

Riscuri și oportunități în analiza new media

Liliana COJOCARU

Serviciul Român de Informații

rrsi@sri.ro

Abstract

The liaison between the mass-media and intelligence activity is a subject widely developed in the most researches, which highlighted the various roles played of the new media - from being a scene for the confrontation or propaganda of values/ ideas to representing generator of terrorism or platform for antisocial groups. Given this general context, this paper focuses on two directions: the role of new media in the field of intelligence - the manner in which Internet and social media can be manipulated for the benefit of illegal groups - and the intelligence community policies.

Keywords: new media, open source, blogs, cyberspace, intelligence activity.

1. Considerații introductive

În era societății informaționale pe care o parcurgem, procesele de comunicare devin vectori de influențare a percepției asupra amenințărilor la adresa securității naționale și de argumentare în favoarea unor decizii politico-militare.

Apariția și dezvoltarea noilor forme mass media – denumite generic *new media* – și impunerea acestora, într-un timp relativ scurt, ca sursă de informare concurentă presei tradiționale, reprezintă un fenomen global, numeroase studii evidențiind „creșterea audienței știrilor difuzate online în detrimentul canalelor mediatice tradiționale¹” (vezi fig.1).



Figura. 1 – Evoluția traficului media on line

¹ Studiul organizației “Harris Interactive”, în cadrul Congresului Anual al Asociației Mondiale a Ziarelor.

Pot fi considerate *new media*² atât blogurile și extensiile online ale presei clasice (edițiile electronice ale publicațiilor tipărite, site-urile canalelor audio/video și ale agențiilor de presă), posturile TV și radio și publicațiile electronice cu activitate exclusiv pe Internet, cât și podcasturile (fișiere audio postate pe web), lumile virtuale („*Second life*”), enciclopediile de tip „wiki” (al căror conținut este realizat de utilizatori), platformele de socializare („Facebook”, „MySpace”), site-urile și e-mail-ul.

Potrivit studiului „*Fighting Back: New Media and Military Operations*”, *new media* reprezintă „*orice mijloc care permite unui spectru larg de utilizatori (de la indivizi la entități statale) să creeze și să disemineze informații în timp real, care au capacitatea să influențeze o audiență largă (regională sau mondială), folosind tehnologii de comunicații standardizate și având ca platformă unificatoare Internetul*”.

New Media poate avea mai multe accepțiuni, astfel că următoarele definiții ne pot oferi o perspectivă globală asupra conexiunii cu alte domenii³.

- **New media versus cyberculture** – Termenul de *cyberculture* reprezintă studiul unei variate game de fenomene sociale care sunt asociate Internetului și rețelelor de comunicare (bloguri, jocuri online cu jucători multipli), în timp ce *new media* este axată pe paradigme culturale (TV analog și digital, iPhone).

- **New media - tehnologia computerelor folosită ca o platformă de distribuție** – *New Media* înglobează domeniile culturale ce utilizează tehnologia digitală pentru distribuție și expunere (internet, website-uri, multimedia, discuri Blu-ray). Problema ce intervine în această explicație este faptul că, o dată la câțiva ani, definiția trebuie revizuită, deoarece acest „new” nu va mai fi atât de nou, întrucât noile forme de cultură vor fi distribuite prin intermediul computerului.

- **New media ca date digitale controlate de software** – Limbajul *new media* se bazează pe supoziția că, de fapt, toate componentele sferei culturale care au la bază reprezentarea digitală și distribuția pe computer dețin calități comune. *New media* este redusă la date digitale care pot fi manipulate de un software la fel ca orice alte date. Operațiunile media pot genera mai multe versiuni ale aceluiași obiect.

² www.bbc.co.uk; <http://whatsnewmedia.org>

³ BERGER, Arthur, *Media Analysis Techniques*, Londra, 2005.

