

MIHAI ȘLEAHTIȚCHI

Mihai ȘLEAHTIȚCHI este profesor universitar, doctor habilitat în psihologie socială (Universitatea Pedagogică de Stat „I. Creangă” din Chișinău, 2019), doctor în psihologie generală (Universitatea „Al. I. Cuza” din Iași, România, 1998) și doctor în științe ale educației (Universitatea Pedagogică de Stat din Moscova, Rusia, 1987). A beneficiat, pe parcurs, de stagii de formare, documentare sau/și cercetare în SUA, Marea Britanie, Germania, Franța, Egipt, România, Ucraina și Rusia. Este membru titular al mai multor asociații profesionale, fiind angajat, totodată, în diverse proiecte de cercetare științifică. Deține calitatea de membru fondator al Observatorului Național de Psihologie Socială (2000), Colegiului „Logos Plural” (2001), Institutului pentru Dezvoltare Comunitară (2004), Universității Deschise „Euro-pedia” (2010), Centrului pentru Dezvoltare Personală și Profesională „AKMES” (2016) și, mai recent, de membru fondator al Institutului pentru Inițiative Culturale și Educaționale (2021). Până în prezent, a publicat în calitate de autor, coautor sau/și coordonator 17 cărți de specialitate (dintre care menționăm: *Imaginabilis. O introducere în teoria reprezentărilor sociale*, București, Editura RAO & Chișinău, Editura Știința, 2020; *Panopticum. Tehnici speciale de pătrundere în adâncul reprezentărilor sociale*, Iași, Editura Junimea, 2018; *Literatură, reprezentări, negocieri*, Chișinău, Editura Arc, 2018; *Tratat de analiză structurală a reprezentărilor sociale*, Chișinău, Editura Știința, 2016; *Manipularea în posttotalitarism*, Chișinău, Editura Gunivas, 2008; *Anatomia societății posttotalitare*, Chișinău, Editura Tehnica Info, 2002; *Eseu asupra reprezentării puterii*, Chișinău, Editura Știința, 1999; *Liderii*, Chișinău, Editura Știința, 1998; *Câmpul social*, Chișinău, Editura Știința, 1996; *Universul reprezentărilor sociale*, Chișinău, Editura Știința, 1995; *Psihopedagogie socială*, Chișinău, Editura Știința, 1995). Este autor a peste 250 de studii incluse în volume colective și reviste de specialitate. Domenii de competență: psihologie socială, psihologie politică, psihologie organizațională, psihologie managerială, psihologie educațională, psihologie judiciară, teoria și istoria pedagogiei, teoria și metodologia cercetării în științele sociale.

Mihai ȘLEAHTIȚCHI

Mecanica dezinformării

De ce și cum
suntem induși în eroare

CARTIER POPULAR

CARTIER

Editura Cartier, SRL, str. București, nr. 68, Chișinău, MD2012.
Tel./fax: 022 24 05 87, tel.: 022 24 01 95. E-mail: vanzari@cartier.md
cartier.ro
cartier.md

*Cărțile CARTIER pot fi procurate online pe cartier.ro & cartier.md
și în toate librăriile bune din România și Republica Moldova.
Cartier eBooks pot fi procurate pe iBooks și pe cartier.ro & cartier.md*

LIBRĂRIILE CARTIER

Librăria din Centru, bd. Ștefan cel Mare, nr. 126, Chișinău.
Tel./fax: 022 21 42 03. E-mail: librariadincentru@cartier.md
Librăria din Hol, str. București, nr. 68, Chișinău.
Tel./fax: 022 24 10 00. E-mail: librariadinhol@cartier.md

Colecția *Cartier popular* este coordonată de Gheorghe Erizanu
Editor: Gheorghe Erizanu
Lectori: Em. Galaicu-Păun, Valentin Guțu
Coperta seriei: Vitalie Coroban
Coperta: Vitalie Coroban
Design/tehnoredactare: Tatiana Cunup
Prepress: Editura Cartier
Tipărită la Bons Offices

Apare în cadrul Proiectului strategic
„Countering the False Narratives of Propaganda by Promoting Reflective Thinking
and Media Literacy of School Teachers as Opinion Leaders in Society (MEDIA MIND)”,
realizat cu sprijinul financiar al Ambasadei Republicii Finlanda în România.

