

# RAPORT ȘTIINȚIFIC ȘI TEHNIC

**Denumirea proiectului:** ANALIZA DISCURSULUI PERICULOS, DISCURSULUI INSTIGATOR LA URĂ ȘI DISCURSULUI OFENSATOR ÎN ROMÂNIA ȘI UNGARIA ÎN CONTEXTE FACEBOOK PUBLICE UTILIZÂND TEHNICI DE SOCIOLOGIE COMPUTAȚIONALĂ

Acronim: ADHOC, cod PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892, contract nr. 35/2018

## Raport final

### Rezumat

Proiectul ADHOC a vizat utilizarea metodologiilor digitale de cercetare socială pentru a crea o imagine de ansamblu a problemei discursului instigator la ură în contexte publice pe Facebook printr-o analiză comparativă a paginilor de Facebook publice din România și Ungaria și a comentariilor aferente. Proiectul explorează metodologia sociologiei computaționale pentru a oferi o analiză largă bazată pe date a contextelor, emițătorilor, conținuturilor și țintelor discursului periculos, discursului instigator la ură și discursului ofensator în social media, cu rezultate generalizabile care pot determina politicile stabilite în domeniu. Echipa ADHOC a colectat datele în două etape, folosind două strategii de eșantionare diferite - eșantionul pilot (intenționat și de popularitate) a cuprins 106 pagini publice de Facebook (câte 53 în fiecare dintre cele două limbi pe perioada 2015-2017), eșantionul amplu a cuprins 583 de pagini publice de Facebook (277 în limba maghiară și 306 în limba română pe perioada 2016-2018). În total au fost colectate și incluse în analiză peste 5 milioane de comentarii și postări. Față de estimările inițiale, numărul de comentarii colectat a fost mai mic deoarece compania Facebook a introdus o serie de restricții la accesarea conținuturilor publice de pe paginile sale în perioada de implementare. Echipa ADHOC a întâmpinat această situație neprevăzută prin extinderea numărului de pagini prevăzute inițial pentru extragere de date. Cercetarea a combinat tehnici de analiză cantitativă a discursului, analiza de co-ocurențe și tehnici de *machine learning* cu abordări calitative pentru obține o mai bună înțelegere a conținutului multimodal, tonului și contextului actelor proeminente de discurs instigator la ură. Proiectul ADHOC a diseminat rezultatele cercetării în 3 publicații în reviste indexate Web of Science, într-un capitol într-un volum publicat la o editură prestigioasă din străinătate (Palgrave), un capitol și o carte (aflată în curs de publicare la finalul proiectului) la o editură recunoscută național, prin 10 prezentări la conferințe naționale (4) și internaționale (6) cu mare vizibilitate în domeniul media și comunicare, precum și un workshop metodologic la care au participat cercetători din științele comunicării din universități din România și Ungaria.

## Cuprins

Rezumat .....	1
1. Activitățile de cercetare în etapa 1 (mai-decembrie 2018) .....	3
1.1. Cadrul conceptual .....	3
Problema definirii .....	4
1.2. Literatura de specialitate .....	6
1.2.1 Identificarea țintelor discursului instigator la ură în România și Ungaria .....	6
1.3 Colectarea datelor .....	9
1.3.1 Colectarea eșantionului pilot (intențional și de popularitate) .....	9
1.3.2 Colectarea eșantionului amplu .....	9
1.4 Definirea și testarea codurilor de analiză .....	11
Dicționare nișate - Grupuri țintă.....	11
Dicționare nișate - Tematici discursive .....	11
Dicționare nișate - Imprecășii și expresii vulgare.....	11
Dicționare nișate - Caracterizări/Atribute negative.....	11
Dicționare nișate - Îndemnuri la acțiune (violentă).....	11
1.5 Diseminarea rezultatelor în etapa 1 .....	12
2. Activitățile de cercetare în etapa 2.....	17
2.1 Datele analizate .....	17
2.1.1 Analiza cantitativă a datelor.....	18
2.1.2 Tehnici de machine learning și knowledge representation.....	18
2.1.3 Tropi, meme, mituri, stereotipuri și topoi .....	19
2.1.4 Analiza tropilor verbali în conversațiile din social media în România.....	19
2.2 Analiza comparativă România-Ungaria.....	21
2.3 Analiza calitativă a unor cazuri semnificative .....	27
2.4 Analiza comparativă în context global.....	28
3. Activități de cercetare în etapa 3.....	31
4. Diseminarea rezultatelor pe durata întregului proiect:.....	31
4.1 Participări la conferințe naționale și internaționale:.....	31
4.2 Publicații apărute la finalul raportării: .....	32
4.3 În curs de publicare la finalul raportării (30 aprilie 2020): .....	33
4.4 Workshop pentru diseminarea rezultatelor la nivel instituțional și local (RW). .....	34
5. Execuția financiară și activități de management de proiect .....	34
5.1 Achiziții la capitolul logistică .....	34
5.2 Execuția financiară la capitolul personal .....	36
Referințe .....	37
6. Evaluarea rezultatelor .....	38
6.1 Evaluarea atingerii obiectivelor .....	38
6.2.Sumarul rezultatelor:.....	39
6.1 Sumarul activităților și gradul de realizare al acestora.....	41

# 1. Activitățile de cercetare în etapa 1 (mai-decembrie 2018)

## 1.1. Cadrul conceptual

În etapa 1 (2018), echipa de cercetare a consultat literatura științifică publicată în ultimii ani cu privire la discursul instigator la ură în mediul online în vederea identificării cadrelor teoretice relevante, definirii și operaționalizării conceptelor.

Problema discursului instigator la ură a fost în ultimii ani foarte vizibilă pe agenda politică europeană. Deși legile țărilor europene definesc și normează expresiile instigatorii la ură pe criterii rasiale, etnice sau religioase, comunicarea online prin platforme deținute de afaceri localizate în afara țării utilizatorilor și supuse altor prevederi legislative ridică o serie de probleme. Facebook e utilizat în momentul de față de aproximativ 2.2 miliarde de persoane. Atât guvernele, cât și sectorul ONG atribuie companiei americane responsabilitatea pentru gestionarea actelor de discurs instigator la ură conform legilor statelor în al căror context național acestea au loc.

Principalele aspecte referitoare la discursul instigator la ură în mediul online sunt trecute în revistă într-un raport UNESCO (Gagliardone, Gal, Alves, & Martinez, 2015):

**Definirea:** Există definiții diferite ale discursului instigator la ură, multe amestecând amenințări concrete asupra siguranței indivizilor și grupurilor cu expresii ale frustrării și furiei. Platformele de comunicare online ca Facebook, Twitter etc. își definesc propriile politici privind conținutul admisibil. Există presiuni în ultima perioadă pentru a pune în acord legislația europeană și națională cu politicile de conținut ale acestor platforme.

**Jurisdicția:** Platformele de comunicare de tip rețea de socializare au oferit spațiilor de expresie private o funcție publică, iar viteza și amploarea comunicării ridică noi probleme guvernelor care încearcă să aplice legislația națională în sfera publică virtuală, adesea în contexte administrate de companii care funcționează din alte state.

**Înțelegerea:** Aparent, nu există încă o înțelegere clară a relației dintre discursul instigator la ură în mediul online și acțiunile, respectiv acțiunile violente în mediul real. Nu există foarte multe cercetări care să investigheze legătura dintre discursul de această natură în mediul online și alte fenomene sociale.

**Intervenția:** Contextele diferite în care are loc comunicarea în mediul online au dat naștere unor strategii diverse de intervenție - de la semnalizarea de către utilizatori, raportarea conținutului, ierarhizarea sau monitorizarea la editorializarea conținuturilor generate de utilizatori sau crearea de contra-discursuri. Cu toate acestea, platformele de socializare se arată reticente în a publica date care să ofere o viziune de ansamblu asupra fenomenului.

În pregătirea cadrului conceptual, echipa ADHOC s-a concentrat pe problema definirii și ulterior a operaționalizării definiției discursului instigator la ură în sensul delimitării între mai multe categorii de discurs instigator la ură.

## Problema defnirii

Literatura recentă (Angi & Bădescu, 2014) în limba română trece în revistă diferite definiții. De pildă, recomandarea 97(20) a Comitetului de Miniștri din cadrul Consiliului Europei enunță că ”termenul *discurs instigator la ură* va fi înțeles ca acoperind toate formele de exprimare care diseminează, incită, promovează sau justifică ura rasială, xenofobia, anti-semitismul sau alte forme de ură bazate pe intoleranță, inclusiv: intoleranța exprimată de naționalismul agresiv sau etnocentrism, discriminare și ostilitate împotriva minorităților, migranților și persoanelor ce sunt descendenți ai migranților”.

Probabil una dintre cele mai citate conceptualizări ale fenomenului o găsim la Anne Weber (Weber, 2009). În *Manual on hate speech* publicat de Consiliul Europei se prevăd o serie de situații:

- Incitarea la ură rasială, ură direcționată împotriva persoanelor sau grupurilor de persoane pe criteriul apartenenței la o rasă;
- Incitarea la ură pe criterii religioase, inclusiv incitarea la ură pe baza distincției între credincioși și ne-credincioși;
- Incitarea la ură bazată pe intoleranță exprimată ca naționalism agresiv sau etnocentrism.

Discuțiile pe baza criteriilor de identificare ale discursului instigator la ură menționează importanța distingerei între expresii care pot fi considerate ofensatoare, dar care sunt protejate de dreptul la libera exprimare și expresii care nu mai sunt protejate în acest sens.

Alte definiții citate în literatură (Angi & Bădescu, 2014) se referă la ”susținerea urii și a discriminării împotriva grupurilor pe baza rasei, culorii, etniei, credințelor religioase, orientării sexuale sau altui statut”(Boyle, 2001) sau caracterizează discursul instigator la ură ca ”un limbaj inflamator, adesea insultător și umilitor, care are ca țintă un individ sau un grup și care poate să includă sau nu un apel la violență”(Scutari, 2009).

Pe baza unor cercetări realizate asupra discursului instigator la ură exprimat pe Facebook (Gagliardone et al., 2016) în contextul dezbaterilor electorale, echipa ADHOC a trasat distincții între trei categorii de discurs antagonic:

### Discurs ofensator

Expresie antagonică pe criterii de apartenență la un grup (altul decât politic), dar care nu incită receptorii mesajului

### Discurs instigator la ură

Discursul instigator la ură utilizează termeni depreciativi care insultă, umilesc, boicotează, discriminează un grup sau o persoană (pe baza apartenenței la un grup) pentru a incita / încuraja receptorii mesajului să utilizeze de asemenea termeni depreciativi, insulte sau să practice forme de discriminare împotriva grupului sau persoanei respective (pe baza apartenenței la grup).