- **New media, combinație între convențiile culturale existente și convențiile de software** – Termenul poate fi înțeles ca un amalgam între convențiile culturale mai vechi, „clasice” pentru reprezentări de date, acces și exploatare și noile convenții de acest tip. În ecuație, vechiul este reprezentat de realitatea vizuală și experiența umană, iar noul reprezintă datele numerice. Computerul nu implică deciziile creative și este văzut ca un tehnician. Ilustrativ, putem lua ca exemplu un film, unde software-ul este folosit în anumite secțiuni de producție, iar în altele se folosește animația creată pe computer.

- **New media, estetică ce însoțește stadiul de început al oricărei noi media moderne și tehnologia comunicării** – În timp ce curente ideologice reapar cu frecvență regulată, multe strategii estetice reapar de două sau trei ori. Pentru ca această abordare să fie cu adevărat folositoare, este insuficient să se înregistreze momentul apariției acestora. Astfel, ar trebui dezvoltată o analiză mult mai vastă care să coreleze istoria tehnologiei cu istoria socială, politică și economică a perioadei moderne.

- **New media, execuție mai rapidă a algoritmilor executați anterior manual sau prin intermediul altor tehnologii** – Computerele asigură o accelerare extraordinară a ceea ce înainte realizăm prin tehnici manuale. Această viteză dramatică a execuției face posibile tehnici inexistente în trecut. Totodată, devin posibile noi forme de artă media, precum multimedia interactivă și jocurile pe computer. Deși, la un anumit nivel, putem vorbi despre computer ca fiind un calculator mai rapid, nu trebuie ignorată cealaltă identitate: a unui device de control cibernetic.

- **New media, codificare modernist-avangardistă; new media ca meta-media** – Manovich spune că anii 1920 sunt mult mai relevanți pentru *new media* decât oricare altă perioadă. Meta-media coincide cu postmodernismul, în sensul că ambele reutilizează vechile idei în loc să creeze ceva nou. *New media* avangardistă se referă la noi moduri de a accesa și exploata informația (hypermedia, baze de date, motoare de căutare). Meta-media este un exemplu de cum poate fi schimbată cantitatea în calitate, la fel cum tehnologia *new media* și tehnicile de manipulare pot recodifica estetica modernă într-o estetică postmodernă foarte diferită.

- **New media, articulare paralelă a ideilor similare în artă, postbelică** – Această artă implică realizarea de imagini prin schimbarea sistematică a unui singur parametru. Acest lucru duce la crearea unor imagini incredibil de similare. Astfel, putem concluziona că algoritmi, această parte esențială a *new media*, nu depind de tehnologie și pot fi realizați de oameni.

1.2 Schimbarea modelului de comunicare în media românească

Utilizând ca suport Internetul și beneficiind de avantajele acestui mediu (costuri scăzute, arie largă de adresabilitate, acces instantaneu la informații, interactivitatea datorată implementării tehnologiei web 2.0 ce a permis transformarea audienței în autori - *citizen journalism*), *new media* aduc un aport substanțial la schimbarea modelului clasic al comunicării.

Pe măsură ce dimensiunea și influența blogosferei (totalitatea web-log-urilor și a autorilor de bloguri) crește, linia de demarcație dintre bloguri și *media mainstream* devine din ce în ce mai difuză: blogurile mari preiau caracteristicile edițiilor electronice ale ziarelor, iar site-urile mass media tradiționale încorporează formatul utilizat în blogosferă. De altfel, 95% din primele 100 de ziare din SUA au lansat bloguri ale reporterilor.⁴

Blogurile sunt considerate o alternativă la mass media clasice, principalul argument invocat de utilizatori fiind credibilitatea informațiilor furnizate, neafectată de presiunile existente în cadrul organizațiilor de presă tradiționale. Din această perspectivă, se remarcă în special blogurile politice, ai căror autori susțin că mass media clasice promovează o agendă ascunsă, determinată de interese de grup, suspiciune care constituie principala motivație a comentatorului politic independent.

În schimb, în cadrul dezbaterilor cu privire la edificarea blogurilor ca sursă de informații cu influență crescută, majoritatea controverselor sunt focalizate asupra lipsei eticii jurnalistice a bloggerilor, fiind contestată postarea pe bloguri a unor informații brute⁵.