Mihai Șleahțițchi.
MECANICA DEZINFORMĂRII
Ediția a I-a, mai 2026

© 2026, Editura Cartier, pentru prezenta ediție. Toate drepturile rezervate.
Cărțile Cartier sunt disponibile în limita stocului și a bunului de difuzare.

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții
Mecanica dezinformării : De ce și cum suntem induși în eroare / Mihai Șleahțițchi. –
[Chișinău] : Cartier, 2026 (Bons Offices). – 179 p. – (Cartier popular / colecție coordonată de
Gheorghe Erizanu, ISBN 978-9975-79-891-4).
Ref. bibliogr. și note: p. 113-143 (79 tit.). –
Cu sprijinul financiar al Ambasadei Republicii Finlanda în România. – [700] ex.

ISBN 978-9975-86-935-5.

316.776.23

§ 63

Cuprins

Prefață de Sergiu Sanduleac	9
Preliminarii	15
Apariția termenului „dezinformare”	19
Critici aduse termenului „dezinformare”	21
Câteva precizări cu referire la primele acțiuni care au condus la conturarea „simbolului operațiunii de dezinformare”	23
Chintesența fenomenului de dezinformare	27
Dezinformarea, un echivalent al manipulării... ..	27
Premisele psihologice ale dezinformării	34
Vulnerabilitățile umane care stau la baza dezinformării	47
Cum se practică dezinformarea: douăzeci de mecanisme consfințite prin uz	51
Narațiunile dezinformării	68
Cum poate fi practică rezistența la dezinformare: șapte scenarii posibile	73
Referințe bibliografice și note	113
Addenda. Șapte teste care pun în lumină nivelul de rezistență la influența străină	145

Orice înșală pe oameni pare să producă o vrajă magică.

(Platon)

Inducerea în eroare este mijlocul sufletelor meschine de a ieși din încurcătură.

(Honoré de Balzac)

Oamenii nu vor să audă adevărul pentru că nu vor să le fie distruse iluziile.

(Friedrich Nietzsche)

*Dacă nu citești ziarele, ești neinformați,
dacă le citești, ești dezinformați.*

(Mark Twain)

Se observă că informația este în sine o marfă denaturată. Nu va lipsi tentația de a o denatura și mai mult. Ca să nu mai vorbim de vanitatea sau de interesele care ne fac, mai mult sau mai puțin conștient, să modificăm adevărul în mii de împrejurări din viața noastră particulară. Să fim conștienți însă că, pentru oricine are ocazia de a manipula opinia publică, este foarte ispititoare alunecarea de la adevărul aproximativ la minciuna sfruntată, trecând prin toate stadiile intermediare.

(Vladimir Volkoff)

Prefață

Trăim într-o epocă în care informația nu mai este doar un bun public și o resursă cognitivă, ci și un teritoriu de confruntare, un spațiu în care adevărul, probabilitatea, interesul, emoția și tehnologia negociază în permanență granițele realității acceptate social. Într-o asemenea epocă, dezinformarea încetează să fie un accident periferic al comunicării și se transformă într-un mecanism cu regularități proprii, cu „proceduri”, cu actori, cu infrastructuri și cu efecte cumulative asupra instituțiilor, comunităților și chiar asupra modului în care fiecare dintre noi își organizează judecățile de zi cu zi.

Cartea domnului profesor Mihai ȘLEAHTIȚCHI, *Mecanica dezinformării. De ce și cum suntem induși în eroare*, apare într-un moment în care publicul larg simte simultan două lucruri: pe de o parte, nevoia de orientare într-un peisaj mediatic supraîncărcat, iar pe de altă parte, oboseala produsă de avertismente repetitive, de etichete grăbite și de explicații simplificate. Între moralismul facil („lumea a devenit manipulatorie”) și cinismul comod („toți mint, deci nimic nu mai contează”), autorul propune o a treia cale: *înțelegerea mecanismelor*, adică o abordare care nu se limitează la condamnarea fenomenului, ci încearcă să-i descrie logica internă, premisele, formele și scenariile de rezistență.

