

ETICA ÎN MEDIILE SOCIALE, DEZINFORMARE ȘI FAKE NEWS

Ichim Vlad
Manea Robert
Ignat Alex
Măierean Mircea
Kalman Horațiu

Cenzura în regimul sovietic

Regimurile autoritare sunt bine-cunoscute pentru abuzul lor în privința informațiilor ce ajung la cetățeanul de rând. Cu precădere, regimul sovietic a restricționat puternic fluxul de informații ce ajunge la populație.

S-au remarcat următoarele metode:

- Controlul strict al presei
- Supravegherea comunicațiilor
- Pedepsirea avertizorilor de integritate
- Falsificarea statisticilor
- Propaganda



Dezastrul de la Cernobîl

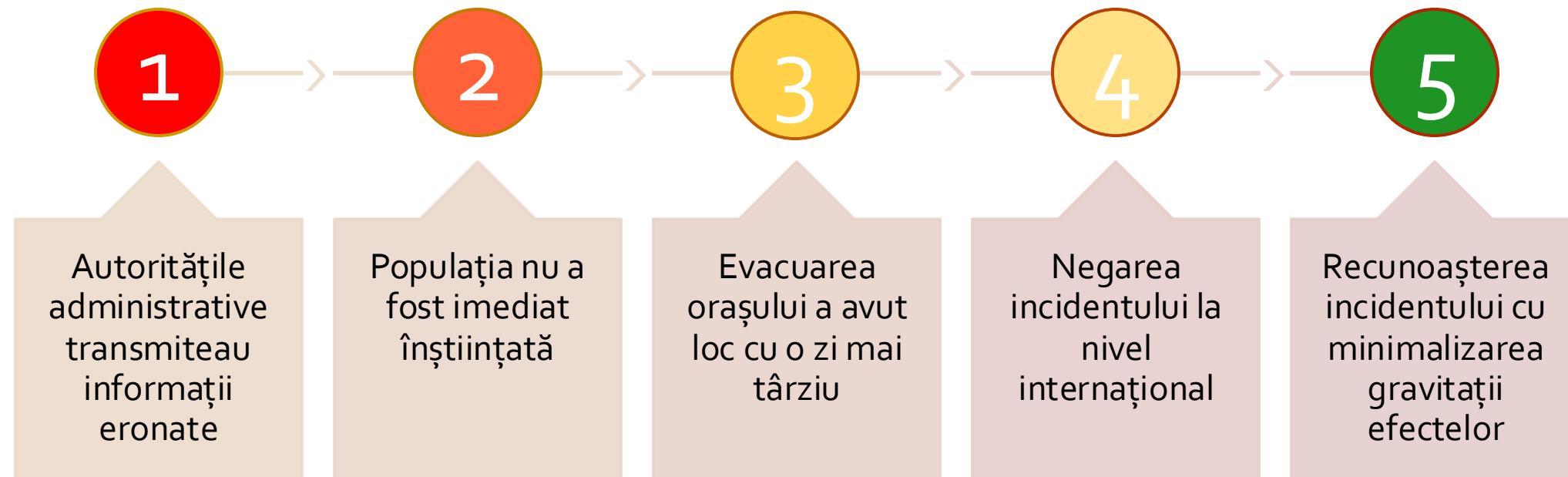
Centrala Nucleară Cernobîl este situată la nord de Kiev, la granița a trei state: Belarus, Rusia și Ucraina.

Explozia a avut loc la scurt timp după miezul nopții de 26 Aprilie 1986. Conform ONU, evenimentul a avut loc în urma unui experiment eșuat al unor tehnicieni neexperimentați [1].

Diferite încercări de mușamalizare a exploziei au avut loc:



Dezinformarea asupra dezastrului de la Cernobîl



Implicațiile etice ale dezastrului de la Cernobîl

SĂNĂTATEA PUBLICĂ

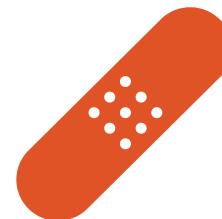
Conform articolului, [1] efectele imediate asupra sănătății publice, rezultate din **dezinformarea** produsă au fost:



Din cei **237** de pompieri, cel puțin **134** au prezentat forme de cancer, iar **28** au murit



Din cei **50.000** de cetăteni, aproximativ **60%** au prezentat creșteri ale nivelului de radiație primită



Populația Tânără aflată în zonele contaminate era estimată la **200.000**, **75%** nu au primit tratament preventiv

Implicațiile etice ale dezastrului de la Cernobîl

Răspunderea morală a autorităților

Statul sovietic a pus **imagină politică**, la nivel regional și internațional, pe primul loc, în detrimentul sănătății publice.

Oamenii numiți politic, **prin lipsă de transparență**, au ocupat poziții în cadrul centralei nucleare, unde au produs erori.

Pedeapsirea oamenilor de știință care aveau opinii diferite de cele ale partidului, a dus la greșeli în lanțul de comandă – **informația exactă a fost neglijată**.

Implicațiile etice ale dezastrului de la Cernobîl

Consecințe sociale și politice

Prin acest eveniment, instituțiile sovietice au **erodat încrederea populației** în siguranță oferită de stat.

Creșterea nevoii de **transparență și libertate de exprimare**, unde informația exactă are prioritate

Dezastrele și problemele din ultimii ani ai Uniunii Sovietice, au dus la destrămarea acestui sistem bazat pe **dezinformare și a lipsei de etică**.



Dacă social media ar fi existat în 1986

În prezent, până și cea mai minoră tamponare în trafic ajunge subiect de discuție pe aplicațiile de socializare.

Astfel, nu putem decât să ne imaginăm ce s-ar fi întâmplat dacă aplicațiile de social media ar fi existat acum 40 de ani.

Explozia inițială



Deși evenimentul a avut loc la o oră târzie, un eventual clip de la o cameră de supraveghere ar fi fost publicat pe internet.



Acestea s-ar fi viralizat—dacă nu inițial în URSS, atunci cu siguranță în Europa de Vest sau pe continentul american, unde utilizatorii ar fi ridicat semne de întrebare.



Trusturile de presă ar fi preluat această îngrijorare din social media și ar fi solicitat puncte de vedere din partea autorităților.

Dacă social media ar fi existat în 1986

Dialog intre populație si autorități

Pompierii ajunși la fața locului ar fi făcut publice mai multe imagini, amplificând astfel îngrijorarea în rândul societății.

Spre dimineață, ne-am fi putut aștepta la o presiune puternică asupra autorităților de a face declarații.

Lipsa unor reacții oficiale ar fi declanșat un efect de turmă, în care cetățenii s-ar fi evacuat singuri.

Apariția unor declarații eronate sau mușamalizate ar fi generat o dezbatere aprinsă în comentarii și postări.

Post eveniment

După consumarea evenimentului ne-am fi putut aștepta la apariția unor zvonuri/teorii.

- Un act de sabotaj din partea occidentului
- Experimente ale statului asupra populației
- Înscenarea unor fapte pentru schimbări politice

Paralelă cu gestionarea crizelor moderne

Cernobîl 1986

- A primat imaginea politică => **dezinformări la nivelul conducerii**
- Populația era în lipsă de informații, nu primeau răspunsuri de specialitate
- Populația a rămas indignată în urma măsurilor întârziate și dezastroase ale statului din cauza **dezinformării la nivelul agenților**

COVID 2020

- Guvernele au acceptat impactul negativ al politicilor de prevenție => **transparență totală**
- Informația științifică a fost expusă publicului
- Populația a pus la îndoială existența crizei din cauza **dezinformărilor online**

Pandemia COVID-19:

COVID-19



O Criză Globală

- ✓ COVID-19 a fost o criză sanitară globală cauzată de virusul SARS-CoV-2, identificat în decembrie 2019 în Wuhan, China.