În SUA, de exemplu, popularitatea blogurilor politice și credibilitatea acestora a ajuns la un nivel atât de înalt încât subiectele abordate în materialele postate au fost preluate în spațiul public, generând dezbateri care au influențat temele de campanie electorală.

Astfel, blogosfera se constituie într-una din principalele platforme de comunicare folosite de către politicieni pentru promovarea și testarea propriilor programe politice, fiind apreciată drept un *indicator al opiniei publice*.

➤ Conform site-ului *www.podcastnews.com*, strategia electorală a lui Barack Obama, orientată către *new media*, a reprezentat unul dintre avantajele care i-au permis să îl învingă pe contracandidatul său, John McCain,

⁴ <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere>

⁵ Raportul „*Innovations in Newspapers*”, realizat de „Innovation International Media Consulting Group” (2007).

reticent față de transmiterea mesajelor politice prin intermediul Internetului. Practic, au fost primele alegeri, denumite și „alegerile Facebook”, în care candidații au încercat să se conecteze direct cu susținătorii prin intermediul rețelelor de socializare, în special Facebook și MySpace. Victoria lui Obama a fost datorată, în mare parte, susținerii din partea tinerilor: exit poll-urile au arătat că acesta a fost votat de peste 70% din cetățenții sub 25 de ani, cel mai mare procent de la introducerea exit poll-urilor în America (1976). De menționat că unul din strategii cheie ai lui Obama a fost Chris Hughes, cofondator al Facebook. Începând cu campania lui Barack Obama și aparatele partidelor politice au hotărât să utilizeze aceste noi servicii, așa cum s-a văzut la alegerile pentru Parlamentul European din iunie 2009.

În România, importanța crescândă a *new media* este relevată și de invocarea/preluarea din ce în ce mai frecventă a acestora de către presa scrisă și audio-video, precum și de audiența unor site-uri dedicate știrilor, a căror performanță este cu atât mai notabilă cu cât nu beneficiază de suportul unor trusturi media (Hotnews.ro/audiența zilnică de aproximativ 60-70.000 de cititori, ziare.com/30-35.000).

Majoritatea bloggerilor și specialiștilor din România a evidențiat creșterea credibilității blogurilor românești și deschiderea publicului și a clienților de publicitate față de acest nou mediu, în special datorită integrării blogurilor jurnaliștilor de către marile trusturi de presă „Intact”, „Media Pro” și „Realitatea - Cațavencu”. La aceasta se adaugă atenția pe care politicienii au început să o acorde fenomenului, un număr important de bloguri ale acestora fiind lansate în contextul campaniei electorale pentru alegerile locale din iunie 2008⁶.

Principalele deficiențe ale blogosferei românești sunt numărul relativ mic al blogurilor specializate, întreținute de specialiști, dar și concentrarea lor pe zona de media, publicitate și marketing.

În România, s-a remarcat folosirea *new media* de către grupuri anarhiste și militanții anti-globalizare și anti-NATO, care, în contextul Summit-ului Alianței Nord-Atlantice desfășurat la București (02-04.04.2008), au organizat proteste și au transmis mesaje instigatoare pentru sabotarea reuniunii (http://groups.yahoo.com/group/anti_nato). Totodată, o serie de materiale de tip dezvăluire – așa numitele “Armagedoane” – postate pe

⁶ Alina MUNTEANU, *Rețelele sociale, de la discuții pe forumuri la condiție impusă de angajați*, în cotidianul Financiarul/ București nr. 541, 10.03.2010;

diverse site-uri sau transmise prin e-mail publicațiilor centrale de către utilizatori anonimi, au provocat reacții publice din partea persoanelor/instituțiilor vizate.

În urma dezvoltării platformei digitale gratuite „Wiki”, ce permite colaborarea mai multor utilizatori în realizarea conținutului informațional, enciclopediile electronice au cunoscut o dezvoltare explozivă.

Aplicațiile de acest tip ajută la dezvoltarea sferei informaționale în mediul online, însă ridică dubii asupra calității materialelor, din moment ce oricine poate să scrie orice.