## Discursul periculos

Discursul periculos constituie un apel la acțiune violentă îndreptată împotriva unui grup, incită receptorii să participe. În cazul discursului periculos, cercetătorii fac adesea distincția între emițătorii acestor mesaje care au posibilitatea de a mobiliza receptorii în scopul unor astfel de acțiuni violente și cei care nu au această posibilitate.

În aprilie 2018, după trei ani de presiuni din partea unor instituții și grupuri de interes la nivel european (Donahue, 2015) în vederea moderării conținutului publicat de utilizatori pe platformă, compania Facebook a făcut publice standardele de conținut în comunitatea de utilizatori, fundamentând demersurile de a bloca conținutul care include discurs instigator la ură pe argumentul că ”generează un mediu de intimidare și excluziune și în unele cazuri poate promova violența în viața reală” („Community Standards”, 2018). Facebook definește discursul instigator la ură în raport cu anumite ”caracteristici protejate” astfel:

”Definim discursul instigator la ură ca un atac direct la adresa persoanelor bazat pe ceea ce numim caracteristici protejate - rasă, etnie, origine națională, afiliere religioasă, orientare sexuală, castă, sex, gen, identitate de gen și afecțiuni sau disabilități severe. Oferim de asemenea o serie de protecții pentru statutul de imigrant. Definim atacul ca discurs violent sau dezumanizant, enunțuri de inferioritate sau apeluri la excluziune sau segregare” („Community Standards”, 2018).

Standardele platformei definesc mai multe tipuri de atacuri și menționează explicit că respectivele criterii se aplică atât conținutului verbal, cât și celui vizual, definind însă și cazuri în care conținutul cu caracteristicile respective este admisibil - în demersuri de creșterea gradului de conștientizare, educație, în cazurile auto-referențiale, în expresii de empowerment, expresii umoristice și de tip comentariu social cu intenție clar identificabilă.

Din punct de vedere al eforturilor academice în sensul studiului discursului instigator la ură ca un act de comunicare, literatura existentă indică patru posibile direcții de analiză (Angi & Bădescu, 2014):

- Conținutul mesajelor (ce se spune);
- Emițătorii mesajelor (cine comunică);
- Țintele mesajelor (la cine se referă mesajele);
- Contextul mesajelor (inclusiv locul și momentul în care are loc expresia mesajului).

## 1.2. Literatura de specialitate

În urma consultării literaturii de specialitate publicate în ultimii ani, echipa ADHOC a întocmit o serie de liste de concepte și definiții relevante pentru studiul problemei, respectiv operaționalizări folosite în studii și analize anterioare și principalele metode și instrumente specifice abordării proiectului.

**Tabel 1. Concepte relevante / cadrul conceptual**

Concepte normative sau politice	Concepte teoretice	Concepte metodologice
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Free speech</li> <li>● Hate speech</li> <li>● Vulnerable group</li> <li>● Protected group</li> <li>● Hate crime</li> <li>● Bias against a member of community</li> <li>● Bias motivated crime</li> <li>● Prejudice against a member of community</li> <li>● Incitement against community</li> <li>● Right-wing extremism</li> <li>● Intolerance</li> <li>● Discrimination</li> <li>● Harassment</li> <li>● Solidarity and cohesion in society</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Speech act</li> <li>● Antagonistic speech</li> <li>● Offensive speech</li> <li>● Dangerous speech</li> <li>● Social group</li> <li>● Stereotype</li> <li>● Prejudice</li> <li>● Insult</li> <li>● Slur</li> <li>● Network agenda setting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Niche dictionary</li> <li>● Semantic network</li> <li>● Similarity analysis</li> <li>● Co-occurrence network</li> <li>● Community detection</li> <li>● Discursive patterns</li> <li>● Text mining</li> <li>● Text classification</li> </ul>

### 1.2.1 Identificarea țintelor discursului instigator la ură în România și Ungaria

Pe baza studiilor anterioare și documentelor de politici guvernamentale ale instituțiilor sau agențiilor guvernamentale și rapoartelor realizate de organizații non-guvernamentale din cele două țări, echipa ADHOC a identificat grupurile care devin cel mai frecvent țintă a discursurilor ofensatoare, instigatoare la ură și periculoase în cele două contexte naționale.

**Tabel 2. Țintele discursului instigator la ură în România și Ungaria**

Categorie	România	Ungaria
Minorități etnice și naționale	romi, maghiari, secui, sași, evrei	romi, evrei, români, germani,
Migranți, refugiați, solicitanți de azil	refugiați, migranți, solicitanți de azil	refugiați, migranți, solicitanți de azil

Identitate de gen sau orientare sexuală	LGBTQ+	LGBTQ+
Religie	credincioși / atei, creștini, neoprotestanți, musulmani	credincioși / atei, creștini, neoprotestanți, musulmani
Disabilități	disabilități fizice / mentale	disabilități fizice / mentale
Alte grupuri vulnerabile	asistați social, pensionari, șomeri, femei, persoane fără adăpost, bătrâni, tineri	asistați social, pensionari, șomeri, persoane fără adăpost, maghiari din afara granițelor, femei, bătrâni, tineri
Alte ținte posibile	sârbi, bulgari, turci	sârbi, bulgari

Aceste rezultate au fost extinse în primul articol indexat Web of Science publicat în cadrul proiectului: Meza, R., Vincze, H.O. and Mogoș, A., 2018. **Targets of Online Hate Speech in Context. A Comparative Digital Social Science Analysis of Comments on Public Facebook Pages from Romania and Hungary.** Intersections -East European Journal of Society and Politics, pp.26-50. WOS:000456889300002

Articolul trimis spre publicare a extins analiza pe eșantionul pilot, punând identificarea și analiza frecvenței mențiunilor grupurilor țintă ale discursului ofensator, instigator la ură și periculos în contextul definit de teoria Network Agenda Setting, potrivit căreia importanța relațiilor dintre subiecte stabilită de agenda media se transferă la nivelul publicului. Din punct de vedere metodologic, această cercetare introduce uzul rețelelor semantice, de co-ocurență a conceptelor definite în primele variante ale dicționarilor nișate definite în cadrul proiectului, permițând identificarea de relații dintre mențiunile grupurilor țintă și concepte referitoare la problematici de pe agenda media, calificative negative, imprecășii și expresii injurioase.

Rezultatele analizei indică o conexiune în ceea ce privește relațiile stabilite de media în prezentarea evenimentelor curente și modul în care referințe la aceste teme se fac în comentariile utilizatorilor. În plus, putem observa legături stabilite prin co-ocurența în același context (comentariu) a termenilor referitori la grupurile țintă cu termeni referitori la concepte de pe agenda publică, termeni referitori la calificări negative, imprecășii sau îndemnuri la acțiune. De asemenea, din punct de vedere metodologic, rezultatele acestui studiu pe eșantionul pilot indică posibilitatea de a identifica structuri discursive pe seturi mari de date cum sunt comentariile utilizatorilor pe pagini de Facebook utilizând metoda dicționarilor nișate și rețelelor semantice.

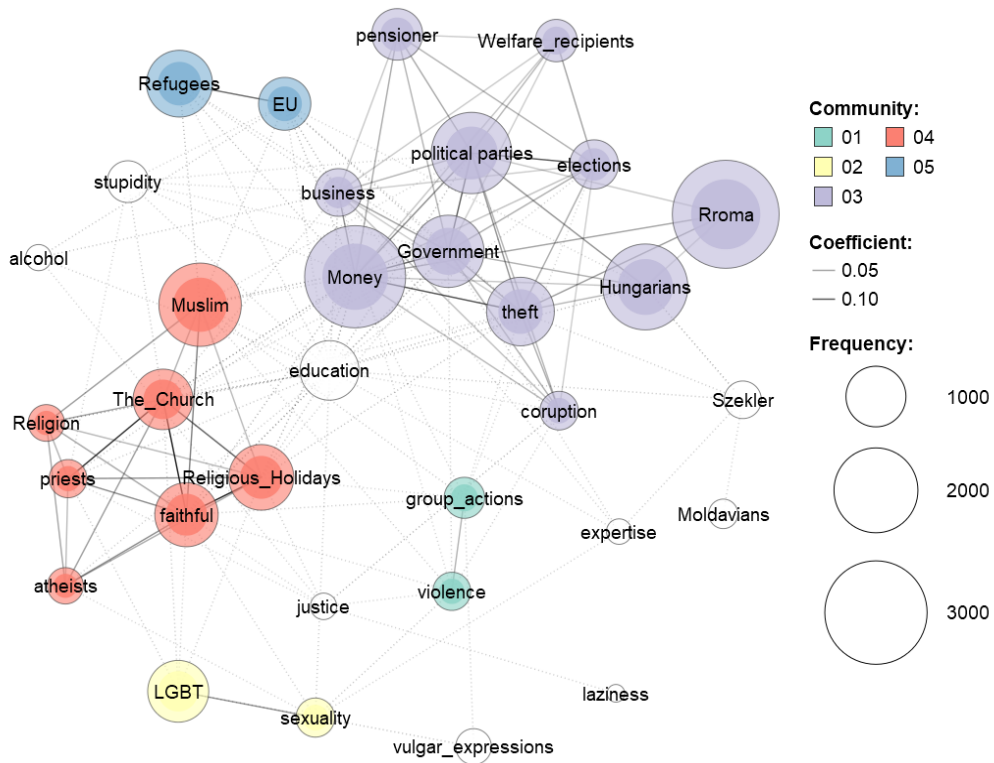


Fig. 1. Rețea de co-ocurență a țintelor și conceptelor pe corpusul de comentarii în română

