publică un articol semnat de un grup de cercetători americani din științele comunicării, unde se încearcă o definiție sintetică a fenomenului *fake news*. Astfel știrile false sunt considerate a fi informații fabricate care imită conținutul de știri produse de media tradițională din punct de vedere al formei, dar care nu respectă rigorile procesului de selecție și de verificare a informației așa cum sunt acestea practicate în jurnalism. Fenomenul *fake news*, care prezintă în sine amprenta ideologică, se suprapune cu alte așa numite *tulburări* ale sistemului informațional, cum ar fi dezinformarea⁹. O soluție des vehiculată împotriva știrilor false este verificarea faptelor, așa numitul *fact-check*, demers a cărui efect este deseori pus sub semnul întrebării atât din punct de vedere al acurateței, cât și al eficienței. Activitatea de verificare este extrem de complexă și solicitantă. În primul rând, independența organizațiilor care se ocupă de verificarea informațiilor este chestionată. Apoi efectele disonanței cognitive se simt în special în rândul adeptilor anumitor curente și ideologii, așa numiții *partizani*¹⁰. Dacă individul crede cu tărie că un anumit fenomen, o anumită situație este într-un anumit fel, este destul de dificil ca aceste convingeri să fie modificate. De cele mai multe ori știrile false includ în arhitectura lor dimensiunea senzațională, neobișnuită și o doză substanțială de emoționalitate. Emoția este cea care contribuie la viralizarea informației. Aceasta este explicația pentru diseminarea lor accentuată pe rețelele de socializare online. Emoțiile sunt cele care se viralizează ușor și nu raționalitatea¹¹. Acest fenomen este amplificat pe măsură ce indivizii au competențele necesare de a personaliza informațiile pe care le primesc în funcție de interesele lor

personale¹². Prietenii care diseminează știri devin sursa imediată de informare, în timp ce organizația care a publicat inițial povestea devine sursa îndepărtată. Știrile false suferă astfel un gen de autonomie. În general indivizii tind să nu pună la îndoială credibilitatea informațiilor decât dacă acestea sunt contrare informațiilor pe care ei le dețin sau dacă sunt încurajați să chestioneze credibilitatea informațiilor. Un fenomen îngrijorător legat de proliferarea știrilor false este scăderea credibilității instituțiilor media consacrate¹³.

Fake news au reapărut inițial în context politic, dar au migrat rapid și către alte domenii de interes global, cum este cel al sănătății. Să nu uităm de adepții mișcărilor anti-vaccinare, de dietele minune sau de remediile miraculoase care ar vindeca boli incurabile și care abundă în mediul online. Proliferarea contemporană a fenomenului știrilor false este strâns legată de momentul în care încrederea publică și credibilitatea față de media tradițională au început să scadă. Rețelele de socializare online sunt un motor excelent de diseminare a știrilor false, nu în ultimul rând datorită lipsei unor coduri etice după care ar trebui să se ghideze activitatea utilizatorilor. Echipa de autori ai articolului coordonat de Lazel¹⁴ accentuează importanța concentrării asupra surselor originale ale informațiilor, a editorilor, mai degrabă decât asupra unor povești individuale, deoarece consideră elementele cheie ale știrilor false ca fiind intenția și procesele editoriale.

Studii recente au reliefat puterea de diseminare în mediul virtual al știrilor false, astfel *fake news*-urile de pe Twitter primesc de obicei mai multe *retweet*-uri și se răspândesc mult mai rapid decât informația adevărată, mai ales atunci când subiectul este unul politic. În plus, un alt fenomen amplifică problema: așa numiții *social bots* (conturi automate care acționează în comunicarea persuasivă). Sub presiunea publică, Facebook și Twitter au reușit să identifice și să blocheze un număr impresionant de astfel de conturi care sunt de asemenea folosite pentru a manipula algoritmi de funcționare al rețelelor de socializare.

În ultimii ani comunitatea științifică din domeniul științelor comunicării, dar și din alte domenii cum sunt cel al informaticii, al științelor juridice, practicienii din media, dar și organizațiile non-profit au căutat soluții la problema răspândirii știrilor false. Cea mai des formu-

lată soluție este informarea și educarea indivizilor în vederea identificării acestor mesaje, stimularea gândirii critice. Omul este o ființă socială, motiv pentru care presiunea de a se conforma mediului în care trăiește este mare. Ființele umane tind să-și alinieze valorile, credințele, atitudinile la valorile comunității lor. De asemenea, cercetările demonstrează că oamenii preferă informații care confirmă atitudinile lor deja existente (expunere selectivă), considerând informațiile conforme credințelor lor ca fiind mai de grabă adevărate, decât informația disonantă și astfel sunt dispuși să accepte informațiile care le plac. Realizarea unor sesiuni de informare, de dezvoltare a competențelor media se înscriu în eforturile de creștere a capacității indivizilor de a identifica informațiile false online¹⁵. Au fost introduse lecții de formare a spiritului critic în învățământul primar și gimnazial în mai multe state europene și nu numai. Este prematur să fie formulate concluzii cu privire la efectul pe termen lung al acestor măsuri, însă cu siguranță anumite categorii de public au fost mai bine pregătite să facă față afluxului de știri false în strânsă legătură cu pandemia COVID-19.