Cu toate acestea, impunerea unor criterii de redactare a materialelor postate pe www.wikipedia.org a condus la necesitatea citării surselor folosite la elaborarea materialelor, bibliografia rezultată reprezentând ea însăși o importantă bază de date.

Analistul media Iulian Comănescu, autorul blogului *comanescu.hotnews.ro*, a lansat site-ul MediaPedia.ro, o enciclopedie a mass media din România, cu caracter colaborativ, după modelul wikipedia.

Totodată, un grad mare de risc îl reprezintă site-urile care publică informații clasificate aparținând guvernelor sau corporațiilor. Astfel, *Wikileaks.org*, garantând anonimatul, încurajează utilizatorii să posteze documente oficiale cu caracter secret, oferind, în prezent, un număr important de materiale de acest tip. De exemplu, Iulian Comănescu, pe blogul său *comanescu.hotnews.ro*, a postat un link către [wikileaks.org](http://wikileaks.org/wiki/HHC_82_SB_(WABETO)) unde este prezentată o listă de echipamente din dotarea trupelor române din Basra (Irak), inclusiv arme, vehicule de transport și birotică.

2. New media - Implicații în domeniul intelligence-ului

Portalurile video (platforme web prin intermediul cărora utilizatorii pot încărca fișiere video de dimensiuni diferite, ulterior accesibile online publicului larg), deși folosite în special pentru divertisment, au devenit mediul la care recurg o serie posturi de televiziune și reporteri pentru a-și posta produsele jurnalistice, unele dintre ele realizate exclusiv pentru aceste site-uri.

Caracterul extrem de violent al materialelor postate pe *LiveLeaks.org* au determinat oficialii NATO să abordeze acest subiect în cadrul dezbaterii „*New media – ajutor sau impediment în situații de conflict?!*”, subliniind că site-ul respectiv este folosit de către talibani și insurgenții din Afganistan (editorul „*NATO Review*”, Paul King).

Conex, postarea unor filme cu execuția lui Saddam Hussein și acțiuni de luptă ale armatei SUA în orașe din Irak a generat dezbateri cu privire la insuficiența măsurilor de securitate și protecție a informațiilor.

Facilitățile oferite de Internet (costuri reduse, viteză superioară de transmitere a datelor, anonim) reprezintă argumente care „recomandă” *new media* ca unul din mijloacele principale folosite de organizațiile teroriste, rasiste și xenofobe și simpatizanții acestora pentru promovarea mesajelor ideologice proprii, în scopul câștigării de noi adepți sau pentru influențarea opiniei publice.

Ilustrativă în acest sens este utilizarea serviciului „Google Earth” – care oferă gratuit imagini detaliate ale suprafeței terestre – de către grupări teroriste pentru planificarea de atentate asupra unor obiective occidentale. În urma protestelor mai multor state, hărțile oferite de „Google Earth” au fost modificate, astfel încât să nu mai prezinte facilitățile guvernamentale și elementele de infrastructură critică.

Conform www.memri.org, toate site-urile, forumurile și blogurile care susțin Jihadul din Irak sunt găzduite de companii din Occident, majoritatea din SUA. Similar, potrivit „CNN International”, serviciul internațional de hosting pentru bloguri blogspot.com, deținut de compania Google, găzduiește mai multe site-uri ale unor rețele teroriste precum „Al-Qaeda în Irak”, care utilizează serviciul gratuit pentru a-și posta blog-urile în limbile germană, engleză și arabă.

În mod obiectiv, Internetul poate fi considerat principalul câmp de luptă în cyber-spățiu și, în consecință, în doctrină s-au cristalizat trei categorii de activități:

- **Activismul** – are în vedere utilizarea normală, nedestructivă a Internetului în sprijinul cauzei atacatorilor (grupurilor teroriste), operațiile efectuate axându-se pe studierea paginilor web pentru obținerea de informații, construirea de site-uri web în folosul acțiunii acestora și utilizarea poștei electronice pentru coordonarea acțiunilor planificate.