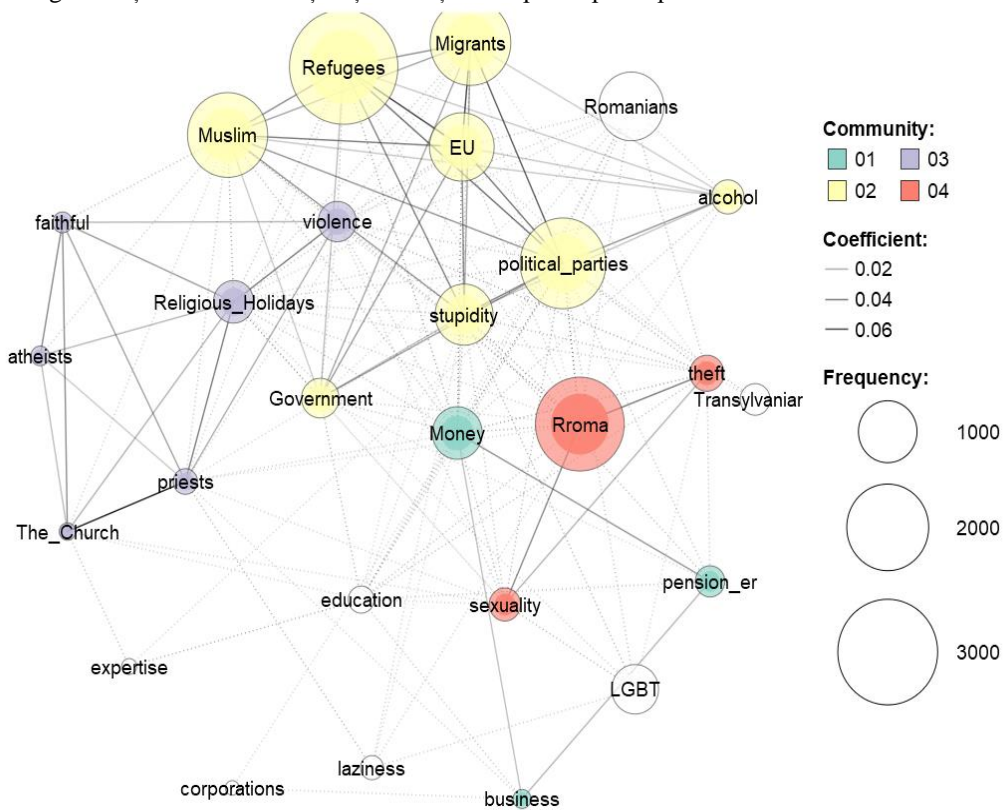


Fig. 2 Rețea de co-ocurență a țintelor și conceptelor pe corpusul de comentarii în maghiară



## 1.3 Colectarea datelor

Datele au fost colectate în două etape principale:

În prima etapă a fost colectat un eșantion pilot de postări și comentarii publicate pe paginile de Facebook ale celor mai mari comunități aparținând unor politicieni, partide politice, instituții media și comunități online din ambele țări (România și Ungaria). Au fost selectate 106 pagini de Facebook pe baza popularității și relevanței pentru problematica discursului instigator la ură - pagini pe care comunitățile de utilizatori se exprimă adesea în raport cu evenimente și măsuri politice, inclusiv pagini de satiră.

### 1.3.1 Colectarea eșantionului pilot (intenționat și de popularitate)

**Tabel 3. Eșantionul pilot**

Limba	Număr pagini FB	Perioadă colectare	Număr postări	Număr comentarii
română	53	2015-2017	70389	966.600
maghiară	53	2015-2017	74107	838.329
Total			144496	1804929
Total înregistrări			1949425	

Colectarea datelor s-a făcut prin interogarea Facebook Open Graph API, versiunea 2.8, utilizând aplicația Facepager (Keyling & Jünger, 2013) în perioada mai-iunie 2018. Rezultate preliminare ale analizei pe acest eșantion au fost prezentate în cadrul conferinței Communicative Space - Political Space: CEECOM 2018, la Szeged, Ungaria. După dezvoltarea metodologiei de analiză, un prim articol de cercetare a fost redactat și trimis spre evaluare la finalul lunii octombrie 2018 la revista științifică din străinătate *Intersections. East European Journal of Society and Politics*.

### 1.3.2 Colectarea eșantionului amplu

În perioada august-noiembrie 2018, utilizând interogarea Facebook Open Graph API versiunea 2.8 a fost colectat eșantionul principal de analiză - constând din postări și comentarii publicate în perioada 1 ianuarie 2016 - 31 decembrie 2017 pe paginile de Facebook publice ale unor persoane publice, partide politice, instituții media, instituții guvernamentale, organizații non-guvernamentale, comunități și cauze civice și politice. Stabilind pragul de relevanță la 10.000 de urmăritori pentru România și 7000 de urmăritori pentru Ungaria (date fiind diferențele de populație și implicit numărul total de utilizatori de Facebook din cele două țări conform ultimelor statistici), s-au inclus în eșantion toate paginile identificabile din categoriile persoane publice, partide

politice. Pentru categoriile instituții media, instituții guvernamentale și cauze politice sau civice, au fost incluse paginile oficiale (la nivel național), respectiv cele ale unor cauze identificabile pe agenda publică din perioada de analiză.

Platforma Facebook a limitat în luna septembrie 2018 colectarea de comentarii publicate pe pagini publice, prin urmare pentru fiecare postare din acest eșantion s-au colectat doar primele 25 de comentarii (ierarhizate de către platformă în ordinea interesului arătat de utilizatori). Această limitare, prevăzută ca fiind posibilă în secțiunea de riscuri a proiectului, va fi compensată prin extinderea perioadei de colectare și analiză pentru a acoperi și anul 2018.

Limitarea produsă de modificările survenite în modul de utilizare al Facebook Open Graph API în anul 2018 justifică prelungirea activității de colectare de date pe prima parte a etapei 2 de implementare a proiectului.

**Tabel 4. Eșantionul amplu**

Eșantion	Limba	Număr pagini	Perioadă colectare	Număr postări	Număr comentarii extrase
Persoane publice	Română	171	2016-2017	41717	490511
Persoane publice	Maghiară	159	2016-2017	95612	625575
Instituții media	Română	53	2016-2017	59998	457116
Instituții media	Maghiară	55	2016-2017	61644	469303
Partide politice	Română	15	2016-2017	10877	72506
Partide politice	Maghiară	10	2016-2017	10911	136047
Instituții guvernamentale	Română	31	2016-2017	25979	182950
Instituții guvernamentale	Maghiară	16	2016-2017	12927	66376
Cauze politice și civice	Română	36	2016-2017	19718	119678
Cauze politice și civice	Maghiară	37	2016-2017	25460	194162
Total înregistrări lb. română		306	2016-2017	158289	1322761
Total înregistrări lb. maghiară		277	2016-2017	206554	1491463
Total postări/comentarii colectate				364843	2814224
Total înregistrări colectate				3179067	

Totalul de înregistrări colectate în prima etapă a proiectului este de peste 5 milioane de postări și comentarii publice de pe pagini de Facebook ale unor persoane publice, partide politice, instituții media, instituții guvernamentale, grupuri politice și civice.

## **1.4 Definirea și testarea codurilor de analiză**

În urma analizei literaturii de specialitate produse la nivel internațional, dar în special a celei produse în ultimii ani în contextele naționale român și maghiar, echipa ADHOC a întocmit liste de grupuri care au fost identificate ca fiind ținte frecvente ale discursului ofensator, discursului instigator la ură și discursului periculos.

### **Dicționare nișate - Grupuri țintă**

Pentru fiecare grup țintă a fost întocmit un dicționar de termeni de referință, făcând distincția între termenii neutri și termenii cu încărcătură negativă utilizați în fiecare dintre limbi pentru a face referire la respectivele grupuri sau la membri ai acestora.

### **Dicționare nișate - Tematici discursive**

Două dicționare nișate de tematici au fost alcătuite luând ca referință delimitări conceptuale utilizate în discursul instituțiilor media mainstream pentru a diferenția între categorii de subiecte în tratarea evenimentelor curent (politică, economie, cultură, religie, viață socială etc.).

### **Dicționare nișate - Imprecații și expresii vulgare**

Două dicționare nișate au fost alcătuite folosind termenii cei mai frecvent utilizați în imprecații și expresii vulgare uzuale în cele două limbi.

### **Dicționare nișate - Caracterizări/Atribute negative**

Două dicționare nișate au fost alcătuite folosind termenii care constituie frecvent calificări negative utilizate în expresii ofensatoare sau parte din expresii verbale ale unor stereotipuri negative (așa cum apar în literatura științifică).

### **Dicționare nișate - Îndemnuri la acțiune (violentă)**

Două dicționare nișate au fost alcătuite folosind expresii și forme verbale frecvent utilizate în îndemnuri la acțiune (violentă) în cele două limbi.

La nivel metodologic, echipa ADHOC a contribuit la o cercetare interdisciplinară bazată pe analiza conceptelor formale, publicată în etapa 2 într-o revistă indexată Web of Science.

Meza, Radu; Meza, Șerban. **A Triadic Formal Concept Analysis Approach to Analyzing Online Hate Speech in Facebook Comments**. BRAIN - Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience- ISSN:2067-3957, Issue 1, Volume 10, 2019, pp. 73-81. WOS:000457502300007

Articolul metodologic prezintă o metodologie pentru identificarea și analiza contextelor, țăintelor și conținuturilor discursului instigator la ură în mediul online, în comentariile publicate de către utilizatori pe pagini de Facebook publice (ale unor site-uri de știri). Datele au fost colectate prin

interogarea Facebook Open Graph API, adnotarea comentariilor s-a făcut automat pe baza unor coduri (dicționare nișate de ținte ale discursului instigator la ură și termeni utilizați ca expresii verbale ale unor calificative negative) utilizând KH Coder. A treia etapă a constat în configurarea unor contexte formale pe baza frecvenței co-ocurenței unor termeni referitori la ținte cu termeni referitori la calificative negative. Dintr-un corpus total extras de 28.914 comentarii, 506 au conținut ambele categorii de referințe. Au fost selectate trei pagini de Facebook (cu cele mai multe co-ocurențe) și au fost generate conceptele formale folosind FCA Tool Bundle (Kis et al., 2015) pentru analiza conceptelor formale (Ganter & Wille, 2012) în varianta triadică (Lehmann & Wille, 1995) ce permite fixarea unei a treia dimensiuni (cea a contextului/paginii de Facebook în acest caz).