Titlul este ales cu precizie: nu avem în față o „istorie” sau o „colecție” de exemple, ci o *mecanică*. Iar mecanica presupune analiză, articulare, distincții și, mai ales, ideea că, odată ce înțelegi cum funcționează un mecanism, îți crești șansele să nu-i devii prizonier. În această privință, cartea are o miză

implicit educațională: nu oferă doar informație, ci și invită la un exercițiu de *autoprotecție intelectuală* și de *igienă cognitivă*.

Dezinformarea ca simptom și ca instrument

Unul dintre meritele acestei lucrări este că refuză să trateze dezinformarea ca pe o simplă „*minciună*” sau ca pe o abatere morală individuală. Desigur, minciuna rămâne un ingredient important, însă dezinformarea, așa cum se conturează în argumentația autorului, este mai mult decât atât: *este o formă de influență socială, o inginerie a percepțiilor, o tehnologie a deciziilor*. Într-un sens profund, ea devine un test al maturității democratice: acolo unde societățile nu au reflexe critice, instituții robuste și educație media, dezinformarea nu doar „înșală”, ci și *reconfigurează* pe termen lung felul în care oamenii se raportează la adevăr, la autoritate și la ceilalți.

Cartea nu simplifică excesiv, dar nici nu se pierde în abstracțiuni. În mod discret, se vede aici o intenție pedagogică: autorul caută mereu formula care să păstreze rigoarea fără a alunga cititorul. Introduce repere, explică termeni, propune distincții, clarifică nuanțe. Asta este important, pentru că în spațiul public circulă adesea confuzii între *dezinformare*, *misinformare* și *malinformare*, între eroare și intenție, între interpretare și falsificare, între opinii legitime și fabricarea deliberată a „realităților paralele”. În spatele acestor diferențe aparent tehnice se află, de fapt, un lucru decisiv: *răspunderea* – cine răspândește, cu ce scop, prin ce mijloace, cu ce efect.

De asemenea, autorul nu rupe fenomenul dezinformării de condițiile lui psihologice. Dezinformarea funcționează tocmai pentru că se sprijină pe vulnerabilități umane stabile: nevoia de sens rapid, preferința pentru explicații simple, confortul apartenenței, impulsul confirmării propriilor credințe,

reacțiile emoționale intense, fascinația pentru spectaculos. În loc să-i culpabilizeze pe cei „căzuți în capcană”, cartea arată că, în anumite condiții, chiar și o *mente lucidă și bine informată* poate deveni vulnerabilă. A recunoaște această realitate nu înseamnă relativism, ci un pas spre luciditate: dacă problema este și psihologică, atunci soluția nu poate fi doar tehnică sau juridică; ea trebuie să fie și educațională, culturală, comunitară și psihologică, în sensul cultivării autoghlării emoționale, al reflecției asupra propriilor biasuri și al unor rutine de igienă cognitivă.

De la genealogie la „uz” – structura cărții

Lucrarea este construită gradual. În primele capitole, autorul urmărește apariția și consolidarea termenului „dezinformare” în diferite spații culturale și politico-ideologice. Această incursiune nu este un lux erudit, ci o condiție a clarității: felul în care un termen a fost folosit istoric ne arată cum a fost instrumentat și cum i s-au atașat sensuri convenabile. Mai departe, autorul discută critic compoziția termenului și diferențierile necesare între formele înrudite, sugerând cititorului să nu accepte automat un vocabular, ci să-l examineze.

În centrul cărții se află însă ceea ce promite chiar titlul: *mecanismele*. Sunt descrise proceduri, tipare, strategii repetabile – acele „motoare” care pun în mișcare distorsiunea realității. Un câștig aparte este faptul că aceste mecanisme sunt conectate cu două planuri: (1) planul psihologic (cum funcționează influența, prin ce resorturi cognitive și afective), (2) planul mediatic-tehnologic (cum se amplifică, cum se distribuie, cum se stabilizează narațiunile). Această dublă ancorare face cartea utilă nu doar pentru cititorul general, ci și pentru profesioniști: educatori, jurnaliști, psihologi, specialiști

în comunicare și relații publice, comunicatori, experți în social media și marketing, precum și pentru decidenți.