- **Hactivismul** – se referă la integrarea sentimentului de superioritate, satisfacție și împlinire de sine (hacking) cu cel de activism, acționând, prin utilizarea de tehnici specifice, împotriva site-urilor țintă de pe Internet pentru perturbarea (chiar întreruperea) funcționării normale a acestora, însă fără a cauza distrugerii importante.

- **Cyberterrorismul** – se definește drept un atac premeditat, motivat politic, împotriva informației, sistemelor informatice, programelor informatice și datelor, țăntelor luptătoare și necombatante, de către grupuri subnaționale sau de agenți clandestini.

Teoretic și practic, intelligence-ul ar trebui să graviteze în jurul schimbului eficient de informații, absența unei interacțiuni de acest gen constituind cauza pentru care atentatele din 11 septembrie nu au putut fi prevenite (așa cum au relevat rezultatele Comisiei care a investigat acest caz).

Preocuparea pentru actualele instrumente de comunicare și rețele de socializare subsumate *new media* a devenit o constantă în activitatea serviciilor de informații, care își perfecționează continuu modalitățile circumscrise monitorizării, evaluării și analizei *open source*.

Deși există specialiști care apreciază că *new media* extrag plus valoarea din produsele jurnalistice costisitoare pe care le adaptează și prezintă într-o nouă formă pe Internet, apariția și impunerea lor, ca sursă de informare alternativă presei tradiționale, reprezintă un fenomen global, care determină adaptarea continuă a mijloacelor și metodelor de analiză.

Rapoartele, studiile, analizele și documentele publicate online de către institute de cercetare, universități, organizații non-guvernamentale sau persoane publice/private, din diverse domenii, constituite baze de date cu un ridicat potențial informațional în elaborarea materialelor de informare cu relevanță operativă.

Doug Naquin, Director al National Intelligence Open Source Center, a recunoscut public că agenții folosesc site-uri de *social media* pentru a fi la curent cu diferite evenimente.

De asemenea, CIA a început, din 2006, să-și recruteze candidații, prin intermediul paginii de "Facebook", care oferă o privire de ansamblu a ceea ce *National Clandestine Service* (NCS) caută la un recrut. În același sens, pe YouTube este prezentat un videoclip promoțional, având ca țintă potențiali candidați din colegii. Mai mult, CIA și-a dezvoltat propria rețea de socializare, denumită *A-Space* (*Analytic Space*), lansată în 2008, cu scopul de a încuraja interacțiunile dintre agenți și de a facilita schimbul de informații într-un mediu securizat⁷.

Blogurile profesionale găzduiesc studii și comentarii postate de specialiști din domenii variate, inclusiv pentru a-și prezenta în premieră opiniile sau rezultatele cercetărilor, care sunt ulterior publicate în alte medii. Totodată, sunt folosite extensiv de mișcările sociale pentru a comunica, organiza și cristaliza coaliții ori pentru a promova diverse campanii politice.

⁷www.findingdulcinea.com/news/Americas/2009/Open-Source-Intelligence-Social-Media-and-the-CIA

Mai mult, comentariile vehiculate în blogosferă pot reprezenta o sursă importantă de informații, principalele subiecte și evenimente prezente pe agenda presei fiind completate cu date inedite de către utilizatorii blogurilor, de multe ori sub protecția anonimatului.

Principalele avantaje ale presei online, definiții pentru succesul și dezvoltarea rapidă a acesteia în raport cu mass media clasice, constau în:

- viteza ridicată cu care poate fi actualizată informația;
- posibilitățile multimedia de prezentare a materialelor (fișiere audio/video asociate textului);
- participarea utilizatorilor (postarea de comentarii referitoare la completarea știrii);
- gratuitatea informației.

Folosirea acestor caracteristici specifice mediului virtual continuă să determine *consolidarea presei online și edificarea ei ca sursă de informare de sine-stătătoare*, competitive, și nu doar alternativă, a canalelor mediatice tradiționale.