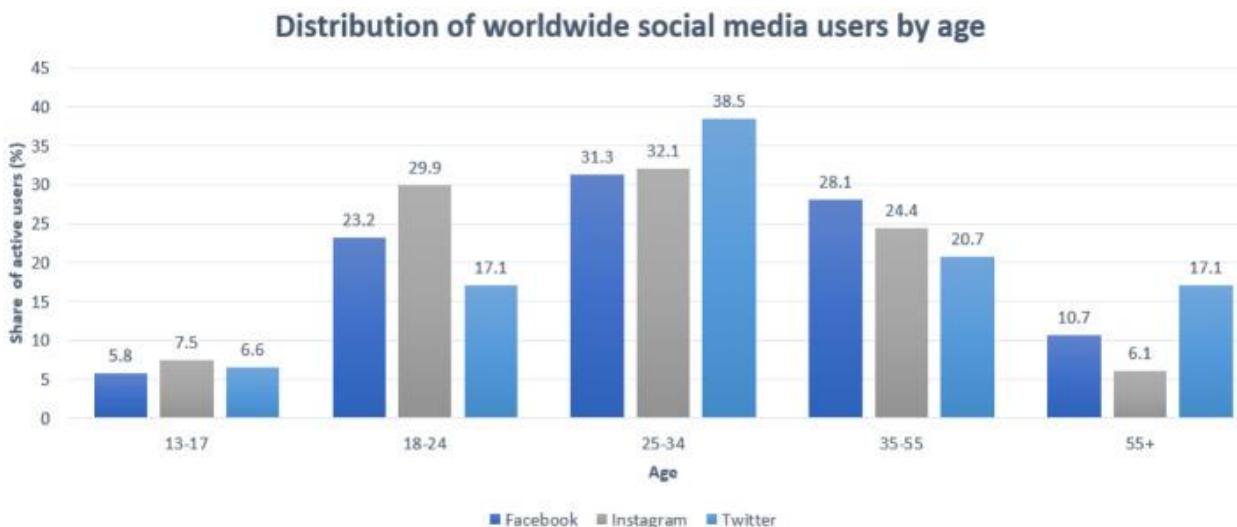
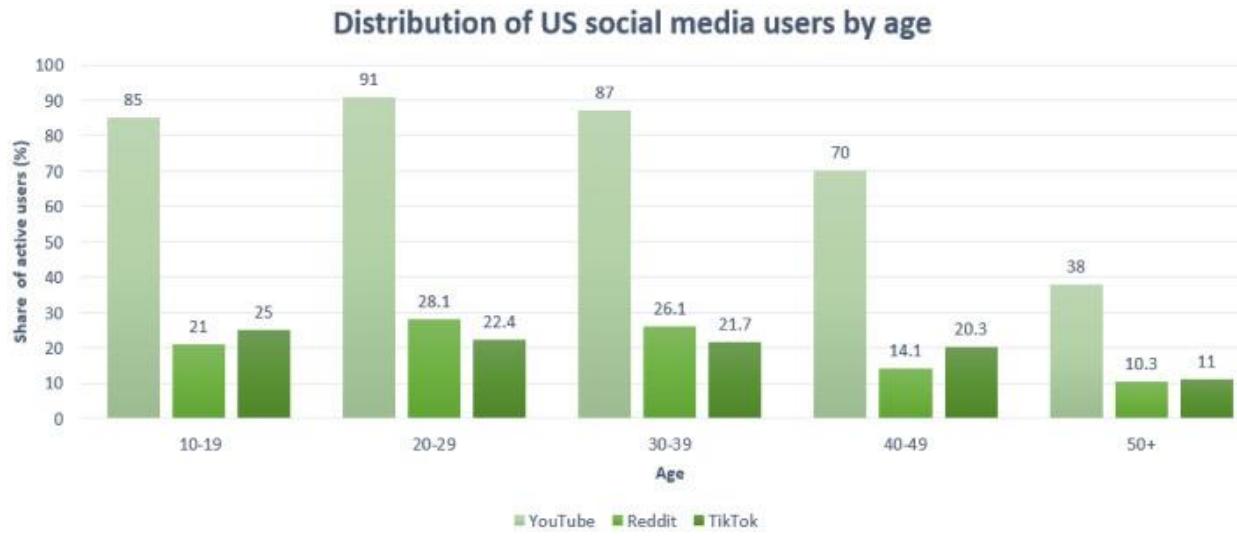
Impact Social și Economic

- ✓ Pandemia a provocat perturbări majore, inclusiv cea mai mare recesiune de la Marea Depresiune. În același timp, rețelele sociale și mass-media au amplificat dezinformarea.

Pandemia Dezinformării

- ✓ Criza COVID-19 a fost însorită de o „pandemie de dezinformare.” Teoriile conspirației despre originea și efectele virusului s-au răspândit rapid, generând frică și confuzie.

Dezinformarea și teoriile conpirației



Influența YouTube și vulnerabilitatea utilizatorilor:

YouTube este cea mai populară platformă din SUA, utilizată constant de persoanele cu vârste între 10 și 40 de ani. Adolescentii și tinerii adulți sunt cei mai vulnerabili la informațiile online, contribuind la propagarea rapidă a știrilor și reacțiilor, mai ales în timpul pandemiei.

Dezinformarea pe Twitter în timpul pandemiei:

Twitter a fost intens folosit pentru opinii, speculații și presupuse remedii COVID-19. Un studiu pe 1500 de tweet-uri a arătat că 1274 erau false și 226 parțial false. Informațiile eronate s-au răspândit rapid, fiind amplificate de conturi verificate și celebriți.

Dezinformarea și teoriile conspirației

Dezinformarea și teoriile conspirației despre COVID-19 s-au răspândit rapid prin rețelele sociale, mass-media și mesaje text. Informații false privind originea, prevenirea și tratamentul bolii au fost promovate chiar și de celebrități, politicieni și alte figuri publice influente. Vă prezint câteva dintre aceste teorii ale conspirației ce au circulat în acea perioadă:



5G și virusul – Teoria susține că rețelele 5G au declanșat pandemia. Fals: virusurile nu se transmit prin unde electromagnetice.



Bill Gates și vaccinurile – Se spune că Bill Gates a planificat pandemia și că vaccinurile conțin microcipuri. Fără dovezi științifice.



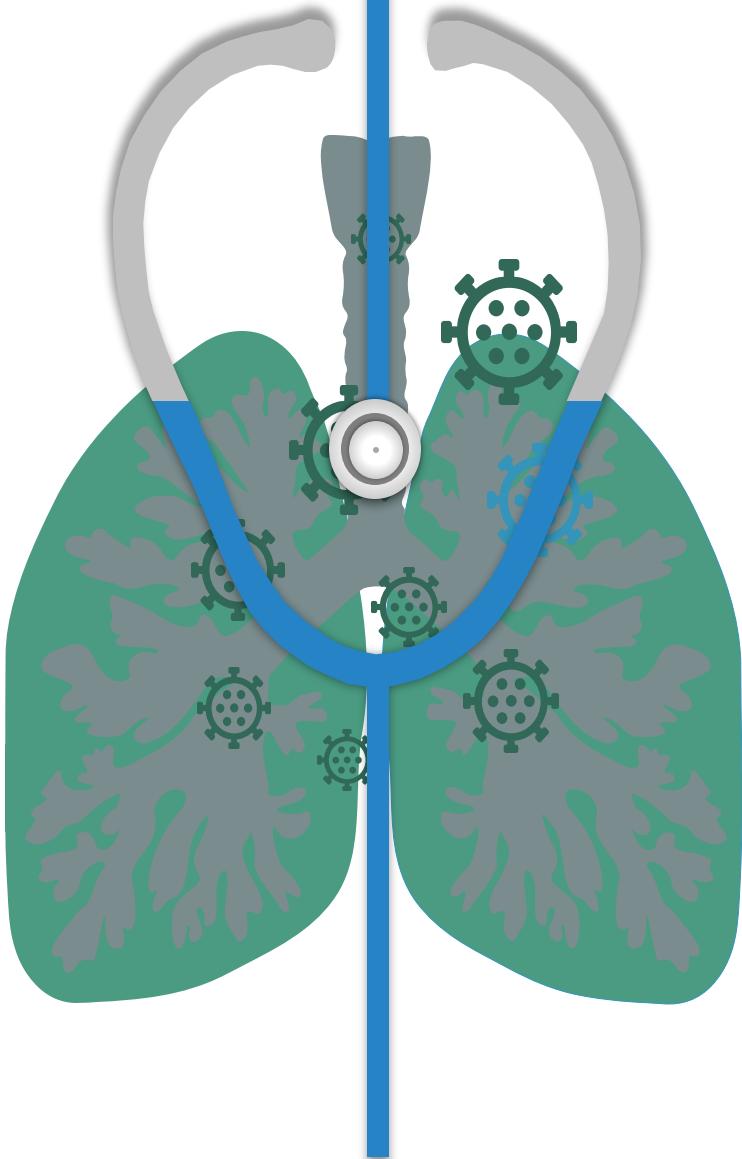
COVID-19 – armă biologică – Unii cred că virusul a fost creat intenționat într-un laborator chinez. **23%** dintre americani susțin această idee.