Un alt segment important este dedicat *narațiunilor dezinformării*. Aici cititorul înțelege un lucru esențial: dezinformarea nu „merge” doar prin propoziții false, ci și prin povești coerente, prin scenarii care au eroi și vinovați, prin explicații totalizante care reduc complexitatea și oferă un sentiment de control. Narațiunea, în sensul ei social, nu e doar literatură; este o formă de organizare a realului. Iar când narațiunile sunt fabricate, ele nu doar încurcă adevărul, ci modifică relațiile sociale: cresc suspiciunea, radicalizează poziții, rup punți, normalizează ostilitatea.

În fine, cartea nu rămâne în diagnostic. Autorul propune *scenarii de rezistență*. Nu este vorba de „rețete” miraculoase, ci de practici și principii realiste: cum putem cultiva discernământul, cum putem frâna reflexul distribuirii impulsive, cum putem construi rutine de verificare, cum putem menține dialogul fără a legitima falsul, cum putem educa – în școală și în familie – o relație mai sănătoasă cu informația. Într-o epocă în care oamenii cer soluții rapide, o asemenea abordare echilibrată este, paradoxal, un gest de responsabilitate: nu promite imposibilul, dar oferă un cadru de acțiune, coerent și transferabil, care poate fi asumat atât la nivel individual, cât și instituțional, de la gesturile simple ale verificării până la construirea unei culturi a *prudenței intelectuale*.

Dezinformarea astăzi: de ce avem nevoie de această lectură

În spațiul nostru, problema dezinformării are particularități. Nu doar pentru că mediul digital a crescut rapid, ci și pentru că tranzițiile sociale, polarizările și fragilitățile instituționale creează teren fertil pentru mesaje care exploatează anxietăți colective. Dezinformarea se poate lipi de teme sensibile: identitate, securitate, economie, migrație, valori, educație, sănătate. Iar când se lipește de aceste teme, ea nu produce doar

confuzie, ci poate produce și *dezorientare morală*, adică acea stare în care oamenii nu mai disting între critică legitimă și sabotaj, între pluralism și cinism, între libertatea opiniei și manipularea deliberată.

În acest context, *Mecanica dezinformării* devine o lucrare necesară. Nu doar ca lectură „de actualitate”, ci și ca *instrument de alfabetizare civică*. Ea poate fi citită ca eseu analitic, ca ghid de înțelegere, ca suport pentru formare în contexte educaționale și profesionale, dar și ca invitație la autoexaminare: *Cât de ușor îmi confirm prejudecățile? Cum reacționez când sunt provocat emoțional? Ce surse consider credibile și de ce? Ce înseamnă, pentru mine, „a fi informat”?*

Cartea are și o semnificație culturală: aduce în limba română, într-o formă accesibilă, o discuție matură despre fenomene care, altfel, sunt abordate fie tehnicist (doar algoritmi, doar platforme), fie moralizator (doar vinovați), fie conspirativ (doar „forțe ascuse”). Autorul reușește să evite aceste excese și să păstreze un ton de analiză care respectă cititorul.

Cuvânt de încheiere

Dezinformarea nu va dispărea printr-o interdicție și nici printr-un slogan. Ea este, într-un fel, prețul plătit pentru viteza comunicării, pentru fragmentarea atenției și pentru vulnerabilitățile umane care, deși studiate de mult timp, sunt astăzi exploatare la scară industrială. Tocmai de aceea, prima condiție a rezistenței este *înțelegerea*: nu a unui „adevăr” abstract, ci a mecanismelor. A felului în care o propoziție se transformă în poveste, povestea în convingere, iar convingerea în reflex. A felului în care frica și furia grăbesc judecata. A felului în care repetarea dă senzația de certitudine. Când vezi aceste fire, începi să nu le mai confunzi cu realitatea însăși; îți

dai seama că nu privești un fapt, ci o construcție, o poveste făcută să te prindă.

Mecanica dezinformării oferă această înțelegere într-o formă solidă, coerentă și utilă. Este o carte care nu se teme să fie serioasă, dar nici nu devine inaccesibilă. O carte care nu se mulțumește să denunțe, ci explică. Și poate că acesta este, astăzi, unul dintre cele mai importante gesturi culturale: să refacem, pas cu pas, legătura dintre *adevăr, responsabilitate și libertate*, într-o lume în care toate trei sunt, tot mai des, puse la încercare.