În raport cu sursele tradiționale de informare, blogosfera prezintă ca avantaj *transmiterea aproape instantanee a informațiilor prin intermediul rețelilor* și, implicit, *posibilitatea monitorizării în timp real a reacțiilor generate*, ceea ce permite ajustarea rapidă a acțiunilor în sensul obținerii efectului/scopului vizat.

Dincolo de aceste avantaje, analiștii din cadrul structurilor de intelligence nu trebuie să negligeze riscul supraaprecierii valorii de adevăr a unor date de presă ce pot fi doar dezinformări.

În plus, multitudinea și varietatea datelor vehiculate prin *new media* îngreunează procesul de diferențiere a celor valide de cele imprecise ori chiar false. Pentru a diminua aceste neajunsuri, ofițerii analiști trebuie să își dezvolte anumite abilități de bază, în vederea:

- înțelegerii unei probleme în ansamblul său;
- colectării informațiilor cu celeritate;
- separării conținutului relevant de cel irelevant;
- coroborării, verificării și analizării datelor obținute;
- elaborării, cu acuratețe, a informației cu relevanță pentru securitatea națională.

În condițiile în care aproximativ 80% din informațiile colectate de serviciile de informații provin din *open source*, exploatarea și valorificarea potențialului informațional oferit de *new media* este în continuă creștere.

➤ Un exemplu edificator îl constituie conflictul dintre Turcia și Israel, cauzat de incidentul din mai 2010, de la bordul navei „Mavi Marmara”, în care și-au pierdut viața 9 cetățeni turci, ca urmare a intervenției în forță a trupelor speciale israeliene. Temporar, incidentul a dus la deteriorarea relațiilor dintre cele două state, la suspendarea colaborării militare și limitarea, la un nivel minim, a cooperării în diverse domenii. În acest context și în condițiile în care guvernul israelian a refuzat să ofere detalii despre militarii implicați în incident, serviciile de informații ale Turciei au identificat numele militarilor israelieni participanți la raidul asupra navei „Mavi Marmara”, prin intermediul site-urilor de socializare și a imaginilor. Potrivit informațiilor relatate de media turcă, atunci când guvernul israelian a refuzat să răspundă solicitărilor înaintate de Turcia, procurorul care conducea ancheta, a decis să obțină informațiile necesare în altă manieră. Practic, structurile de intelligence au recurs la *analizarea imaginilor atacului și i-au identificat pe militarii israelieni pe site-urile de socializare, „Facebook” și „Twitter”*. Schema celor 174 de persoane implicate în acest incident a fost înaintată de procurorul turc Mehmet Akif Ekinci autorităților israeliene în vederea demarării procedurilor legale.

Urmare a trendului comunicării on-line, de dezvoltare pe piața *new media*, activitatea de prelevare desfășurată de ofițerii analiști trebuie orientată și intensificată către pachetele de știri furnizate de agenții specializate (ex. „News In”), consultarea de bloguri și forumuri de discuții (acestea reprezentând cadrul organizat în care cititorii își pot exprima opiniile pe o anumită temă, monitorizarea acestora fiind utilă în procesul prelucrării acestor mesaje, în cadrul analizelor de impact), rezultatele urmând a fi valorificate în activitatea specifică.

Informațiile furnizate de agenția „News In” se adresează unui public de nișă, acoperind 3 domenii importante de activitate: energetic, IT&C și financiar-bancar („NewsIn Essential” – știri, statistici, rapoarte; „NewsIn Financial and Banking” - știri, statistici, rapoarte, profiluri, biografii; „NewsIn Energy” – știri, statistici, rapoarte, profiluri, biografii) cărora li se adaugă un flux de fotografie de presă, un flux video, arhivă de imagini filmate, baze de date de persoane publice. Pachetele specializate de știri cuprind următoarele secțiuni:

➤ „NewsIn Essential” conține informații din domeniul macroeconomic și este format din: statistici oficiale furnizate de organisme abilitate („BNR”, „INS” etc.); rapoarte (rapoarte lunare asupra evoluțiilor macroeconomice).