Elitele și controlul global – Teoria afirmă că pandemia a fost creată pentru a limita libertățile oamenilor. O variantă timpurie compara COVID-19 cu gripe.

Listă de dezinformări populare

Organizația Mondială a Sănătății (OMS) a clasificat dezinformarea legată de vaccinuri în cinci domenii tematice:



Amenințarea cu boala:

- perceptia că bolile prevenibile prin vaccinare sunt inofensive.

Încrederea:

- îndoiala față de fiabilitatea autorităților medicale care administrează vaccinurile.

Metodele alternative:

- preferința pentru medicina alternativă în locul vaccinării.

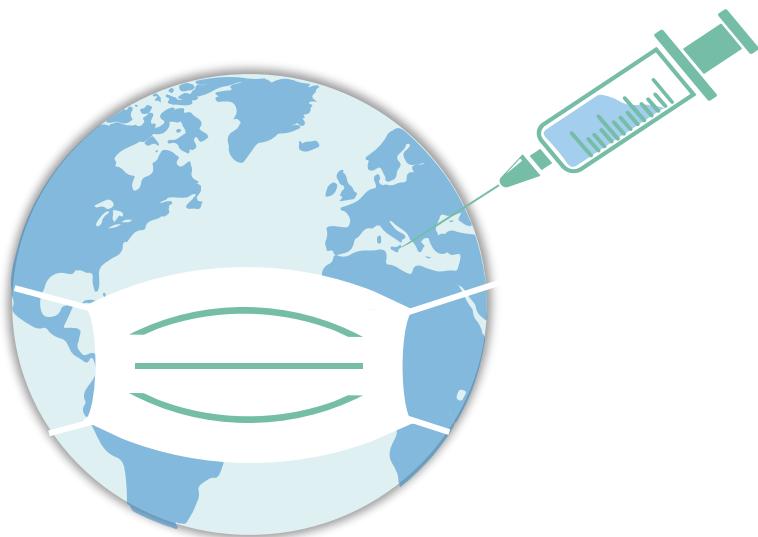
Eficacitatea:

- afirmația că vaccinurile nu funcționează.

Siguranța:

- convingerea că vaccinurile prezintă mai multe riscuri decât beneficii.

Teorii ale conpirației legate de vaccinare



Componentele vaccinului sunt periculoase

Tiomersalul, aluminiul și formaldehida sunt aditivi utilizați în vaccinuri, dar nu prezintă riscuri pentru sănătate în cantitățile utilizate.

- Fake news despre vaccinuri s-au răspândit rapid, punând la îndoială siguranța lor, deși știința le susține beneficiile.
- Teoriile conpirației, promovate de public și celebrități, au alimentat neîncrederea în imunizare.
- Internetul a amplificat dezinformarea despre vaccinuri.
- Organizația Mondială a Sănătății a clasificat ezitarea față de vaccinare drept una dintre cele mai mari amenințări la adresa sănătății globale încă din 2019.

Vaccinarea ca genocid

O teorie falsă sugerează că vaccinarea forțată ar fi o metodă de "depopulare". Aceasta se bazează pe citate eronate și pe confuzia dintre ARN și ADN. Vaccinurile ARNm nu pot modifica ADN-ul celular.

Vaccinurile fac parte dintr-o conpirație guvernamentală/farmaceutică:

Teoriile conpirației sugerează că companiile farmaceutice acționează în interesul profitului, în detrimentul sănătății publice. Aceste teorii ignoră dovezile științifice care susțin eficiența și siguranța vaccinurilor.

OFICIAL! ROMANII CARE SE OPUN VACCINĂRII SUNT DEPORTAȚI DIN GERMANIA, FRANȚA, ITALIA, UNGARIA, ELVEȚIA...



Românii au păreri foarte polarizate în ceea ce privește vaccinarea anti-COVID, existând atât un grup de persoane deschise către vaccinare (57%), precum și un grup destul de consistent care se opune vaccinării (43%).

Bărbații români sunt mai degrabă pro-vaccinare (68% intenționează să se vaccineze), comparativ cu femeile (49%). Studiile pe care Ipsos le-a desfășurat pe parcursul stării de urgență indicau faptul că femeile sunt mult mai alarmate și preocupate în ceea ce privește riscul de infectare, în timp ce bărbații erau mai degrabă sceptici și pragmatici.

Cu toate acestea, rezultatele recente ne confirmă faptul că există o tensiune în modul în care femeile își gestionează anxietatea, astfel încât echipa femeilor pare să funcționeze în contradictoriu - 'echipa de a se îmbolnăvi', pe de o parte și 'echipa de a se vaccina', pe de altă parte.

Clickbait și dezinformare despre deportarea românilor anti-vaccin

Articolul de pe todayactual.site folosește un titlu fals și alarmist pentru a atrage cititori. Totuși, conținutul nu confirmă această afirmație, ci doar exploatează curiozitatea publicului pentru a obține mai multe accesări.

Știri false în România

DIMINEAȚĂ ÎN CAPITALĂ! 250 DE PERSOANE SE PRESUPUNE CĂ TOȚI SUNT MORȚI DE COVID...



Fake news despre COVID-19 și manipulare online

Site-ul antenanews.xyz forță distribuirea articolelor pe Facebook. Imaginea folosită era din 2018 (Mexic) și fără legătură cu evenimentul. Autoritățile au confirmat că informațiile erau false și au recomandat surse oficiale.

Etica în mediile sociale în timpul pandemiei COVID-19

În timpul pandemiei, mediile sociale au influențat puternic distribuirea informațiilor, evidențiind probleme majore de etică digitală. Consider că atât utilizatorii, cât și platformele aveau responsabilitatea de a gestiona mai bine dezinformarea. Iată câteva măsuri esențiale.

Platformele sociale au avut un rol crucial în răspândirea informațiilor despre COVID-19. Etic, acestea aveau datoria de a combate dezinformarea prin:

- Etichetarea conținutului verificat Avertismente pentru postările neverificate.
- Eliminarea știrilor false Suspendarea conturilor care promovau conpirații.
- Promovarea surselor oficiale Direcționarea utilizatorilor către OMS.

**Responsabilitate
a platformelor
sociale**

**Responsabilitatea
utilizatorilor**

Din punct de vedere etic, utilizatorii mediilor sociale ar fi trebuit să adopte un comportament conștient și responsabil în timpul pandemiei:

- Verificarea informațiilor înainte de a le distribui.
- Evitarea promovării panicii prin distribuirea necontrolată a zvonurilor.
- Raportarea conținutului fals pentru a reduce impactul dezinformării.

Manipularea Opiniei Publice: Politica Externă și Războiul

- Războiul **psihologic** este mult mai puternic decât războiul **convențional**
 - Propagandă
 - Cenzură și controlul informației
 - Manipularea vizuală
 - Operațiuni psihologice
- **Dezinformarea de-a lungul istoriei**
 - Exemple istorice
 - Primul Război Mondial – Propaganda Britanică împotriva Germaniei
 - Al Doilea Război Mondial - Propaganda nazistă
 - **Mijloacele folosite**
 - Ziare, afișe, cărți
 - Radio, zvonuri
 - Cenzura și controlul presei și al informațiilor