Publicarea acestei cărți a fost posibilă datorită sprijinului moral și suportului financiar venite din partea *Ambasadei Finlandei la București*. Această susținere a făcut posibilă nu doar apariția editorială a volumului, ci și consolidarea unui demers necesar pentru spațiul nostru public, clarificarea mecanismelor dezinformării și stimularea unei relații mai responsabile cu informația.

Sergiu SANDULEAC,
doctor habilitat în științe ale educației,
doctor în psihologie
Chișinău, 17 martie 2026

Preliminarii

Ne aflăm, precum s-a constatat de nenumărate ori și cu varii ocazii – atât în spațiul românesc, cât și în afara lui –, într-o epocă în care – pe fundalul expansiunii impresionante a mediei digitale și al dezvoltării rețelelor sociale – **se atestă o vădită răspândire a dezinformării, aceasta ajungând să reprezinte, de facto, una dintre marile îngrijorări ale omenirii.**

- După cum arată, bunăoară, rezultatele sondajului „Flash Eurobarometru 464 – Fake news and disinformation online” – publicate, cu ceva timp în urmă, de Comisia Europeană –, 85% dintre cetățenii europeni consideră că existența unor știri care relatează greșit realitatea sau sunt chiar false este o problemă pentru țara lor, iar 83% afirmă că este o problemă pentru democrație în general [1].
- Dezinformarea reprezintă factorul care erodează legitimitatea proceselor electorale prin crearea de „realități paralele” [2]. Numeroase studii cu caracter empiric demonstrează că expunerea prelungită la narațiuni false reduce încrederea în instituții cu până la 20% [3].
- Pe plan economic, dezinformarea distorsionează piețele financiare prin *pump-and-dump*^{*}, acest fapt soldându-

* *Pump-and-dump* reprezintă o procedură subversivă de manipulare a pieței. Atunci când este pusă în aplicare, cineva – o persoană sau o instituție – cumpără, în secret, o cantitate semnificativă de acțiuni și apoi, prin campanii „gălăgioase” sau promisiuni false despre perspecti-

se cu pierderi anuale bănești de ordinul miliardelor [4]). Suplimentar, ea poate facilita instituirea regimului de *hibrid warfare** (ceea ce s-a întâmplat, bunăoară, în cazul operațiunilor subversive rusești desfășurate, acum câțiva ani, în raport cu statul ucrainean, unde narațiunile false au subminat coeziunea NATO [5]).

- În viziunea autorităților, indiferent de țara pe care o reprezintă și indiferent de nivelul la care se află, dezinformarea „transcende statutul de fenomen episodic, configurându-se în calitate de un risc sistemic cu un enorm potențial distructiv care amenință securitatea statului și coeziunea socială, dezbinând societatea, slăbind încrederea în stat și instituțiile lui, înrăind oame-nii și amplificând discursul de ură la adresa diferitelor categorii de populație” [6].

Pierderea încrederii în media tradițională, scăderea nivelului de educație (în special al celui care se referă la formarea

vele companiei, creează un sentiment fals de interes care „ridică” prețul acțiunilor (*pump*). După ce prețul a fost împins în sus, acea persoană sau acea instituție vinde acțiunile la prețul ridicat (*dump*), obținând astfel profit, iar investitorii care au cumpărat, ulterior, acțiunile la prețuri mai mari înregistrează pierderi când prețul coboară din nou.

- * *Hibrid warfare* este un tip de conflict în care un stat sau un alt actor social combină, în mod coordonat, metode militare convenționale cu acțiuni neconvenționale, fără să declanșeze un război deschis și clasic. În acest caz, sunt folosite simultan forțe militare tradiționale (avioane, tancuri, trupe), forțe militare neregulate (insurgenți, mercenari, formațiuni paramilitare) și operațiuni cibernetice centrate pe dezinformare, manipulare cu caracter politic sau/și presiuni cu caracter economic. Scopul urmărit prin *hibrid warfare* este să destabilizeze un stat sau o alianță (de exemplu NATO sau UE), rămânând sub pragul unui război declarat oficial, astfel încât reacția adversarului să fie mai dificilă sau mai puțin legitimă în plan diplomatic.

spiritului de contradicție sau al celui care se referă la cultivarea gândirii reflexive) și schimbările care au intervenit pe dimensiunea modelelor de afaceri media au contribuit semnificativ la răspândirea dezinformării. Mai multe investigații de expresie psihosociologică arată că, atunci când instituțiile de presă sunt descrise ca „ministere ale adevărului” sau ca instrumente ale unor elite politice, „publicul devine mai predispus să acorde credibilitate surselor alternative, chiar dacă acestea nu respectă întotdeauna standardele jurnalismului verificat”.