➤ „NewsIn Financial and Banking” conține informații despre bursă, bănci, asigurări, leasing, societăți de investiții financiare și are următoarea structură:

- statistici: statistici oficiale furnizate de organisme ca „BNR”, „BVB”, „INS”, „CSA” etc.;

- rapoarte: sunt publicate, lunar, rapoarte referitoare la Bursa de Valori, tranzacții importante pe piața românească;
- profiluri: în această secțiune se găsesc profiluri ale companiilor ce activează în piață, cu date referitoare la acționariat, tendințe de evoluție în România;
- biografii: sunt prezentați managerii de top ai companiilor din piață (date personale, date de contact oficiale și informații legate de carieră).
 - „NewsIn Energy” – conține informații despre piața energiei, internă și externă (cu impact asupra pieței interne) și cuprinde:
- statistici: statistici oficiale furnizate de organisme precum „Energaz Information Administration”, „INS” etc;
- rapoarte: lunar, este postat raportul sectorului energetic. De asemenea, se regăsesc și rapoarte punctuale, pe teme precum efectele creșterii prețului petrolului, preluarea „MOL” de către „OMV” etc;
- profiluri: în această secțiune se găsesc profiluri ale companiilor ce activează în piață, cu referiri la acționariatul respectiv și evoluția în România;
- biografii: sunt prezentați managerii de top ai companiilor din piață (date personale, date de contact oficiale și informații legate de carieră).

3. Considerații finale

Dincolo de valoarea informațională a Internetului, acesta prezintă și riscul de a fi utilizat de profesioniști ai dezinformării, miza constituind-o numărul mare de utilizatori consumatori de informație care accesează rețeaua pentru a se informa și/sau documenta cu privire la diferite subiecte, inclusiv cu impact asupra securității naționale. În acest context, situațiile în care rețeaua Internet este utilizată în scop de manipulare sunt din ce în ce mai frecvente, înregistrându-se forme tot mai elaborate precum: atacurile informaționale și imagologice asupra instituțiilor publice, incitarea și supradimensionarea unor tendințe destabilizante, compromiterea și/sau discreditarea unor concurenți etc.

De aceea, trebuie avută în vedere necesitatea gestionării cu precauție a informațiilor colectate din mediul virtual, verificând credibilitatea surselor și a datelor postate. În plus, poșta electronică este permanent înregistrată, iar expeditorul documentului nu are un control total asupra posibilei diseminări și distorsionări a datelor. Bunăoară, specialiștii atenționează asupra volatilității informațiilor vehiculate în acest mediu, precizând că durata medie de viață a unui document pe Internet este de 75 de zile, în condițiile în care site-urile apar și dispar fără a respecta o anumită regulă de frecvență.

Ascensiunea a două tehnologii conjugate – televiziunea și informatica – oferă posibilitatea percepției unei alte dimensiuni a lumii reale, într-un limbaj informatic comun tuturor celor care folosesc calculatoarele, indiferent de țara de sorginte.

În *cyberspace*, cel ce poartă războiul digital în fața terminalului său conectat la rețea, riscă foarte puțin să fie prins; în timp de pace riscul de a fi judecat este și mai mic, cel de a fi condamnat, aproape nul, iar în timp de război computerul poate deveni arma care decide sau schimbă scopul unei acțiuni militare.

Bibliografie

1. Berger, Arthur, *Media Analysis Techniques*, Londra, 2005.
2. Munteanu Alina, *Rețelele sociale, de la discuții pe forumuri la condiție impusă de angajați*, în cotidianul Financiarul/ București nr. 541, 10.03.2010.
3. Raportul „*Innovations in Newspapers*”, realizat de „Innovation International Media Consulting Group”, 2007.
4. Studiul prezentat de organizația „Harris Interactive” în cadrul Congresului Anual al Asociației Mondiale a Ziarelor, 2007.

Surse Internet

1. www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogsphere
2. www.findingdulcinea.com/news/Americas/2009/Open-Source-Intelligence-Social-Media-and-the-CIA
3. www.bbc.co.uk; <http://whatsnewmedia.org>