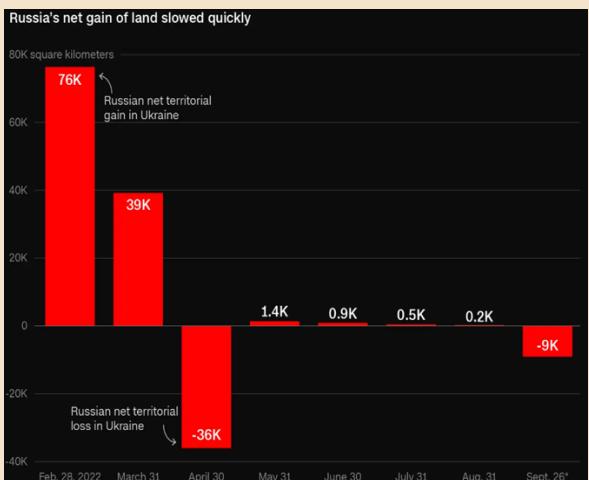
Conflictul Russo-Ucrainean

Februarie 2022

Aprilie 2022

Septembrie 2022

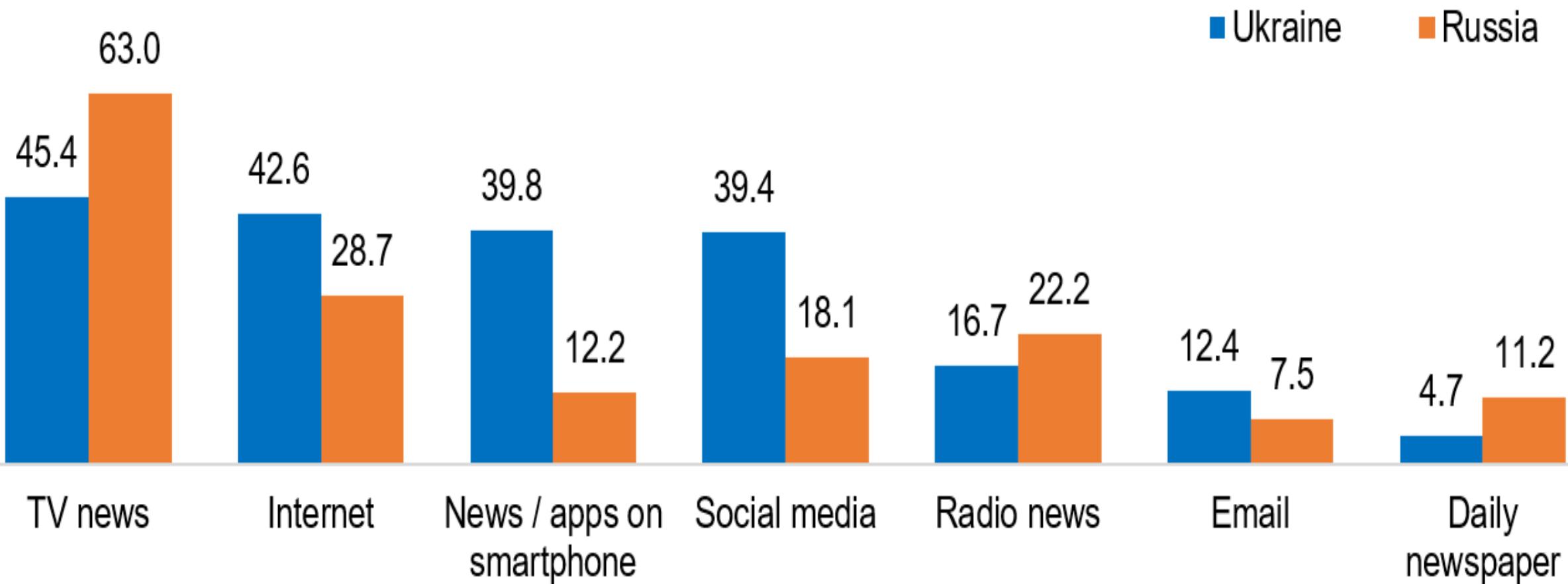
2023-2024

Începutul războiului Asaltul asupra Kievului	Refugiați în țări vecine Masacrul de la Bucha	Contraofensivele ucraineene	Luptă continuă în Dombas
<p>Președintele Putin lansează o „operațiune militară specială”, cu scopul de a „denazificarea” și „demilitarizarea” Ucrainei</p>  	<p>Peste 1 milion de oameni se refugiază în țările vecine. În Bucha, după retragerea trupelor rusești, sunt descoperite sute de cadavre ale unor simpli cetăteni</p>	<p>Ucraina ripostează, primind ajutor din partea SUA, câștigând înapoi teritorii și orașe importante</p> 	<p>Războiul devine din ce în ce mai tehnologizat, cu drone, atacuri cibernetice și dezinformare continuă</p> 

Propaganda Rusiei și răspunsurile U.E.

Strategiile de propagandă ale Kremlinului

Cum a răspuns Europa?



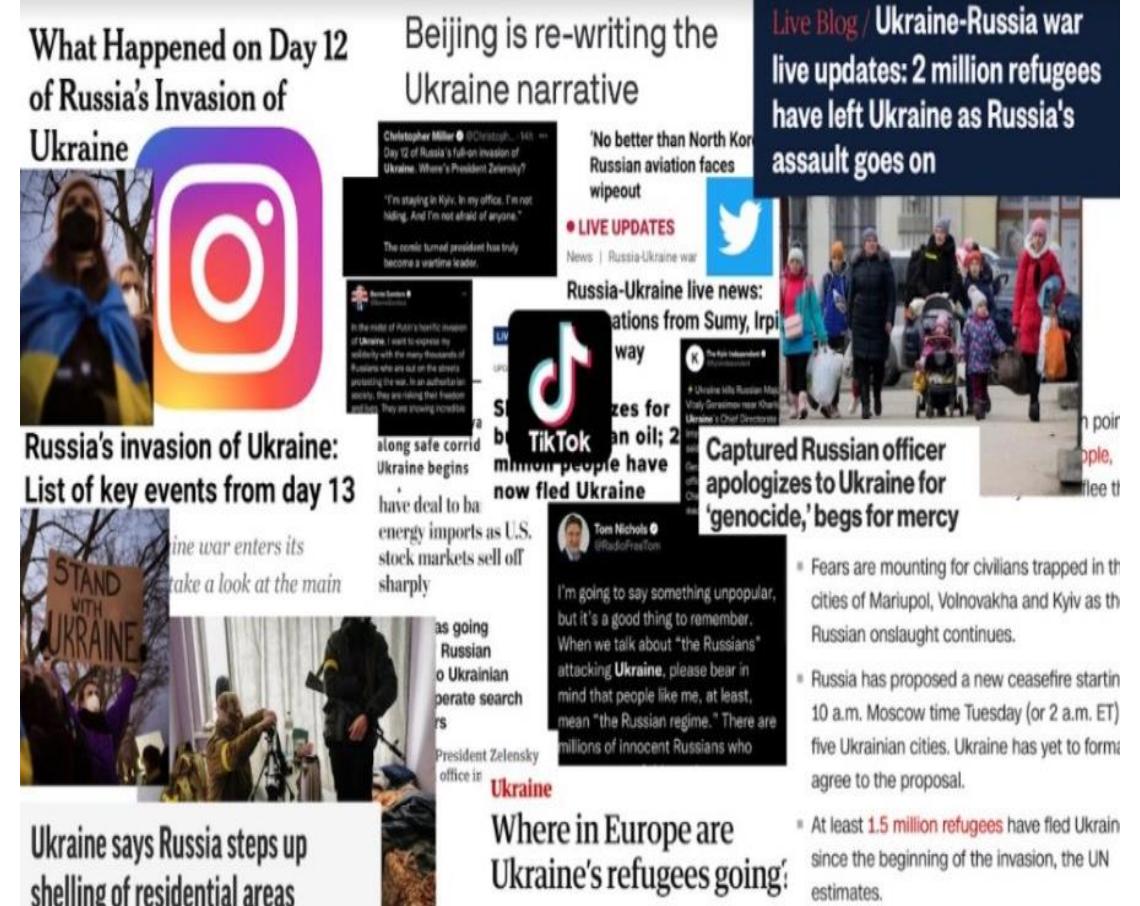
Modernizarea Dezinformării: Rolul Social Media

Cum se propagă fake news pe social media?

- **Algoritmii de recomandare** - conținut senzaționalist fals.
 - **Trollii și botnets** - mișcări artificiale de susținere.
 - **Deepfake și manipularea imaginilor** - videoclipurile trucate.