În mod evident, factorii care contribuie la creșterea impactului dezinformării nu sunt doar de natură digitală, ci și de natură psihologică. Cercetările întreprinse în această direcție demonstrează că erorile cognitive și reacțiile afective cu o puternică încărcătură negativă facilitează acceptarea, iar ulterior – și redistribuirea conținuturilor false. Algoritmii rețelelor de socializare amplifică această stare prin personalizarea fluxurilor de informații în funcție de preferințele utilizatorului, ceea ce creează *bule de filtru** și *ecosisteme de convingeri închise***.

* Termenul *bule de filtru* (*filter bubble*, în engleză) desemnează situația în care algoritmiile de pe internet (*Google, Facebook, YouTube, TikTok* etc.) îi arată individului-urmăritor conținuturi care se potrivesc cu ceea ce el a apreciat, căutat sau consumat deja. În felul acesta, individul avut în vedere descoperă din ce în ce mai multe informații care confirmă opiniile sale și din ce în ce mai puține puncte de vedere care nu corespund cu viziunile sale, ceea ce îi poate deforma percepția asupra realității, îngrădindu-i posibilitatea de a vedea oamenii și evenimentele și din alte perspective.

** *Ecosisteme de convingeri închise* este o expresie-metaforă pentru un mediu social și informațional în care oamenii au tendința de a interacționa aproape exclusiv doar cu acei semeni ai săi care gândesc la fel ca ei. Într-un astfel de *ecosistem*, ideile contrare sunt ignorate, marginalizate sau chiar discreditate, iar convingerile existente se întăresc continuu, ceea ce face imposibilă sau aproape imposibilă apariția întrebărilor de genul „Oare am dreptate?” sau „Ce nu văd oare?”.

la alta, *engagement-ul asupra acurateții* [7], care *engagement* conduce, și el, la apariția *bulelor de filtru*.

În virtutea faptului că a devenit un factor de risc major pentru omenire, având – pe lângă toate – și capacitatea de a se difuza mai departe, mai repede, mai adânc și într-un spectru mai larg decât adevărul (or, pentru a ajunge la același public, unei *povești adevărate* îi trebuie de până la șase ori mai mult timp decât unei *știri false* [8]), dezinformarea trebuie supusă, fără îndoială, unor investigații aprofundate (într-un cadru inter-, multi- și trans-disciplinar) și, concomitent, unor descrieri ample cu referire la caracteristicile definitorii, aspectele compoziționale, factorii de declanșare, formele de manifestare și strategiile de contracarare. În viziunea noastră, relevanța cercetării și descrierii fenomenului de dezinformare constă în crearea unor premise temeinice pentru **securizarea democrației** (or, o mai bună inițiere în problematica dezinformării va ajuta la prevenirea riscurilor pe dimensiunea proceselor electorale și la prevenirea influențelor nedrepte asupra deciziilor luate de cetățeni), **creșterea nivelului de coeziune socială** (or, o cunoaștere aprofundată a surselor, efectelor și strategiilor de contracarare a dezinformării ar putea contribui la fortificarea încrederii în mass-media și în instituțiile publice), protejarea drepturilor și bunăstării cetățenilor (or, o mai bună cunoaștere

* Expresia *engagement asupra acurateții* se referă la nivelele de implicare și de atenție pe care o persoană le acordă procedurilor de verificare a informațiilor pe care le consumă, le împărtășește sau le produce. Într-un context informațional, *engagement* nu înseamnă doar interacțiune, ci și interes activ, implicare și responsabilitate.