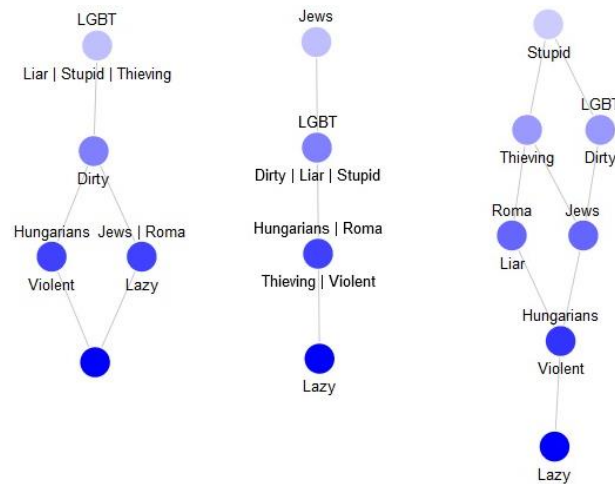


Fig. 3. Laticile conceptelor formale reprezentate ca diagrame Hasse (comparație între comentariile de pe paginile a 3 site-uri de știri în limba română )

Rezultatele indică posibilitatea utilizării acestei metodologii (ce poate fi descrisă ca o metodă calitativă de clusterizare ierarhică) pentru a identifica concepte formale ce configurează stereotipuri negative repetate în comentarii (cu posibilitatea stabilirii unui prag de relevanță a co-ocurenței pentru seturile mari de date), comparativ în contexte specifice - pagini sau categorii de pagini de Facebook.

## 1.5 Diseminarea rezultatelor în etapa 1

În perioada iunie-august 2018 echipa ADHOC a participat la construcția paginii Web a proiectului - [adhoc.granturi.ubbcluj.ro](http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro). Pagina web găzduită de Universitatea Babeș-Bolyai oferă o descriere sumară a proiectului, prezentarea echipei de cercetare, calendarul proiectului și prezentarea actualizată a rezultatelor.

În prima etapă a proiectului, pe baza literaturii de specialitate, în demersul de dezvoltare a instrumentelor de cercetare, echipa ADHOC a prezentat rezultate preliminare la 4 conferințe și a trimis spre publicare două articole la reviste științifice indexate Web of Science.

La conferința Communicative Space - Political Space: CEECOM - <http://ceecom2018.hu/> - - 11th Central and Eastern European Communication and Media Conference, Szeged, Ungaria 30 Mai -

1 iunie 2018, echipa ADHOC a prezentat lucrarea cu titlul *A Digital Social Science Approach to Studying Hate Speech on Facebook in Romania and Hungary*.

Prezentarea a urmărit prezentarea abordării echipei de cercetare a proiectului ADHOC în studiul fenomenului discursului instigator la ură în mediul online în România și Ungaria. S-au pus în discuție aspecte metodologice referitoare la procesarea datelor nestructurate și semistructurate colectate din mediul online, respectiv la limitările uneltelor disponibile pentru procesarea limbajului natural și abordărilor anterioare ale acestor fenomene de dată recentă. Cercetarea pilot prezentată a avut ca scop identificarea celor mai frecvente categorii de ținte ale discursului ofensator, instigator la ură și periculos în comentarii generate pe paginile din eșantionul pilot (106 pagini de Facebook în limbile română și maghiară aparținând unor politicieni, partide politice, instituții media selectate după criteriile relevanței și popularității). Datele au fost colectate pe o perioadă de trei ani (2015-2016-2017) și au constat din 1,88 milioane de comentarii. În urma filtrării folosind primele variante ale dicționarelor nișate de grupuri țintă au rezultat subcorpusuri de 25.756 (2,7%) comentarii în limba română și 28.952(3,5%) comentarii în limba maghiară care conțin mențiuni ale grupurilor țintă

Mentions of target groups in comments by thread source page category  
(Romanian, N=23.723)

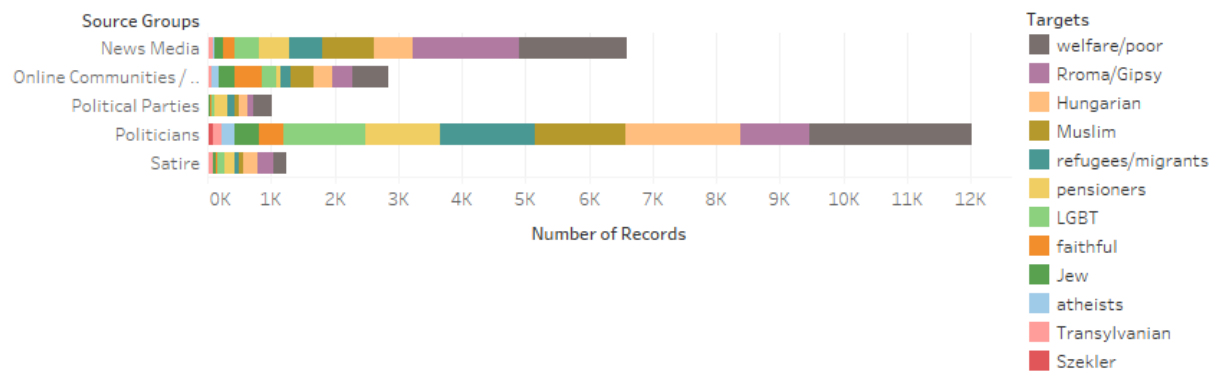


Fig. 4. Frecvența mențiunilor grupurilor țintă în comentarii pe categorii de pagini în limba română

Mentions of target groups in comments by thread source page category (Hungarian, N=24.532)

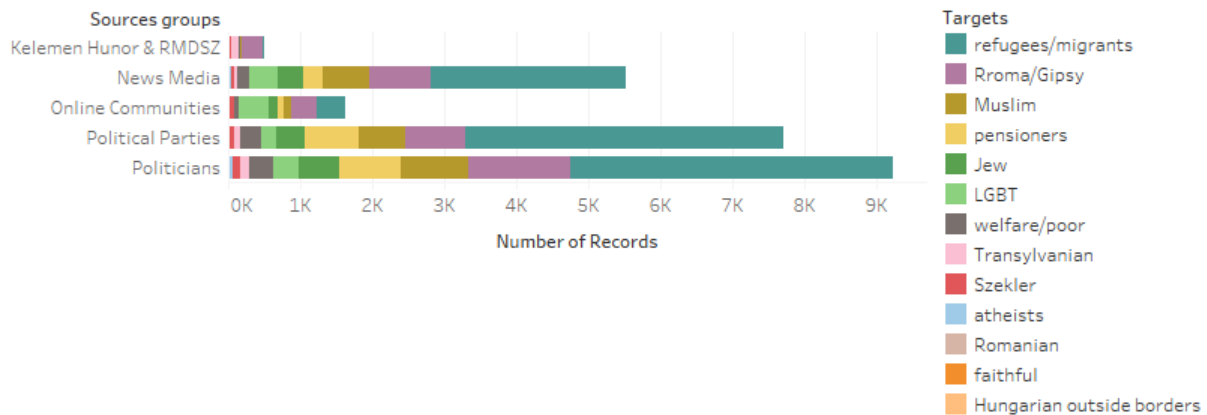


Fig. 5. Frecvența mențiunilor grupurilor țintă în comentarii pe categorii de pagini în limba maghiară

Rezultatele cercetării pilot au indicat că cele mai frecvent menționate grupuri țintă sunt asistații social în cazul paginilor în limba română și refugiați/migranții în paginile în limba maghiară,

arătând o conexiune cu agenda politică și media (alegerile parlamentare din trimestrul 4 al anului 2016 și criza refugiaților din trimestrul 3 al anului 2015) în termeni de manifestare a unor vârfuri de frecvență în timp. A doua cea mai frecvent identificată referință la grupuri țintă a fost grupul minorității Rome în cazul ambelor contexte naționale.

La aceeași conferință (Communicative Space - Political Space: CEECOM - <http://ceecom2018.hu/> - - 11th Central and Eastern European Communication and Media Conference, Szeged, Ungaria 30 Mai - 1 iunie 2018), Andreea Mogoș a prezentat *The self-representations of the Romanian politicians on Facebook. Roles, frames and social media engagement*, trimis spre publicare în CEECOM 2018 Proceedings.

Cercetarea prezentată în cadrul conferinței internaționale CEECOM și trimisă spre publicare în volumul conferinței a vizat o temă conexasă proiectului, utilizând un subset al datelor extrase în eșantionul pilot - postările publice a celor mai urmărite șase pagini ale politicienilor români, s-a urmărit identificarea șabloanelor discursive și a strategiilor de branding și auto-prezentare utilizate de către politicienii români pe Facebook. Analiza cantitativă a urmărit frecvența postării și tipurile de postări publicate de cei șase politicieni în intervalul ianuarie 2015 - decembrie 2017, iar analiza calitativă s-a concentrat pe comunicarea vizuală și aria semantică a mesajelor cu mare impact. Concluziile analizei au indicat roluri asumate de politicieni în comunicarea pe Facebook, de la "eroul providențial" la "omul din interior", de la "păstrătorul valorilor tradiționale" la "bătrânul înțelept". Adâncirea analizei de ansamblu folosind metode computaționale cantitative prin utilizarea de metode calitative, inclusiv a analizei vizuale, pe un număr restrâns de cazuri s-a dovedit a avea potențialul de a oferi explicații referitoare la reacțiile utilizatorilor în comentarii în raport cu șabloanele discursive utilizate de către administratorii paginilor de Facebook.



Fig. 6. Cele mai apreciate fotografii ale paginii Klaus Iohannis (2015-2017)