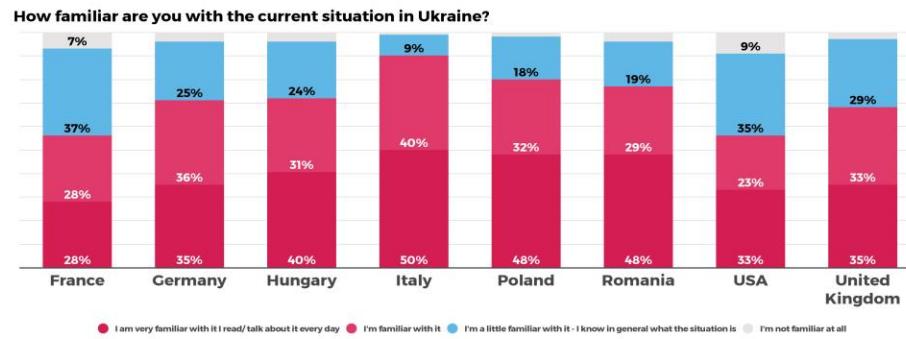
Exemple relevante:

- **TikTok și Telegram** - mesaje pro-ruse în timpul invaziei.
 - **Twitter (X) și Facebook** - ținta campaniilor de dezinformare rusești privind sprijinul occidental pentru Ucraina.



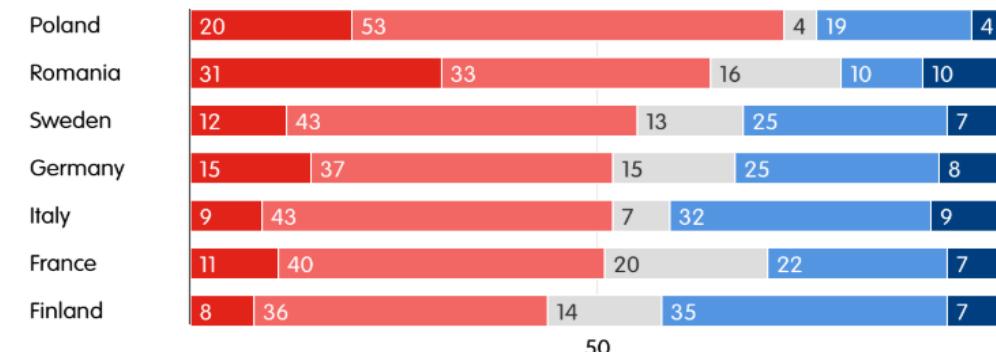
Etică și moralitate – europeni

The topic of the situation in Ukraine has touched the majority of us



How likely is a Russian invasion of Ukraine this year? In per cent.

Very likely Fairly likely Don't know Fairly unlikely Very unlikely



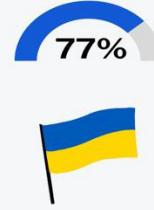
What Europeans think about Russia



think Russia is a **threat** to EU security



think the influence of the EU in the world is currently **weaker** than Russia's



think Russian authorities should be **held accountable** for the current situation in Ukraine

Source: Eurobarometer 2023

E

VICTORY IN WAR

FEB 2024

UKRAINE POLL

88%

OF UKRAINIANS BELIEVE THEY WILL WIN THE WAR AGAINST RUSSIA



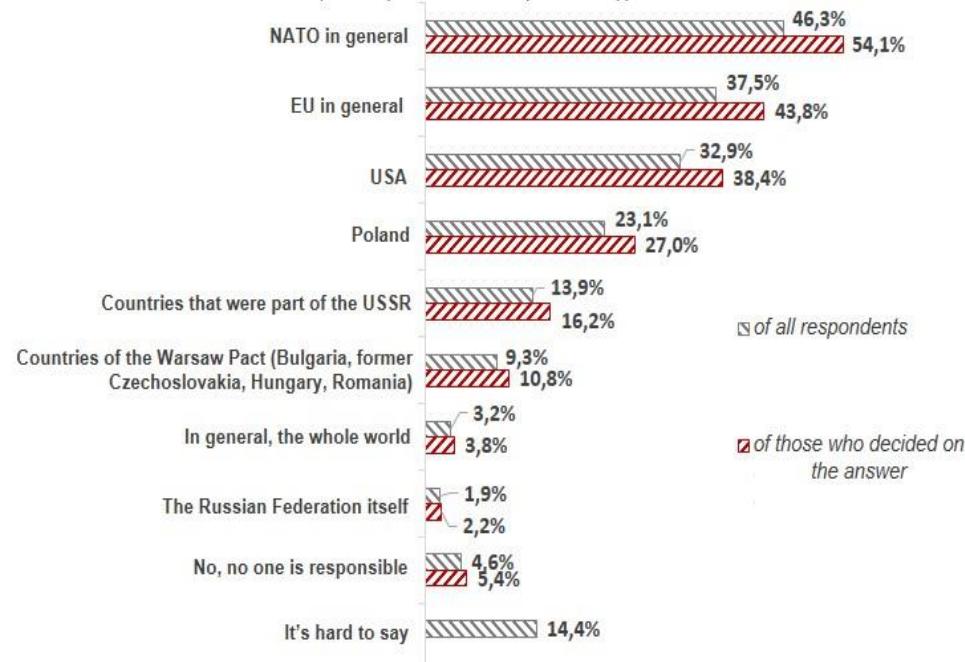
IRI.ORG | @IRI_POLLS

Etică și moralitate – ruși

Whom do the Russians blame?

The exact wording of the question:

*“What countries do you think are responsible for supporting Nazism in Ukraine?
(Multiple answer question)”).*

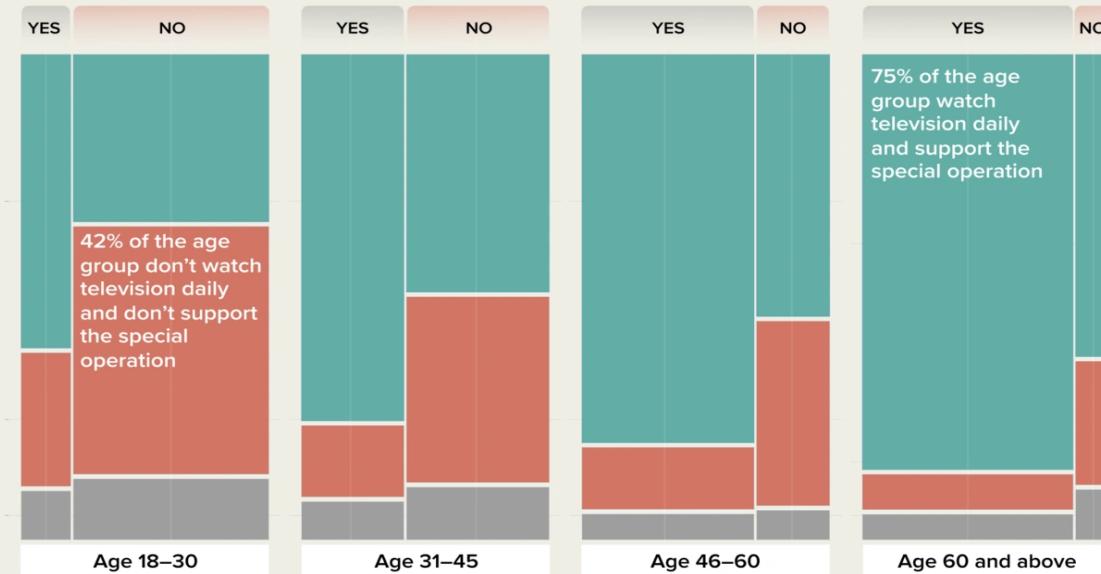


The elderly tend to get their information from television, while younger people get their information online

“Do you support the ‘special operation’?”

■ Refused to answer ■ Tend not to support ■ Tend to support

“Do you watch television daily?”