Nu doar publicul utilizator al platformelor de socializare online este oarecum mai bine pregătit să identifice știrile false; și platformele au fost mobilizate, în urma criticilor frecvente din partea opiniei publice și a decidenților politici, să ia anumite măsuri concrete. Să nu uităm de implicațiile scandalului Cambridge Analytica asupra Facebook. Platformele au fost adesea apelate să ia măsuri pentru a putea oferi consumatorilor semnale despre credibilitatea surselor de informare. Pași importanți au fost luați pentru a putea împiedica răspândirea automată a conținutului de știri de către *social bots* (Facebook, Twitter) sau pentru limitarea numărului de persoane către care un utilizator poate disemina o știre (Whatsapp). Reglementarea legislativă a unei zone atât de sensibilă cum este diseminarea informațiilor este un demers riscant dacă ne gândim la implicațiile sale asupra libertății de exprimare, un drept fundamental într-o societate democratică.

Întrebarea grupului de cercetători americani despre cum putem crea un ecosistem de știri și o cultură care să valorifice și să promoveze numai adevărul, rămâne extrem de actuală în situația pandemică în care omenirea se găsește azi¹⁶.

2. Infodemia COVID-19

În legătura cu campania de dezinformare legată de COVID-19, un termen destul de des utilizat în mediul jurnalistic este cel de *infodemie*, care descrie multiplicarea alarmantă a știrilor false, metaforic vorbind *epidemia de știri false* care are loc în același timp cu epidemia propriu-zisă. Un eveniment de tipul unei pandemii aduce cu sine o mare doză de incertitudine, iar incertitudinea a fost întotdeauna asociată cu proliferarea de zvonuri și informații false. Unele știri false pot conduce pe moment la apariția unui fals sentiment de certitudine.

Dacă analizăm discursul mediatic al ultimelor două luni observăm o trecere de la negarea pericolului infecției cu SARS-COV-19, deseori comparat cu o simplă gripă sau răceală, la pericolul care devine cu atât mai real cu cât persoane din proximitatea geografică experimentează și relatează despre experiența îmbolnăvirii. De asemenea prezentarea zilnică în media a numărului de persoane decedate vine să întărească certitudinea că epidemia este o problemă majoră de sănătate publică, o problemă cât se poate de reală și care trebuie considerată ca atare de fiecare cetățean.

Dacă în ianuarie și februarie 2020, știrile prezente în media tradițională, dar și în *social media* prezentau o maladie extrem de contagioasă care se răspândea în China, pornind din orașul Wuhan unde situația era dramatică și au fost impuse măsuri de carantinare fără precedent, în lunile care au urmat o veritabilă bătălie mediatică despre informațiile cu privire la originea bolii s-a derulat atât în media tradițională, cât și pe platformele de socializare online. China a interzis inclusiv cercetătorilor săi să publice orice articol științific care să sugereze că virusul SARS-COV-19 are originea în Wuhan sau în vreo altă provincie din țara cu cel mai mare număr de locuitori la nivel global. A fost virusul creat în laborator? Virusul este natural, rezultat al trecerii de la un animal, la altul și apoi la om în piața de animale vii din Wuhan? Vorbim de un virus care nu a fost creat în laborator, dar care totuși era conservat în laboratorul din Wuhan și care a fost eliberat voit sau din greșeală? Acestea sunt doar câteva dintre între-

bărilor care au constituit material pentru crearea unor știri false care au circulat în tot acest timp pe rețelele de socializare online și despre care a raportat și media tradițională. Una dintre cele mai diseminate știri false care a atins un număr record de vizualizări într-un timp scurt pe Facebook este aceea despre profesorul universitar de la o celebră universitate din Statele Unite care ar fi creat virusul în laborator și care l-ar fi vândut ulterior chinezilor. Știrea prezenta arestarea profesorului și pe reprezentanții poliției care discutau cu media¹⁷. Probabil că asemănarea foarte mare cu un produs de știri tradițional a contribuit la diseminarea în masă a acestei informații.