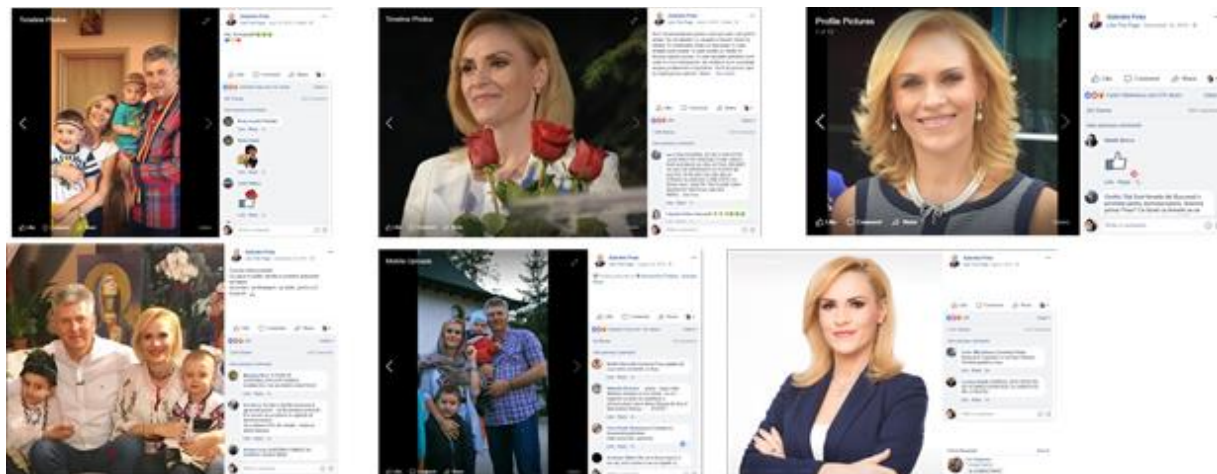


Fig. 7. Cele mai apreciate fotografii ale paginii Gabriela Firea

Într-o a treia conferință susținută de membrii echipei ADHOC în prima etapă a proiectului, *Analysing dangerous, hateful and offensive speech in social media comments* în cadrul HumaNUM - <http://humanum.fspac.online/> - Information, Communication et Humanités Numériques, 23e Colloque Franco-Roumain en Sciences de l'information et de la Communication - Radu MEZA, Hanna-Orsolya VINCZE, Andreea MOGOȘ - *Analysing dangerous, hateful and offensive speech in social media comments*, Cluj-Napoca, Romania, 18-20 octombrie 2018, Prezentarea susținută în cadrul panelului tematic Digital Media Analysis: Methodological and Ethical Challenges la conferința HumaNum a trecut în revistă abordările metodologice testate în cadrul proiectului ADHOC pentru studiul discursului ofensator, instigator la ură și periculos în comentariile publicate pe pagini publice de Facebook din România și Ungaria. În contextul resurselor reduse pentru procesarea limbajului natural în cele două limbi, prezentarea a vizat o comparație între uzul a trei abordări și trei unelte software:

- metode cantitative pe baza unor statistici descriptive folosind Tableau (Chabot, Stolte, & Hanrahan, 2003);
- analiza rețelelor semantice /de co-ocurență pe baza unor dicționare nișate folosind KH Coder (Higuchi, 2001);
- analiza conceptelor formale (triadică) folosind FCA Tools Bundle (Kis, Sacarea, & Troanca, 2015).

Concluziile analizei comparative au indicat că instrumentele utile în reprezentarea și interpretarea unor cantități mari de date numerice și atributive nu dispun încă de posibilități de procesare a limbajului natural dincolo de configurarea unor filtre pe bază de cuvinte cheie. Metodele ca analiza conceptelor formale, deși utile în demersuri de text mining și knowledge discovery pe baza navigării unor ierarhii conceptuale generate prin procesarea legăturilor dintre obiecte (comentarii/documente) și atributele acestora (mențiuni ale unor termeni cheie), sunt dificil de utilizat în cazul unor seturi mari de date. Abordările utilizând rețele semantice, analiza cluster și codare semi-automată pe baza unor dicționare nișate oferă oportunitățile de interpretare cele mai utile în contextul identificării și clasificării discursului instigator la ură în mediul online.

Prezentarea cu titlul **Discursive Patterns in Social Media Posts and Comments on the Facebook Pages of Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary**, din cadrul Transylvanian International Conference in Public Administration -<https://www.apubb.ro/intconf/> (Cluj-Napoca, Romania 16-17 noiembrie, 2018) a vizat identificarea unor șabloane discursive în

postările și comentariile publicate pe paginile de Facebook ale celor mai urmărite instituții guvernamentale din România și Ungaria în scopul identificării subiectelor și valorilor informaționale care declanșează comportamente de implicare a utilizatorilor (prin distribuiri, reacții și comentarii).

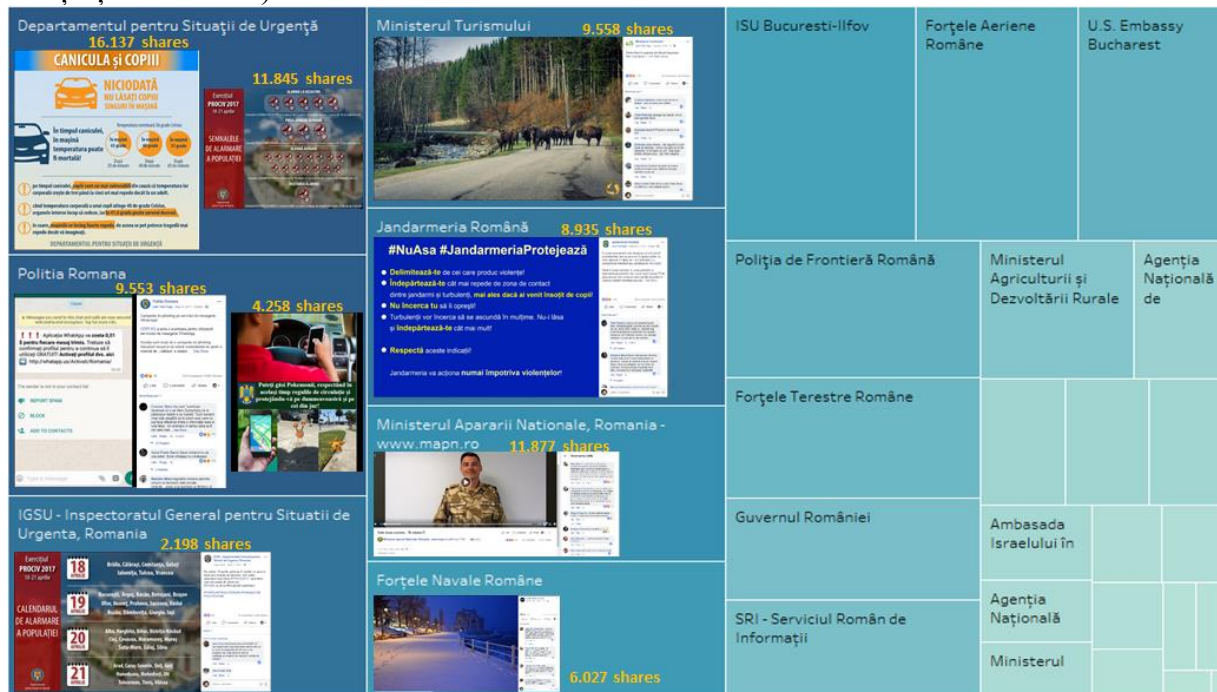


Fig. 8. Cele mai distribuite mesaje de către pagini instituționale de Facebook în limba română

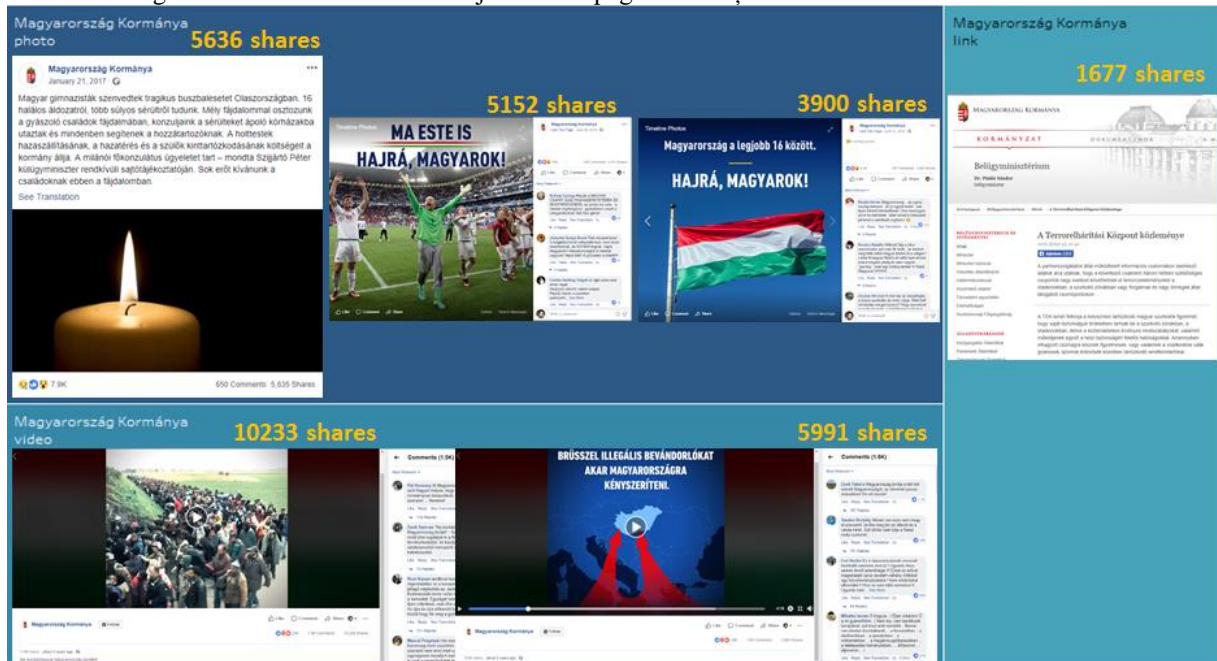


Fig. 9. Cele mai distribuite mesaje de către pagini instituționale de Facebook în limba maghiară

Un număr considerabil mai mare de instituții guvernamentale din România (față de Ungaria) utilizează pagini oficiale de Facebook în comunicarea cu cetățenii.



Rezultatele analizei au indicat că cele mai frecvente postări sunt de tip vizual (foto și video), acestea generând și cele mai mari grade de implicare. Unele instituții utilizează texte lungi de tip comunicat de presă, dar majoritatea s-au adaptat la formatele specifice platformei. Valorile dominante ale mesajelor care generează cele mai multe distribuiri și comentarii sunt în zona interesului uman și a valențelor afective, inclusiv cele care stimulează mândria națională.

## 2. Activitățile de cercetare în etapa 2

În etapa 2 (2019) a proiectului ADHOC, au avut loc activități de cercetare ce au constat analiza datelor colectate în etapa 1 (2018), pregătirea de prezentări pentru conferințe naționale și internaționale, pregătirea de articole pentru publicare în reviste științifice și volume naționale și internaționale. Activitățile de diseminare au constat în prezentări orale la conferințe naționale și internaționale, publicarea de articole și capitole în volume, precum și organizarea unui workshop la care au participat cercetători în domeniul științelor comunicării din România și Ungaria.

### 2.1 Datele analizate

**Eșantionul intenționat și de popularitate** (2016-2017) cuprinde comentarii de nivelul 1 colectate prin interogare API din postări publice publicate în contextul a peste 100 de pagini de Facebook.

S-au colectat și analizat în total 966.600 comentarii publicate pe pagini în limba română și 838.329 comentarii publicate în limba maghiară.