Cât efort s-a depus pentru a verifica sursele, cât de mult s-a muncit pentru a afla dacă un anume fapt a fost interpretat corect. Atunci când se operează cu expresia *engagementul asupra acurateții*, se subliniază, de fapt, că acea implicare înseamnă, mai întâi de toate, „să verifici datele înainte să dai *share*”, „să te întrebți «Unde am văzut asta?», «Cine a spus asta?» sau «Mai există și alte puncte de vedere?»”.

a strategiilor de dezinformare va ajuta la anihilarea acesteia în calitate de factor inductor de panică, discriminare sau de prejudicii economice) și formarea rezilienței informaționale (or, o mai bună stăpânire a cunoștințelor legate de mecanismele de răspândire a dezinformării și de vulnerabilitățile umane care stau la baza acestor mecanisme va facilita dezvoltarea interesului atât pentru alfabetizarea mediei, cât și pentru instrumentele de verificare a informațiilor).

Apariția termenului „dezinformare”

Luând în considerare cele menționate mai sus, să stabilim, pentru început, **când apare termenul „dezinformare”**. Potrivit lui Vladimir Volkoff, autorul unor notabile studii despre dezinformare*, acest termen a apărut pentru prima oară în limba rusă (*дезинформация*), imediat după cel de-Al Doilea Război Mondial, cu rolul de a desemna „practicile exclusiv capitaliste” care urmăreau – nici mai mult, nici mai puțin – aservirea maselor populare [9]. În viziunea autorului citat, „este semnificativ faptul că, în acest caz, sovieticii atribuie aceste practici unor adversari care încă nu le descoperiseră, cuvântul însuși slujind deja cauza”.

* **Vladimir Volkoff** (n. 7 noiembrie 1932, Paris, Franța – d. 14 septembrie 2005, Bourdeilles, Aquitaine, Franța) a fost primul care a vorbit în spațiul european despre dezinformare, adresându-se marelui public, atât prin intermediul unor romane – este vorba, îndeosebi, despre romanul *Le Montage* (L'Âge d'Homme, 1982, Grand Prix du roman de l'Académie Française), cât și prin mijlocirea unor studii cu caracter științific, printre care *Petite histoire de la désinformation*, *Désinformation, flagrant délit*, *Désinformation par l'image* (Le Rocher) sau/și *La désinformation, arme de guerre* (L'Âge d'Homme).

Pentru a oferi claritatea necesară, vom menționa că termenul apare în *Dicționarul limbii ruse* – o lucrare semnată de S. I. Ojegov și apărută la Moscova, în 1949 –, având următoarea definiție: „dezinformare reprezintă acțiunea de a induce în eroare prin intermediul unei informații false”. Această definiție era urmată și de o constatare care specifica – într-o manieră extrem de sugestivă – că trebuie avută în vedere „dezinformarea opiniei publice din țările capitaliste” [10]. Cu patru ani mai târziu, într-un alt dicționar de extracție sovietică – este vorba despre *Dicționarul enciclopedic* editat, și el, la Moscova, în 1953 – definiția este lărgită pentru a concretiza că dezinformarea reprezintă „o informare falsă, un procedeu, un mijloc folosit de către presă, radio și diferitele organe de propagandă burgheză cu scopul de a induce în eroare opinia publică, de a calomnia partizanii păcii, democrației și socialismului, de a promova politica de agresiune a imperialismului” [11].

Apoi, termenul a trecut și în limba engleză (*disinformation*). *Chambers Twentieth Century Dictionary*, publicat la Londra, în anul 1972, îl definește ca fiind *deliberate leakage of misleading information* (= „o scurgere deliberată de informații care induc în eroare”). În Franța, termenul de *dezinformare* apare la 1974, în *Les Nouveaux Mots dans le vent* – Larousse, fiind încărcat de semnificații politice puternic orientate: *ignorance où le public est tenu d'un problème d'extrême gravité (cf. la folie nucléaire)* (= „ignoranță în care e ținut publicul cu privire la o problemă extrem de gravă, de ex. nebunia nucleară”). Este de reținut faptul că următoarea reeditare a dicționarului *Grand Robert* a conținut o definiție pe care unii observatori au considerat-o, la acea vreme, ca fiind „mai potrivită”: *utilisation des techniques de l'information, notamment de l'information de masse, pour induire en erreur, cacher ou travestir les faits* (= „utilizare a tehnicilor de infor-