Data source: VTsIOM (25–27 February)

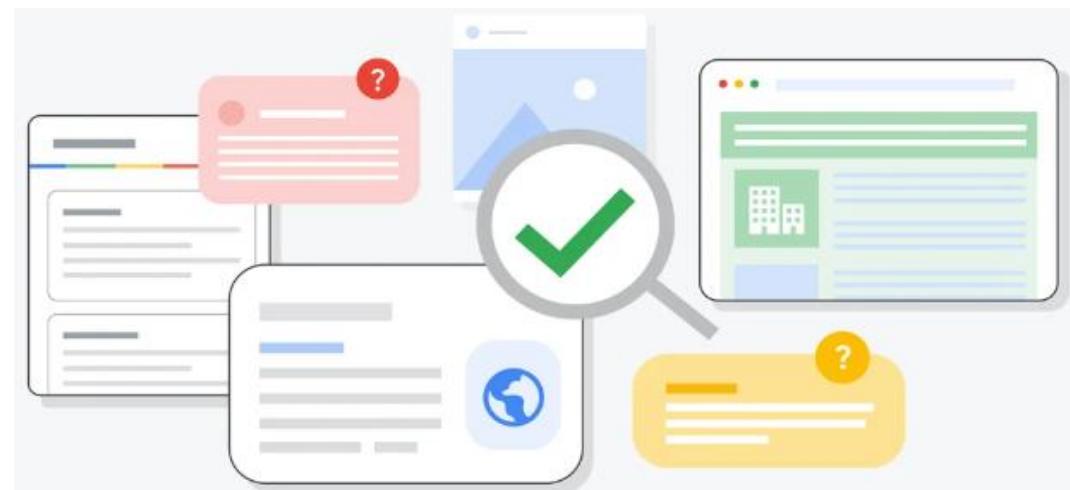
Modalități de prevenire

La nivel înalt:

- ✓ Educație media
- ✓ Susținerea jurnalismului
- ✓ Reglementarea rețelelor sociale
- ✓ Sancțiuni împotriva dezinformării sponsorizate de state

La nivel personal:

- ✓ Verificarea surselor de informație
- ✓ Analiza critică a conținutului online
- ✓ Evitarea distribuirii nepremeditate a informațiilor
- ✓ Utilizarea uneltelor de Fact-Checking
- ✓ Învățarea și educarea celor din jur



Influența externă a Rusiei în politicile interne

Influența în Republica Moldova

- Sprijinirea partidelor pro-ruse
- Manipularea informației prin televiziunile rusești

Rezultate preliminare

Total

2074 (93.47%) **2219** **1436852**

Procese-verbale

Total voturi



MAIA SANDU

50.61% (727159)



ALEXANDR STOIANOGLU

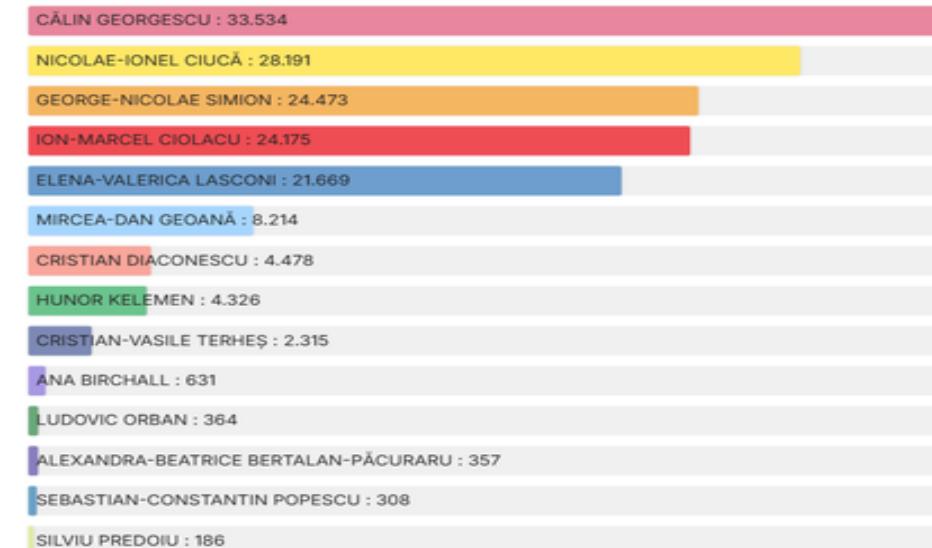
49.39% (709693)

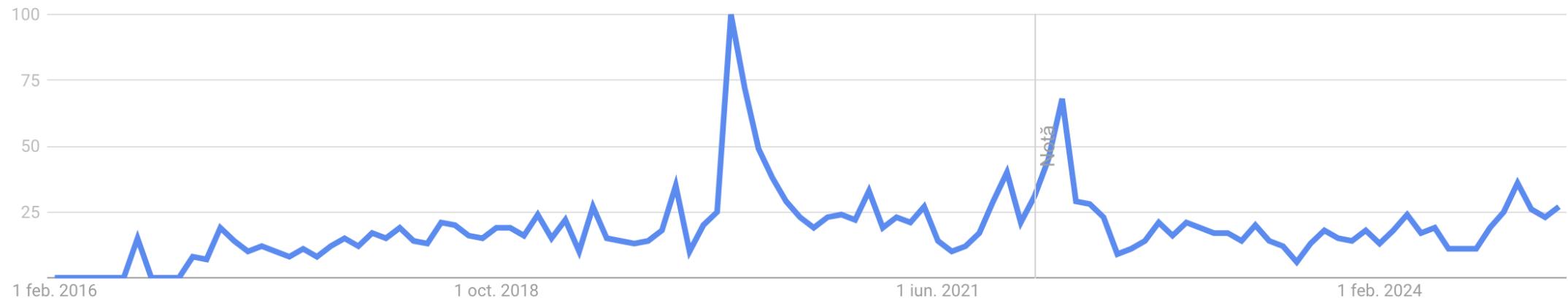
Influența în România

- Susținerea partidelor extremiste
- Promovarea narativelor anti-UE și anti-NATO

REPREZENTARE GRAFICĂ

Bară Cerc Suprafata





Martie 2020: Declarația stării de urgență în România pe perioada pandemiei COVID 19

Martie 2022: Declanșarea războiului în Ucraina

Decembrie 2024: Alegeri Prezidențiale în România

A professional portrait of Călin Georgescu, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue suit, a white shirt, and a red tie. He is smiling and has his arms crossed. The background is plain white.

(scoase din) Context

- Câștigarea primului tur al alegerilor prezidențiale din România de către Călin Georgescu a reprezentat o surpriză imensă, obținând aproape 23% din numărul total de voturi.
- Puțin cunoscut publicului larg înainte de alegerile prezidențiale, candidatul a fost creditat cu mai puțin de 1% din intențiile de vot în sondajele efectuate cu patru săptămâni înainte de scrutin și cu 10,6% din intențiile de vot între 20 și 21 noiembrie.
- În urma acestor rezultate, numeroase analize au evidențiat existența unor fenomene digitale informaționale menite să perturbe buna desfășurare a alegerilor.

Cum s-a putut întâmpla aşa ceva?

ATTENTION SPAN

Attention span-ul se referă la perioada de timp în care o persoană își poate menține concentrarea asupra unei activități fără a se distra. Social media a schimbat modul în care consumăm informația și ne influențează atenția prin mai multe mecanisme:



Conținutul **rapid** și **ușor** digerabil (ex. TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) ne obișnuiește să consumăm informație în format **scurt**.



Fiecare **scroll** sau **like** pe social media declanșează eliberarea de **dopamină** (hormonul plăcerii), creând un ciclu de recompensă rapidă.



Navigarea simultană pe mai multe platforme sociale duce la **distragere constantă** și **scăderea capacității** de a rămâne focusat pe o singură sarcină.



Consumăm atât de multe **informații** într-un **timp scurt** încât **memoria** de lucru **nu poate** reține totul **eficient**.

ACCORDING TO RESEARCH,

our attention span has markedly decreased in just

15 YEARS...



AVERAGE ATTENTION SPAN
IN 2000:
12 SECONDS



AVERAGE ATTENTION SPAN
IN 2015:
8.25 SECONDS

IN FACT,

scientists reckon we now have shorter attention spans than goldfish...



AVERAGE ATTENTION OF A
GOLDFISH:
9 SECONDS

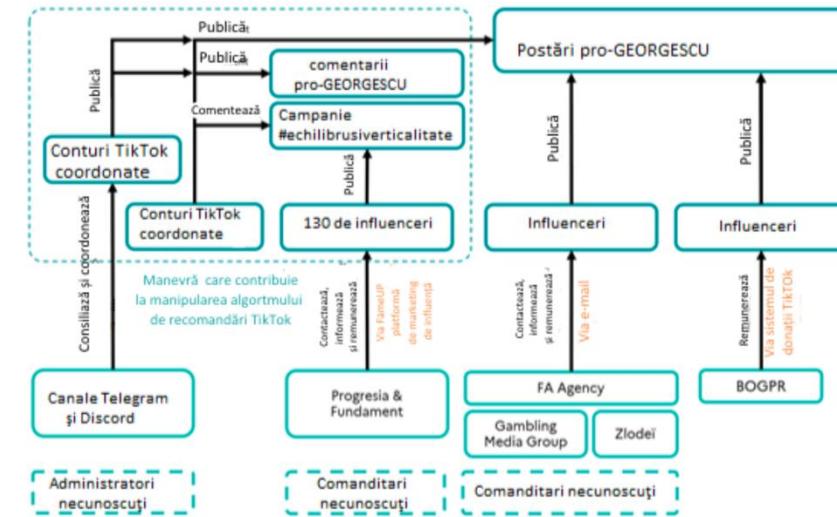
O campanie sofisticată de manipulare a algoritmilor

Popularitatea candidatului a crescut deosebit de rapid pe TikTok, în special în cele două săptămâni care au precedat alegerile (a înregistrat peste **73,2 milioane** de vizualizări în şapte zile).