**Eșantionul principal/amplu** (2016-2018) cuprinde primele 25 de comentarii de nivelul 1 (ierarhizate de către platforma Facebook) colectate prin interogare API de la postări publicate în contextul a 535 de pagini publice de Facebook în limbile română și maghiară între 1 ianuarie 2016 și 31 decembrie 2018. Din cauza restricțiilor API impuse de platformă în 2018 (pe fondul scandalului Cambridge Analytica), nu a fost posibilă extragerea tuturor comentariilor din fiecare thread conversațional.

Un număr mare din comentariile colectate nu conțineau text (doar imagini sau emoji-uri). Au fost analizate comentariile care conțineau expresii verbale. S-au colectat și analizat în total 1.520.575 comentarii publicate pe pagini

**Tabelul 5. Eșantionul intenționat și de popularitate**

Context	Pagini FB RO	Pagini FB HU
<b>Media de informare</b>	11	12
<b>Lideri politici</b>	19	14
<b>Partide politice</b>	7	9
<b>Comunități online</b>	14	16
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>51</b>

**Tabelul 6. Eșantionul amplu**

Context	Pagini FB RO	Pagini FB HU
<b>Instituții media</b>	54	55
<b>Persoane publice</b>	169	159
<b>Partide politice</b>	15	10
<b>Comunități politice</b>	36	37
<b>TOTAL</b>	<b>274</b>	<b>261</b>

în limba română și 1.164.776 comentarii publicate în limba maghiară.

### **2.1.1 Analiza cantitativă a datelor**

Analiza frecvenței și co-ocurențelor țințelor discursului instigator la ură arată că țințele predilecte ale discursului antagonic online în limba română sunt minoritățile etnice - romii și maghiarii. O categorie socială care devine recent țință a discursurilor antagonice este cea a asistaților social. Asistații sociali și pensionarii sunt cel mai probabil categorii culpabilizate de către utilizatorii Facebook în raport cu opțiunile politice ale acestora și dependența de anumite structuri guvernamentale. Cele mai frecvente țințe ale discursului antagonic apar în legătură cu subiecte politice - alegeri, guvern, cheltuirea banilor publici, corupție și furt. Refugiații sunt menționați în contextul Uniunii Europene, nu al politicii interne. Grupurile LGBT sunt menționate în raport cu teme ca sexualitatea, dar și în slabă legătură cu religia. De asemenea, musulmanii sunt mai degrabă menționați în contextul unor teme religioase, dar și probabil în legătură cu propunerea doamnei Sevil Shhaideh (de religie musulmană) pentru poziția de prim-ministru, care a stârnit controverse în toamna anului 2016. Comparând cu discursurile antagonice înregistrate pe Facebook în Ungaria, chiar dacă grupurile țință cele mai frecvent menționate în comentarii pe Facebook sunt acelea ale refugiaților/migranților pe fondul unei implicări directe în criza europeană din 2015-2016, următoarele două grupuri ca frecvență a mențiunilor sunt romii și românii, ceea ce indică o raportare similară.

### **2.1.2 Tehnici de machine learning și knowledge representation**

O parte din eforturile de cercetare au vizat utilizarea de metode mixte pentru identificarea șabloanelor de stereotipare exprimate în comentarii pe Facebook.

Cele două seturi de date (comentariile în română și comentariile în maghiară) au fost analizate utilizând tehnici de machine learning. Metoda Word2Vec a fost utilizată pentru a construi word embeddings. Vectorii reprezentând termenii care referențiază grupurile țință ale discursului instigator la ură au fost analizați folosind elemente de algebră a vectorilor și similaritatea bazată pe context cu alți termeni.

Word2Vec este o rețea neuronală cu două niveluri antrenată pentru a reconstrui contextul lingvistic al cuvintelor. Utilizează ca input corpora de dimensiuni mari și produce un spațiu vectorial de câteva sute de dimensiuni, fiecărui cuvânt fiindu-i asociat un vector în acest spațiu. Poziționarea vectorilor se face în funcție de contextul comun al cuvintelor – cuvintele cu contexte comune vor fi reprezentate pe vectori poziționați mai apropiat unul de celălalt. În scopul identificării stereotipurilor negative, a fost utilizată, de exemplu, o fereastră contextuală de 3 cuvinte (la stânga și dreapta fiecărui termen).

Caracteristicile identificate au fost grupate în familii semantice / grupuri conceptuale folosind codare manuală. Folosind metoda analizei conceptelor formale, au fost analizate triadele grup-caracteristică-context.

Au fost utilizate instrumente de procesare a limbajului natural din librăria Python Spacy. De asemenea, a fost utilizată librăria Gensim pentru producerea vectorilor termenilor din corpus prin metoda Word2Vec. Fereastra contextuală utilizată a fost de 3 cuvinte, dimensiunea spațiului vectorial de 300, iar numărul de epoci utilizate a fost de 10.

Datorită variațiilor mari în ortografierea cuvintelor în limba română în comentarii pe Facebook (cu/fără diacritice), vocabularele rezultate pentru corpusul în limba română au fost mult mai mari decât cele în limba maghiară.

### 2.1.3 Tropi, meme, mituri, stereotipuri și topoi

Analiza cantitativă și calitativă a șabloanelor discursive din comentariile publicate pe Facebook a urmărit identificarea modului în care diferite (și deseori contradictorii) credințe, stereotipuri, atitudini și alte programe care vizează mobilizarea unor segmente ale publicului, respectiv instrumentalizarea la nivel discursiv a unor *țapi ispășitori* (din rândul minorităților etnice/religioase, lingvistice sau politice) conform teoretizărilor expuse în *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean* de către Ruth Wodak (2015).

În diferite analize derulate, s-au avut în vedere următoarele concepte:

**Tropi** – Hayden White pune în discuție tropica discursului aplicând metodele criticii literare în analiza reprezentărilor în scrierile istorice.

**Meme** – Richard Dawkins introduce termenul pentru a denumi așa-zisele „gene culturale” în contextual reinterpretării evoluționismului Darwinian. Conceptul este adoptat și crește în popularitate în contextul culturii online – în mod specific – meme pe internet sau în cultura digital conform definiției oferite de Limor Shifman (2014).

**Mituri** – Roland Barthes definește conceptul mitului contemporan în eseuul său *Mitul azi* ca un înțeles de ordinal doi în domeniul cultural (unii autori prefer să clarifice acest concept ca narațiune ideologică sau implicație ideologică).

**Stereotipuri** – gândirea stereotipică și stereotipurile apare ca un mod de a simplifica cerințele la nivelul percepției, pe baza unor cunoștințe anterioare, uneori ca răspuns la factori de mediu / contextual – diferite roluri sociale, conflicte de frup, diferențe de putere. Stereotipurile pot fi o cale de a justifica status quo-u sau pot funcționa ca răspuns la o nevoie de găsire a identității sociale (Hilton and Hippel 1996).

**Topoi** – Topos (topoi la plural) este unul dintre cele mai folosite concepte din teoria argumentării – referind așa-zise rezervoare ce conțin idei cheie generalizate din care pot fi generate afirmații specifice sau argumente – urgența, amenințarea, salvatorul, țapul ispășitor, istoria (Wodak 2015).

### 2.1.4 Analiza tropilor verbali în conversațiile din social media în România

În ultimii ani, în România, paginile de Facebook publice au devenit arene de dezbatere sau mai degrabă locuri în care au loc ceea ce McLuhan numea într-un interviu din 1977 (McLuhan 2010) întâlniri abrazive în căutarea propriei identități, puternic marcate de agenda politică și agenda mass-media de informare. Tropii discursivi care marchează discursul ultimilor ani în contextele social media din România descriu imaginarii participanților la discuții pe Facebook pe paginile

instituțiilor media (deci în raport cu evenimentele curente), partidelor politice (deci în raport cu strategiile de comunicare ale acestora), comunităților de activism și protestelor (în raport cu încercările de mobilizare online) și persoanelor publice (în raport cu declarațiile adesea politice făcute pe Facebook - ca spațiu public).

A fost analizată frecvența apariției în contexte sociale virtuale (pagini de Facebook) și temporale a următorilor tropi verbali: *anteniștii*, *asistații*, *hashtagiștii*, *penalii*, *postacii*, *(#)rezist*, *securiștii*, *sorosșiștii*, *statul paralel*, *tflști*, *trollii*.