Ca în orice situație dificilă se caută acel țap ispășitor, la fel cum în anii trecuți au circulat multiple știri false despre miliardarul George Soros. Și de această dată a fost găsit tot un miliardar, care nu mai este George Soros, ci Bill Gates, care a vorbit public despre pericolul unei pandemii și efectele sale globale la începutul anului 2019. Știrea despre arestarea lui Bill Gates de către FBI pentru acuzații de terorism care a circulat în mediul online din România avea mari probleme de credibilitate, evidențiate de calitatea proastă a imaginilor vizuale care o însoțeau. Știrea a fost preluată de pe un site australian, fiind o știre de tip pamflet, dar care în România a devenit celebră în calitate de *fake news*¹⁸. Și lista de exemple celebre poate să continue. Atâta timp cât va persista starea de incertitudine legată de viitorul economiei, de felul în care va arăta viața de zi cu zi a fiecărui individ, vom vedea astfel de exemple ca teren propice pentru dezvoltarea unor știri false.

Grupurile tradițional asociate cu știrile false, cum sunt reprezentanții mișcării anti-vaccinare sau extremiștii politici au găsit în timpul pandemiei terenul propice pentru proliferarea unor știri false. De asemenea războiul informațional, parte a competiției globale pentru întâietatea economică și pentru zone de influență continuă în această perioadă.

În România pandemia COVID-19 a fost ținută sub control din punct de vedere medical, cel puțin astfel stau lucrurile la finalul lunii mai 2020, criza sanitară se apropie de ceea ce ar putea să fie finalul unei așa zise prime etape, având în vedere că nu s-a dezvoltat încă un vaccin care să poată să fie aplicat pe scară largă. Experții vorbesc despre criza economică ce urmează, iar în acest sens cifrele date pub-

licității de Uniunea Europeană cu privire la rezultatele primului trimestru al anului 2020 sunt îngrijorătoare, cu atât mai mult cu cât ele includ doar luna martie. Crizele au constituit și în trecut teren propice pentru speculații și știri false. În sensul filosofiei aplicate, demersul de față se încheie cu o invitație la reflecție, la responsabilizare. Twitter, Facebook, chiar și Whatsapp au făcut pași importanți în acest sens, dacă este să ne uităm la situația din anii precedenți. Guvernele ar trebui să realizeze mai multe eforturi în vederea creșterii competențelor media ale utilizatorilor din diverse categorii de vârstă, iar aici nu mă refer la dimensiunea funcțională, ci la dimensiunea critică. În final, fiecare utilizator al platformelor de socializare trebuie să fie responsabilizat.

Note:

¹ A se vedea Homero Gil de Zúñiga, Brian Weeks, & Alberto Ardèvol-Abreu, „Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics” in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), (2017): 105–123.

² Philip J. Tichenor, George A. Donohue & Clarice N. Olien, „Mass media flow and differential growth in knowledge” in *Public Opinion Quarterly*, 34, (1970): 159-170.

³ Hadas Gold and Donie O'Sullivan, “Facebook has a coronavirus problem. It's WhatsApp”, *CNN Business*, March 19, 2020
<https://edition.cnn.com/2020/03/18/tech/whatsapp-coronavirus-misinformation/index.html> accesat în 10.04.2020.

⁴ Jihyang Choi, „Why do people use news differently on SNSs? An investigation of the role of motivations, media repertoires, and technology cluster on citizens' news-related activities” in *Computer in Human Behavior*, 54 (2016): 249-256.

⁵ Long Ma, Chein Sian Lee, & Dieon Hoe-Lian Goh, “That's news to me: The influence of perceived gratifications and personal experience on news sharing in social media” in *Proceedings of the 11th Annual International ACM/IEEE Joint, Conference on Digital Libraries* (New York, NY: ACM, 2011):141-144.

⁶ Delia Balaban, Sorana Constantinescu & Maria Mustățea, „News Sharing on Social Media Platforms. Theoretical Approaches”, în Ioana Iancu, Delia Balaban & Ioan Hosu, *Comunication. Strategic perspectives* (Cluj-Napoca: Accent Publishing House, 2019): 66-80.

⁷ Delia Balaban, Sorana Constantinescu & Maria Mustățea, „Credibility and freedom of choice in social media in relation with traditional media” in *Journal of Media Research*, 3 (2018): 24-34.

⁸ Lance W. Bennett, „The personalization of politics: Political identity, social media, and challenging patterns of participation” in *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644 (2012): 20-39.

⁹ David M. J. Lazer, Matthew A. Baum, Yochai Benkler et al, „The Science of Fake News. Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort,” in *Science*, 359 (2018): 1094.

¹⁰ David M. J. Lazer, Matthew A. Baum, Yochai Benkler et al, „The Science of Fake News. Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort,” în *Science*, 359, 2018.

¹¹ Alina Bărgăoanu, *Fake news. Noua cursă a înarmării* (București: Evrika Publishing, 2018).