Creșterea fulminantă a vizibilității candidatului pe platformă pare să fi fost realizată datorită unei campanii sofisticate de astroturfing.

Potrivit serviciilor române de informații, aproape 25.000 de conturi TikTok pro-GEORGESCU au devenit deosebit de active cu două săptămâni înainte de primul tur al alegerilor.

O analiză realizată de ONG-ul Center for AI & Digital Humanism confirmă și evidențiază faptul că o mare parte a acestei operațiuni a fost realizată prin postarea masivă de comentarii pe platformă, în special la postările provenite din conturile altor candidați.



Implicarea factorului uman

Peste 100 de influencerii, având 8 milioane de abonați, au fost recruatați pentru promovarea candidatului

Mecanismul a constat în publicarea unor mesaje aparent inofensive referitoare la alegerile prezidențiale

Influencerii contactați au fost rugați să difuzeze clipuri video prin care să îndemne alegătorii să meargă la vot

După postarea acestor videoclipuri, conturile coordonate inundau secțiunea dedicată comentariilor cu mesaje de susținere a lui Călin Georgescu, prezentat ca având calitățile „candidatului ideal”, pentru a da impresia unei susțineri populare masive

Potrivit Ministerului român de Interne, conținutul video și hashtag-urile asociate campaniei au ajuns pe locul 9 la nivel mondial în topul tendințelor TikTok

Informații aflate după alegeri

01

După câștigarea primului scrutin al alegerilor, multiple informații despre candidatul Călin Georgescu au început să apară.

02

În urma acestora, o parte din influenceri au încetat susținerea candidatului, făcând publice și datele financiare ale deciziei lor inițiale.

03

Însă popularitatea candidatului a crescut, iar scurte clipuri în care bucăți de dialog ale acestuia au adus susținerea multor altor persoane, lucru ce a dus la intervenția autorităților române.

Reactia autoritatilor romane si a platformei TikTok

La 6 decembrie 2024, Curtea Constituțională a României a luat decizia de a anula „întregul proces electoral privind alegerea Președintelui României

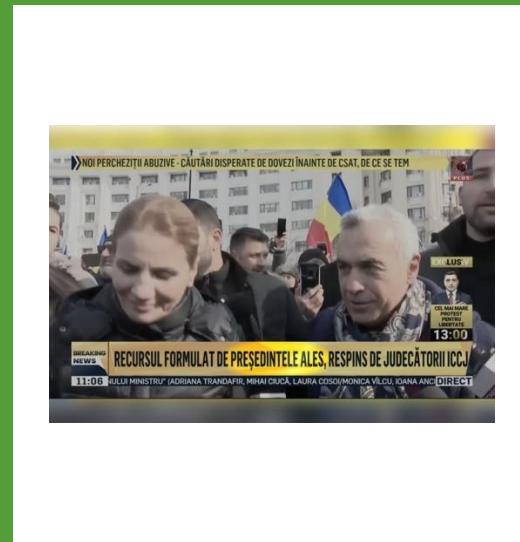
Pe lângă acuzațiile de manipulare a informațiilor, TikTok este acuzată că nu a fost în măsură să identifice faptul că videoclipurile publicate pe contul candidatului Călin Georgescu erau de natură electorală

Încă din 20 noiembrie, Biroul Electoral Central a informat platforma cu privire la conținutul de propaganda electorală care nu respecta cerințele legale românești, în special codul de identificare al mandatarului fiscal.

Candidatul Georgescu, care a declarat că nu a avut buget de campanie, a negat că ar fi folosit ferme de troli și a afirmat că a obținut popularitatea digitală doar cu ajutorul „voluntarilor”.

Aspecte etice

- Totuși, și după anularea scrutinului, popularitatea candidatului nu a scăzut, iar dezinformarea existentă atât în social media, cât și în cadrul emisiunilor TV, a atins o notă covârșitoare.
- Candidatul a fost văzut ca un pericol, astăzi aflându-se sub control judiciar, riscând până la 28 de ani de închisoare pentru multiplele infracțiuni pe care le-a cauzat.
- Înainte de alegerile parlamentare, au apărut câteva imagini pe TikTok în care partidul SENS era asociat imaginii lui Călin Georgescu, fiind o informație eronată.
- Simpatizanții acestui candidat NU au verificat veridicitatea acestor informații, și au votat cu un partid ce promovează viziuni total diferite față de ale lor.
- Care ar fi fost sentimentul general, dacă un candidat ar fi avut aceeași strategie ofensivă, dar care să nu fi făcut declarații false, ci bazate pe observații obiective?



Scam-urile în mediul online

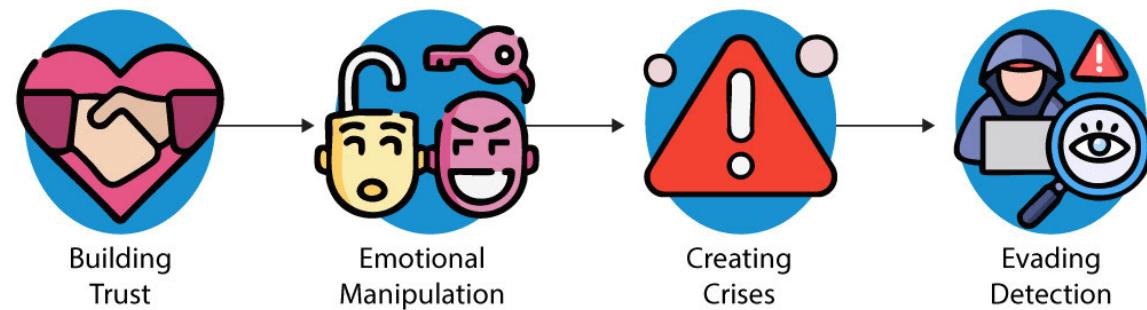
- Scam-urile reprezintă o amenințare tot mai mare în lumea digitală, afectând utilizatori, companii și instituții guvernamentale.
- Ele au evoluat semnificativ odată cu dezvoltarea tehnologiilor digitale, folosind tehnici din ce în ce mai sofisticate pentru a îngăduia victimele, cum ar fi:
 - Phishing (mesaje/mail-uri false)
 - Escrocherii din comerțul online (produse fictive sau inexistente)
 - Fraude cu cryptomonede (OneCoin, moneda nici nu există și totuși oamenii au "investit" 4 miliarde de dolari)
 - Tip "Nigerian 419" (John Rempel a pierdut 600.000 de dolari pentru a intra în posesia unei moșteniri lăsate de un prosper om de afaceri nigerian care nu avea moștenitori)



Fraude sentimentale

Escrocii creează relații online false pentru a manipula emoțional victimele - românca locotenent colonel SRI, care a furat peste 900.000 de lei din bugetul operațional și i-a trimis unui bărbat cunoscut pe Instagram, dat drept "neurochirug american care era plecat în misiune în Damasc și avea nevoie de bani"

How Romance Scams Work



Studiu de caz – reclame false



Ofertă Limitată

Pachet de 24 băuturi energizante Red Bull + Frigidere de marcă

223.60 lei 49.43 lei

O ofertă unică pentru iubitorii de Red Bull!

Red Bull este o alegere excelentă pentru cei care apreciază gustul și efectul unei băuturi energizante dovedite. Acum, când achiziționați un pachet promotional de 24 de cutii, primiți gratuit un frigidere stilat de marcă Red Bull cadou! Fridigerele sunt echipate cu lămpi ECO LED, uși duble care se deschid în ambele sensuri și un panou de control de sus cu finisaj auriu. Panoul de control are trei comenzi care controlează temperatură de răcire, luminile LED din interiorul frigidierului și luminile LED din exteriorul frigidierului.