Evolution of Tropes over time

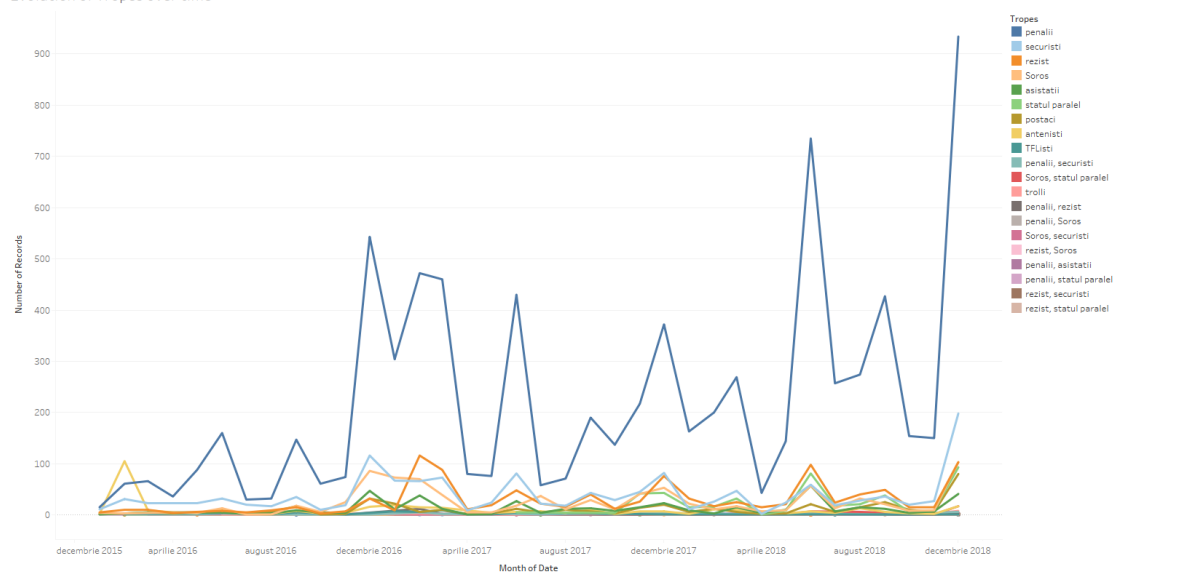
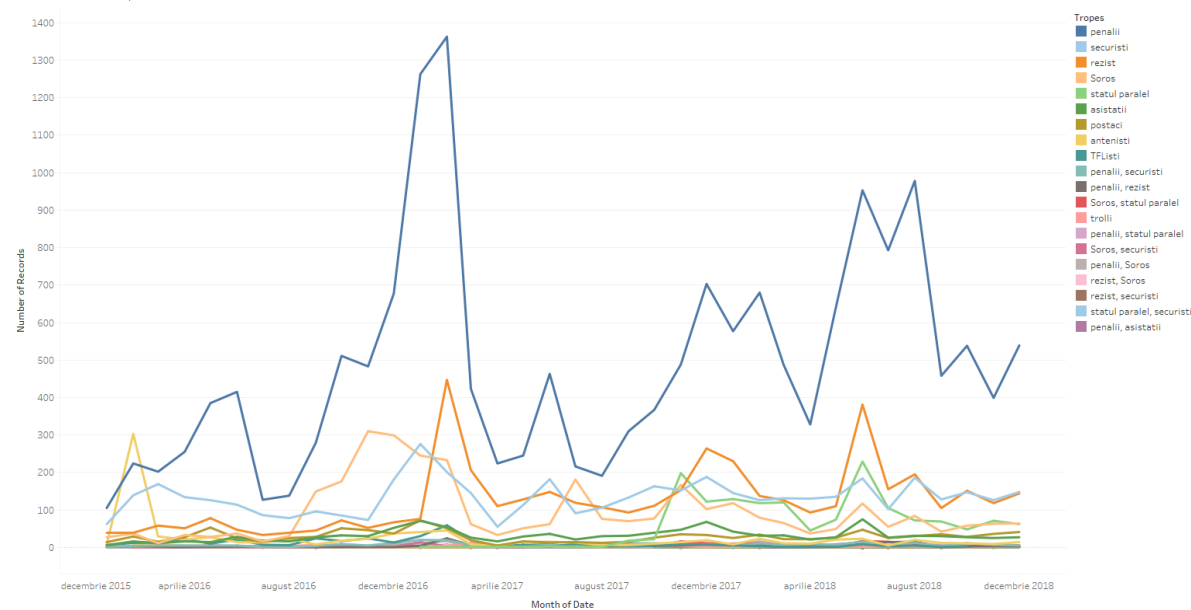


Figura 10. Evoluția în timp a frecvenței și co-ocurenței tropilor verbali în comentarii pe paginile de Facebook ale instituțiilor media din România

Evolution of Tropes over time



The trend of sum of Number of Records for Date Month. Color shows details about Tropes. The view is filtered on Tropes, which keeps 90 members.

Figura 11. Evoluția în timp a frecvenței și co-ocurenței tropilor verbali în comentarii pe paginile de Facebook ale persoanelor publice din România

*Penalii* sunt tropul discursiv care apare cel mai frecvent menționat, indicând importanța temei justiției în ultimii trei ani, dar și o tendință de preluare a unui discurs antagonic, sprijinit de opoziție și președinte.

În cazul paginilor partidelor politice, următorii tropi frecvent întâlniți în comentarii sunt *securiștii*, *Soros*, *#rezist*, *postacii*, *statul paralel*, *asistați* și *anteniști* în această ordine. În cazul comunităților / cauzelor politice, ierarhia e diferită, penalii fiind urmați de *#rezist*, *securiști*, *Soros*, *postaci*, *asistați* și *statul paralel*. În cazul instituțiilor media, tropul discursiv *penalii* este urmat de *securiști*, *#rezist*, *Soros*, *asistați*, *statul paralel*, *postaci* și *anteniști*. În cazul paginilor persoanelor publice, *penalii* sunt urmați de *securiști*, *#rezist*, *Soros*, *statul paralel*, *asistați*, *postaci* și *anteniști*.

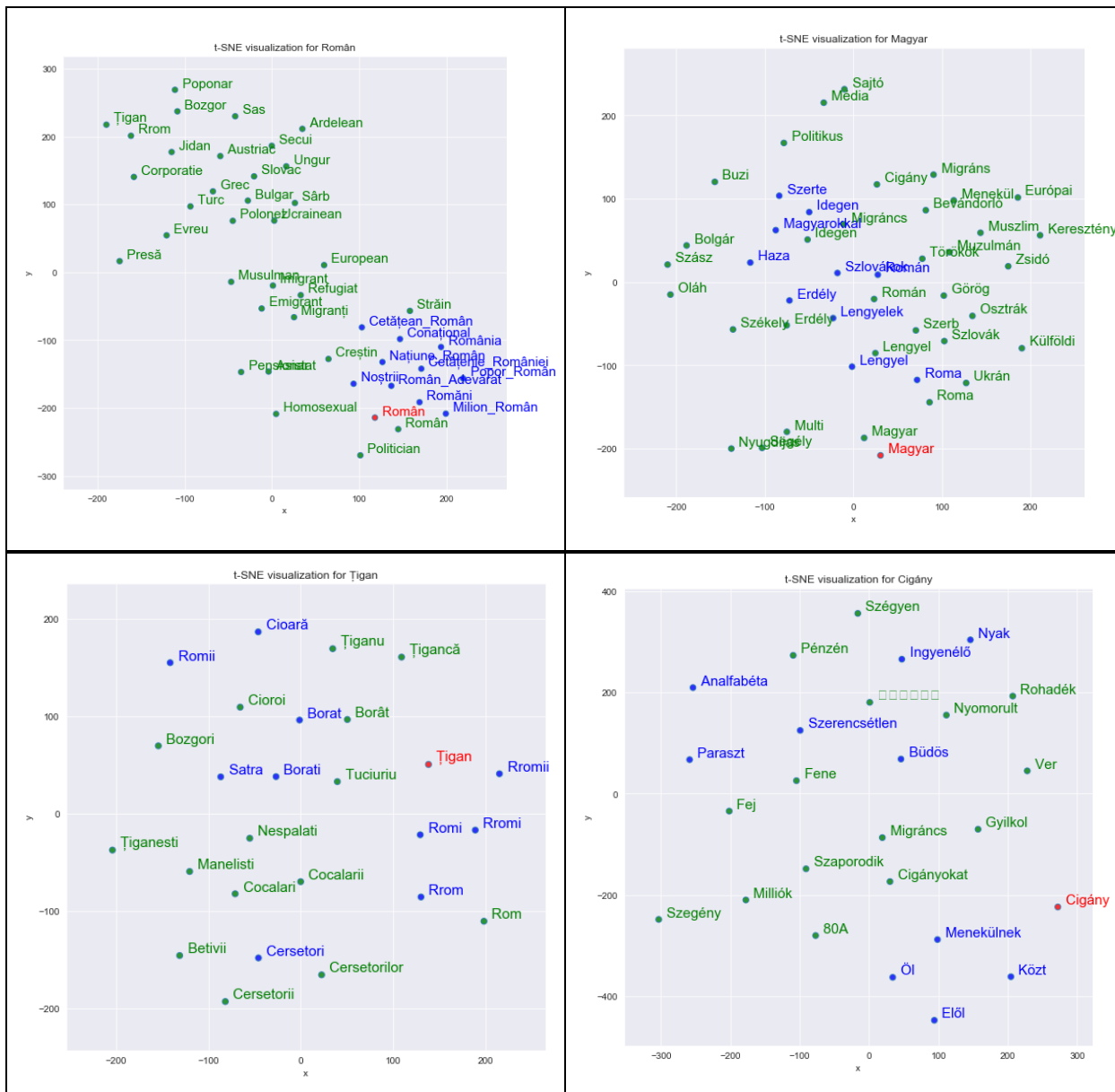
Șabloanele discursurilor antagonice pe Facebook indică o combinație de teme, tropi și ținte ale discursurilor antagonice mai vechi și mai noi. Tropul *penalii* este unul apărut relativ recent, la fel și *#rezist*, *asistații* sau *statul paralel*, dar cel al *securiștilor* a marcat cel puțin întreaga perioadă post-comunistă. Tropul *Soros* e utilizat în ultimele decenii la nivel internațional. Tropii *#rezist*, *asistații* sau *statul paralel* comportă similarități cu tropi discursivi prezenți și în contextele altor țări. Vedem așadar o latență și o tendință de globalizare a discursurilor, dincolo de evidenta influență a discursului politic și agendei media.

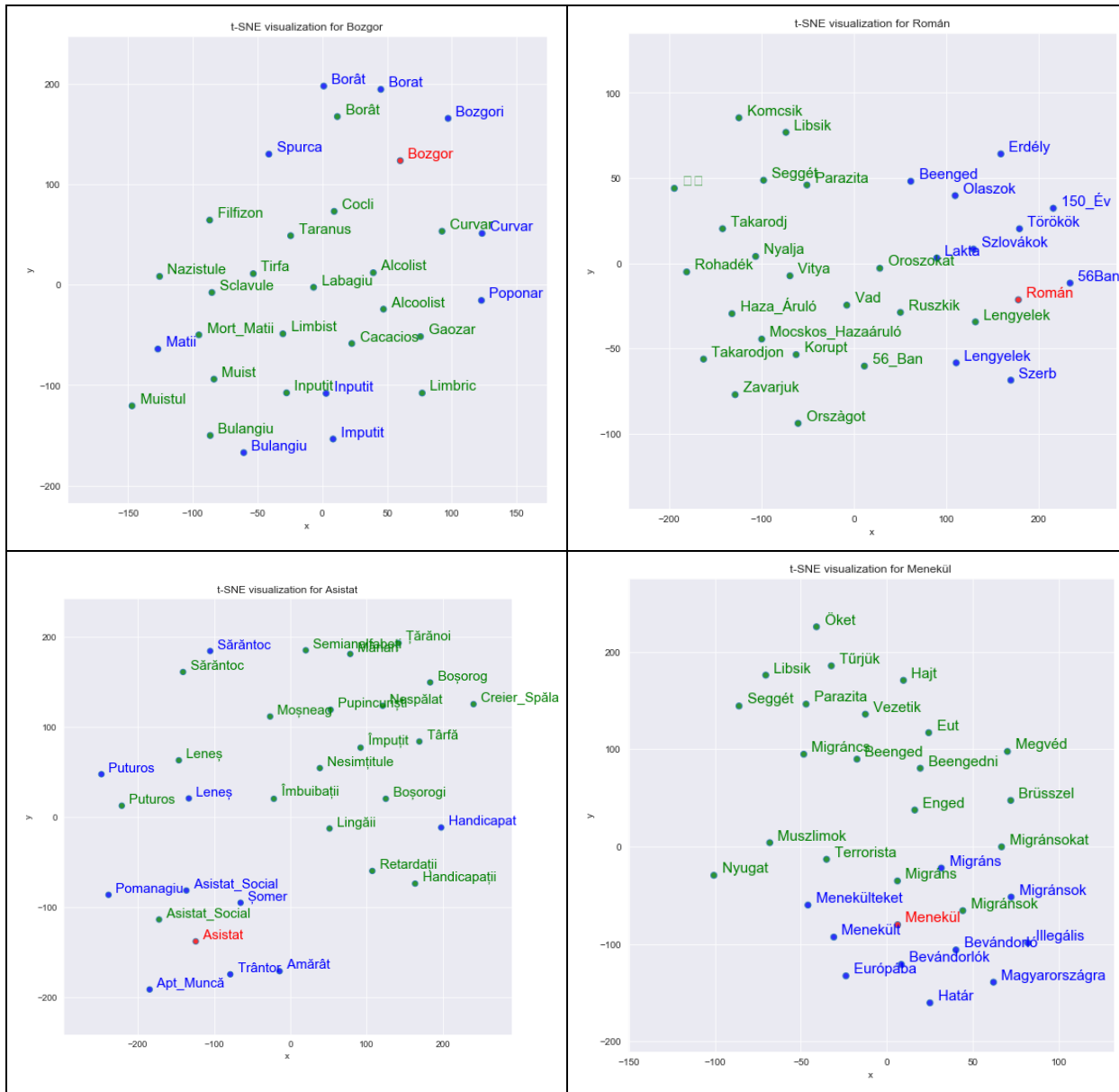
## 2.2 Analiza comparativă România-Ungaria