¹² Lance W. Bennett, „The personalization of politics: Political identity, social media, and challenging patterns of participation in *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644, (2012): 20-39.

¹³ David M. J. Lazer, Matthew A. Baum, Yochai Benkler et al, „The Science of Fake News. Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort,” în *Science*, 359 (2018); Delia Balaban, Sorana Constantinescu & Maria Mustățea, „News Sharing on Social Media Platforms. Theoretical Approaches”, în Ioana Iancu, Delia Balaban & Ioan Hosu, *Comunication. Strategic perspectives* (Cluj-Napoca: Accent Publishing House, 2019): 66-80.

¹⁴ David M. J. Lazer, Matthew A. Baum, Yochai Benkler et al, „The Science of Fake News. Addressing Fake News Requires a Multidisciplinary Effort,” în *Science*, 359 (2018).

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Reuters Fact Check, “False headline claim: Harvard Professor arrested for creating and selling the new coronavirus to China”, *Reuters.com*, April 7, 2020 <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-harvard-doctor-arrested-cor/false-headline-claim-harvard-doctor-arrested-for-creating-and-selling-the-new-coronavirus-to-china-idUSKBN21P292>, accesat în 11.04.2020.

¹⁸ Alexandra Irina Minea, "O glumă australiană care a ajuns fake news românesc: arestarea lui Bill Gates", *MediaStandard.ro*, 15 mai 2020, <https://mediastandard.ro/o-gluma-australiana-care-a-ajuns-fake-news-romanesc-arestarea-lui-bill-gates/> accesat în 30.05.2020.

Bibliografie

Balaban, Delia, Cristina Sorana Constantinescu, & Maria Mustățea. 2018. "Credibility and freedom of choice in social media in relation with traditional media". *Journal of Media Research*, 11, 3(32): 24-34.

Balaban, Delia, Cristina Sorana Constantinescu & Maria Mustățea. 2019. News Sharing on Social Media Platforms. Theoretical Approaches, in Ioana Iancu, Delia Balaban & Ioan Hosu. *Comunication. Strategic perspectives* (Cluj-Napoca: Accent Publishing House): 66-80.

Bârgăoanu, Alina. 2018. *Fake news. Noua cursă a înarmării*. (București, Evrika Publishing).

Bennett, Lance, W. 2012. „The personalization of politics: Political identity, social media, and challenging patterns of participation.: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1): 20-39.

Choi, Jihyang 2016. "Why do people use news differently on SNSs? An investigation of the role of motivations, media repertoires, and technology cluster on citizens' news-related activities." *Computer in Human Behavior*, 54: 249-256.

Gil de Zúñiga, Homero, Brian Weeks, & Alberto Ardèvol-Abreu, A. 2017. „Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 1 May 2017: 105-123.

Gold, Hadas, Donie O'Sullivan. 2020. "Facebook has a coronavirus problem. It's WhatsApp", *CNN Business*, March 19, 2020 <https://edition.cnn.com/2020/03/18/tech/whatsapp-coronavirus-misinformation/index.html> accesat în 10.04.2020.

Lazer, David A.M., Matthew Baum, Yochai Benkler, Adam J. Berinski, Kelly M. Greenhill, Filippo Menczer, Miriam J. Metzger, Brendan Nyhan, Gordon Pennycook, David Rothchild, Michael Schudson, Steven A. Sloman, Cass R.

Sunstein, Emily A. Thorson, Duncan Watts, Jonathan L. Zittrain. 2018. „The Science of Fake News. Adressing Fake News Requiars a Multidisciplinary Effort.” *Science*, 359: 1094-1096.

Ma, Long Chein Sian Lee, & Dieon Hoe-Lian Goh. 2011, "That's news to me: The influence of perceived gratifications and personal experience on news sharing in social media" in *Proceedings of the 11th Annual International ACM/IEEE Joint, Conference on Digital Libraries*, New York, NY: ACM :141-144.

Minea, Alexandra Irina. 2020. "O glumă australiană care a ajuns fake news românesc: arestarea lui Bill Gates". *MediaStandard.ro* 15 mai 2020
<https://mediastandard.ro/o-gluma-australiana-care-a-ajuns-fake-news-romanesc-arestarea-lui-bill-gates/> accesat în 30.05.2020.

Reuters Fact Check. 2020. "False headline claim: Harvard Professor arrested for creating and selling the new coronavirus to China". *Reuters.com* April 7, 2020

<https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-harvard-doctor-arrested-cor/false-headline-claim-harvard-doctor-arrested-for-creating-and-selling-the-new-coronavirus-to-china-idUSKBN21P292>, accesat în 11.04.2020.

Tichenor, Philip. J., Donohue, George, A., & Olien, Clarice, N. 1970. Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*. 34: 159-170.