Numărul de cadouri este limitat, iar oferta este valabilă până la sfârșitul lunii!

Grăbiti-vă să vă plasați comanda pentru a nu rata această oportunitate unică!

Specificațiile frigidierului

Întrebarea 1 din 5:

Ați achiziționat vreodată produse Red Bull?

DA

NU

România Coca-Cola
Sponsored

SET 24 BORCANE + FRIGIDER COCA-COLA

Coca-Cola

248.99 LEI

49.72 LEI GRATUIT FRIGIDER

Learn more >



CALEATORIE DE IARNĂ CU COCA-COLA

Ofertă unică: cumpără un pachet de 24 de doze de Coca-Cola și primești un mini-frigidier de marcă cadou!

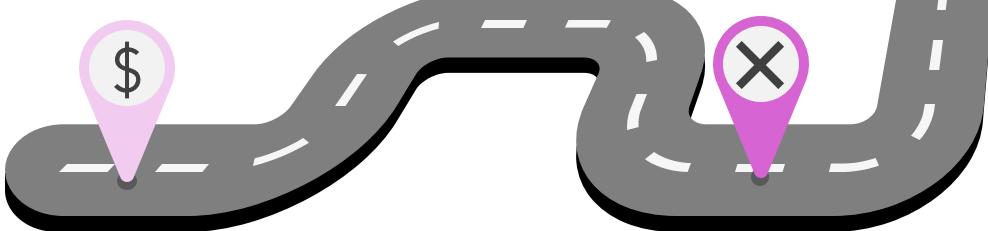


Nu rata șansa — apasă acum și fă această iarnă specială cu Coca-Cola!

See Translation

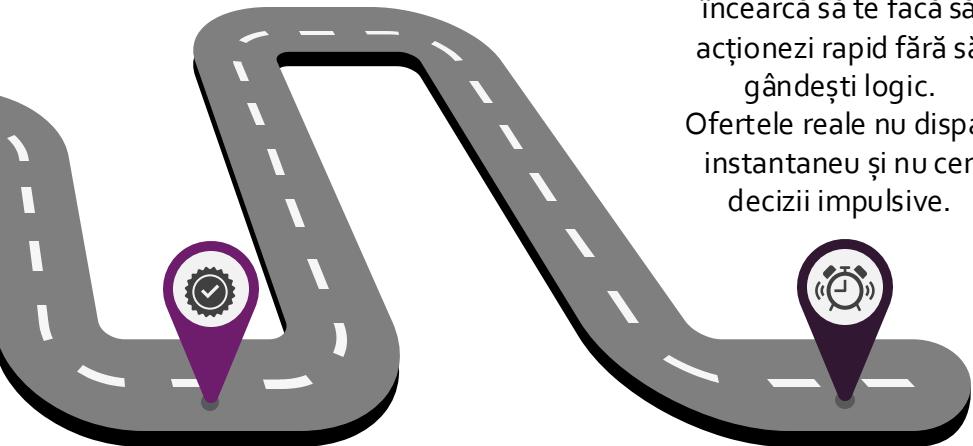
Cum detectăm un scam?

Un mini-frigider de brand costă mult mai mult decât 50 lei, iar adăugarea a 24 de doze la acest preț este extrem de suspectă.



„SET 24 BORCANE” în loc de „doze” – lucru care nu ar apărea într-o reclamă oficială.

O companie mare precum Coca-Cola nu ar face astfel de greșeli în comunicarea lor oficială.



Niciuna dintre reclame nu menționează un website oficial al Coca-Cola sau Red Bull.

Nu există link către site-ul companiei.

„GRĂBÎȚI-VĂ! Oferta este limitată!” - Escrocii încearcă să te facă să acționezi rapid fără să gândești logic. Ofertele reale nu dispar instantaneu și nu cer decizii impulsive.



Cum ar putea evoluă în viitor aceste scam-uri?



Inteligenta Artificiala (AI) va permite escrocilor sa creeze mesaje, voci si videoclipuri false mai convingatoare ca niciodata.



Deepfake-urile vor fi folosite pentru a imita identitatile unor persoane de incredere (voci asemantatoare cu cele a familiei, a prietenilor, a influencerilor (ex: Selly), CEO, atacuri asupra bancilor, inselatorii prin apeluri video).



Scam-urile vor deveni mult mai greu de detectat, deoarece victimele vor crede ca interactioneaza cu persoane reale.

Implicațiile etice ale **scam-urilor** online

01

Încălcarea încrederii și manipularea – Atacatorii exploatează vulnerabilitățile oamenilor prin înșelăciune și inducere în eroare.

02

Prejudicii financiare și emoționale – Victimele pot suferi pierderi materiale și traume psihologice, afectându-le siguranța și bunăstarea.

03

Erodarea securității digitale – Scam-urile subminează încrederea în platformele online și sistemele de plată electronică.

Soluții și concluzii

-82% dintre breșele de date din 2021 au implicat un factor uman, confirmând că oamenii joacă un rol major în incidentele de securitate și breșele de date.

-Consider că suntem responsabili să înțelegem pericolele din mediul online, să raportăm orice tentativă de fraudă vedem și să explicăm pericolele și celor mai puțini cunoscători și pricepuți pe internet. De asemenea, training-urile de specialitate au o importanță majoră.

-Raportul "Phishing by Industry Benchmarking" realizat de KnowBe4:
Acest studiu a analizat date de la peste 9,5 milioane de utilizatori din
peste 30.000 de organizații, trimițând 23,4 milioane de e-mailuri
simulate de phishing. Rezultatele au arătat că instruirea în materie de
securitate a redus semnificativ susceptibilitatea angajaților la
atacurile de tip phishing, de la 32.4% la 17.6%.

Referințe I

1. SAENKO, Vladimir, et al. The Chernobyl accident and its consequences. *Clinical Oncology*, 2011, 23.4: 234-243.
2. <https://ceazisgeorgescu.ro/>
3. <https://www.factual.ro/>
4. https://www.reddit.com/r/Romania/comments/1h3bbvu/votantii_din_diaspora_au_votat_cu_sens_dupa_ce_au/
5. <https://www.sgdsn.gouv.fr/publications/manipulation-dalgorithmes-et-instrumentalisation-dinfluenceurs-enseignements-de>
6. <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>
7. Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training, [Ireton, Cherilyn, Posetti, Julie](#)

Referințe II

8. **Forbes România.** (2020, aprilie 14). *Știre falsă despre un TIR plin cu morți de COVID, „descoperit” în București.* Forbes România. [<https://www.forbes.ro/stire-falsa-despre-un-tir-plin-cu-morti-de-covid-descoperit-bucuresti-170162>]
9. **Serviciul de Informații și Securitate al Republicii Moldova (SIS).** (2020). *Sursele informaționale care distribuie știri false despre COVID-19 rămân în atenția SIS.* SIS Moldova. [<https://sis.md/ro/content/sursele-informa%C8%9Bionale-care-distribuie-%C8%99tiri-false-despre-covid-19-r%C4%83m%C3%A2n-%C3%AEn-aten%C8%9Bia-sis>]
10. **Wikipedia.** (n.d.). *Dezinformarea privind vaccinurile.* Wikipedia. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Dezinformarea_privind_vaccinurile
11. **Wikipedia.** (n.d.). *Dezinformări privind pandemia de coronaviroză (COVID-19).* Wikipedia. [[https://ro.wikipedia.org/wiki/Dezinform%C4%83ri_privind_pandemia_de_coronaviroz%C4%83_\(COVID-19\)](https://ro.wikipedia.org/wiki/Dezinform%C4%83ri_privind_pandemia_de_coronaviroz%C4%83_(COVID-19))]
12. **NCBI.** (2022). *Misinformation, fake news, and their impact on public health.* National Center for Biotechnology Information (NCBI). [<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9114791/>]
13. **Wikipedia.** (n.d.). *COVID-19 misinformation.* Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/COVID-19_misinformation]

Referințe III

14. <https://www.dw.com/ro/războiul-hibrid-al-rusiei-și-dezinformarea-ca-armă/a-70282933>
15. https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation_ro
16. <https://edition.cnn.com/interactive/2023/02/europe/russia-ukraine-war-timeline/index.html>
17. <https://gjia.georgetown.edu/2024/02/02/russia-ukraine-through-the-eyes-of-social-media/>

VĂ MULȚUMIM