Analiza comparativă a rezultatelor arată conexiuni între agenda media, agenda politică și șabloanele discursive care se manifestă în comentariile publicate pe Facebook. În plus, șabloanele discursive indică conexiuni între ținte specifice ale discursului ofensator sau instigator la ură și concepte care indică preocupări pentru probleme sociale mai largi sau calificative negative care fac parte din stereotipuri comune în raport cu grupuri minoritare.

Analiza comparativă a stereotipurilor (prezentarea *Pointing Fingers. Stereotyping and Patterns of Meaning in Xenophobic Discourses on Social Media in Romania and Hungary, CEECOM 2019*) a vizat termenii cu similaritate cosinus mare în raport cu demonimele proprii și termeni neutri sau injurioși utilizați pentru a face referire în română sau maghiară la grupuri etnice/naționale minoritare, minorități sexuale, minorități religioase (musulmani) categorii sociale vulnerabile (migranți, pensionari, asistați social), grupuri profesionale (preoți, politicieni, presă) etc. Pentru fiecare limbă, au fost identificați și termenii (calificativele negative) care au aceeași relație cu termenul țintă cum are termenul „țigan”/„cigany” cu cel mai frecvent utilizat termen injurios. A fost utilizat aceste termen, deoarece grupul etnic Roma este în general considerat a fi cea mai frecventă țintă a discursului instigator la ură în cele două țări.

**Tabel 7. Proiecții ale vectorilor unor termeni referind grupuri în română și maghiară**





Utilizând Analiza Conceptelor Formale, stereotipurile negative asociate diferitelor categorii comune au fost comparate între contextul lingvistic românesc și cel maghiar.

Analiza conceptelor formale este o metodă de reprezentare a cunoașterii introdusă de către Rudolf Wille în 1980 și bazată pe filosofia pragmatică a lui Charles Sanders Peirce, pe o relație de incidență binară și pe teoria laticilor și mulțimilor parțial ordonate. Are aplicații în mai multe domenii și avantajul său constă în posibilitatea vizualizării și explorării conceptelor formale dintr-un context formal (un tabel care reprezintă relații binare între itemii dintr-o mulțime de obiecte și itemii dintr-o mulțime de atribute – în cazul nostru termenii care fac referire la grupuri și categoriile de calificative negative asociate acestora, conform scorului de similaritate cosinus). Analiza Triadică a Conceptelor Formale a fost introdusă în 1995 pentru a modela relațiile dintre trei mulțimi.

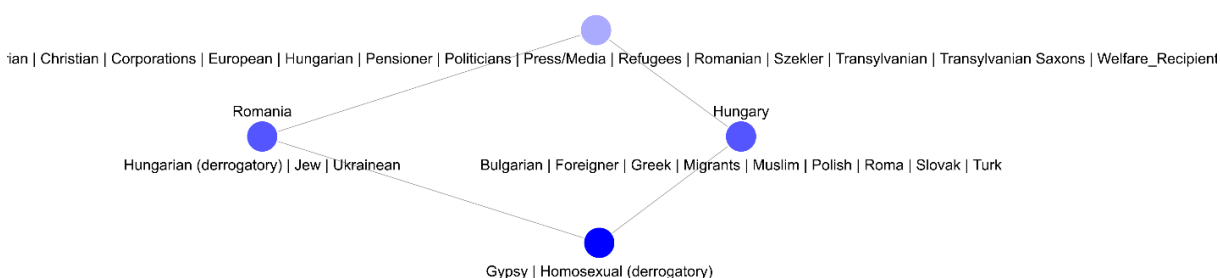


Figura 12. Reprezentare comparativă a utilizării categoriei de inferioritate animală (România și Ungaria)

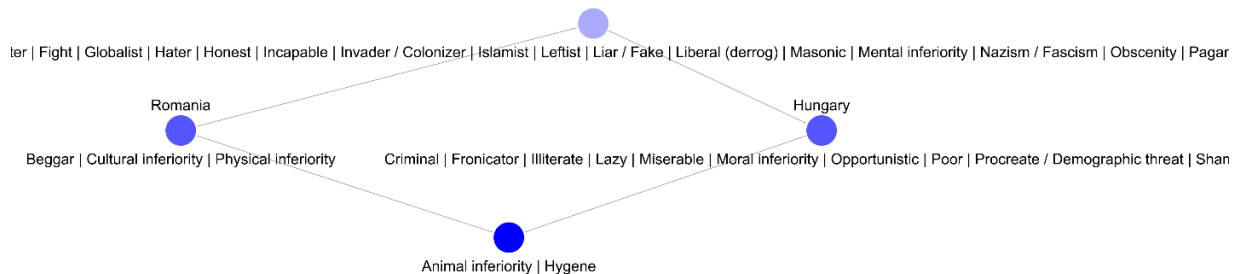


Figura 13. Reprezentare comparativă stereotipurilor referitoare la termenul „țigan”/„cigany” (România și Ungaria)

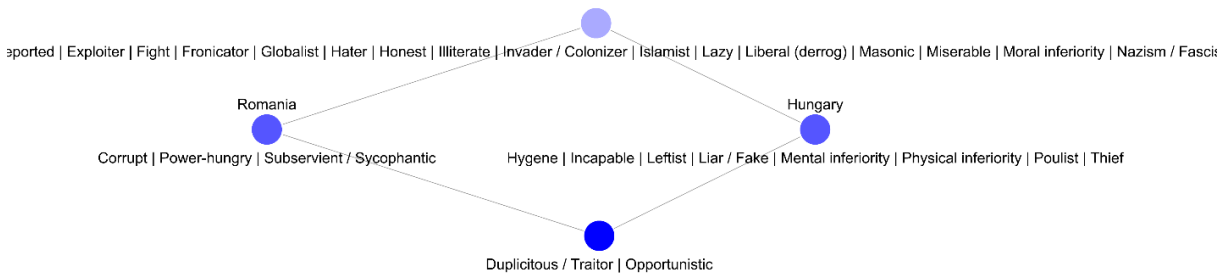


Figura 14. Reprezentare comparativă stereotipurilor referitoare la termenul politician (România și Ungaria)



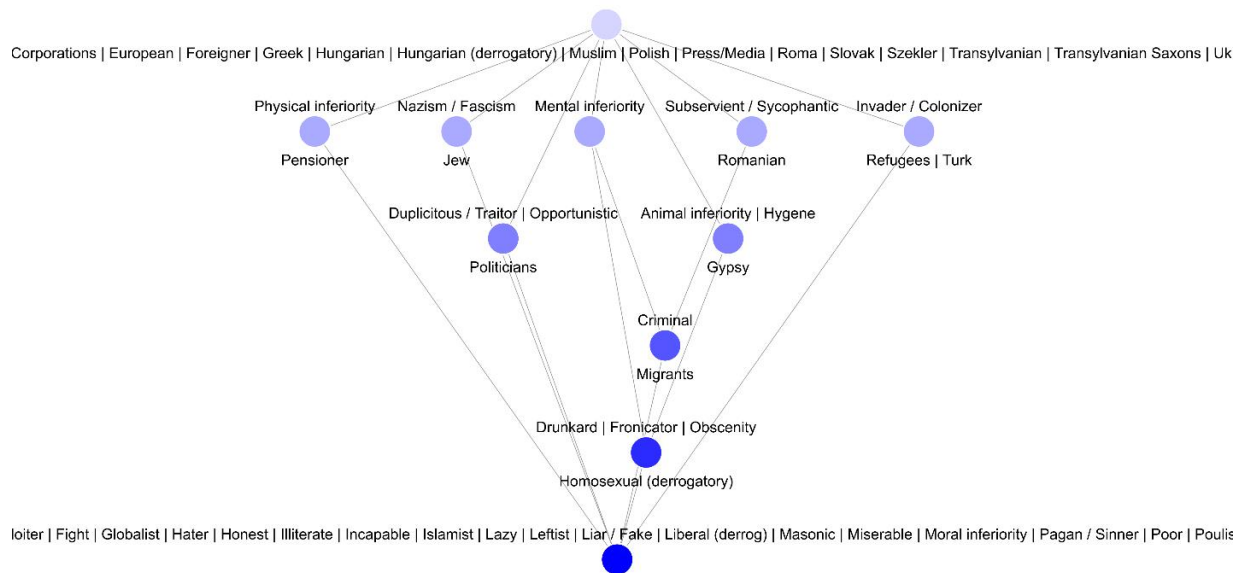


Figura 15. Reprezentare comparativă a stereotipurilor negative comune (România și Ungaria)

În corpusul de limba română, caracteristicile negative proeminente se referă la igienă, inferioritate mentală, obscenități, slugărnicie, oportunist, lene, dar apar și în unele cazuri referințe la inferioritatea fizică (inclusiv culoarea pielii), inferioritate animală sau inferioritate culturală.

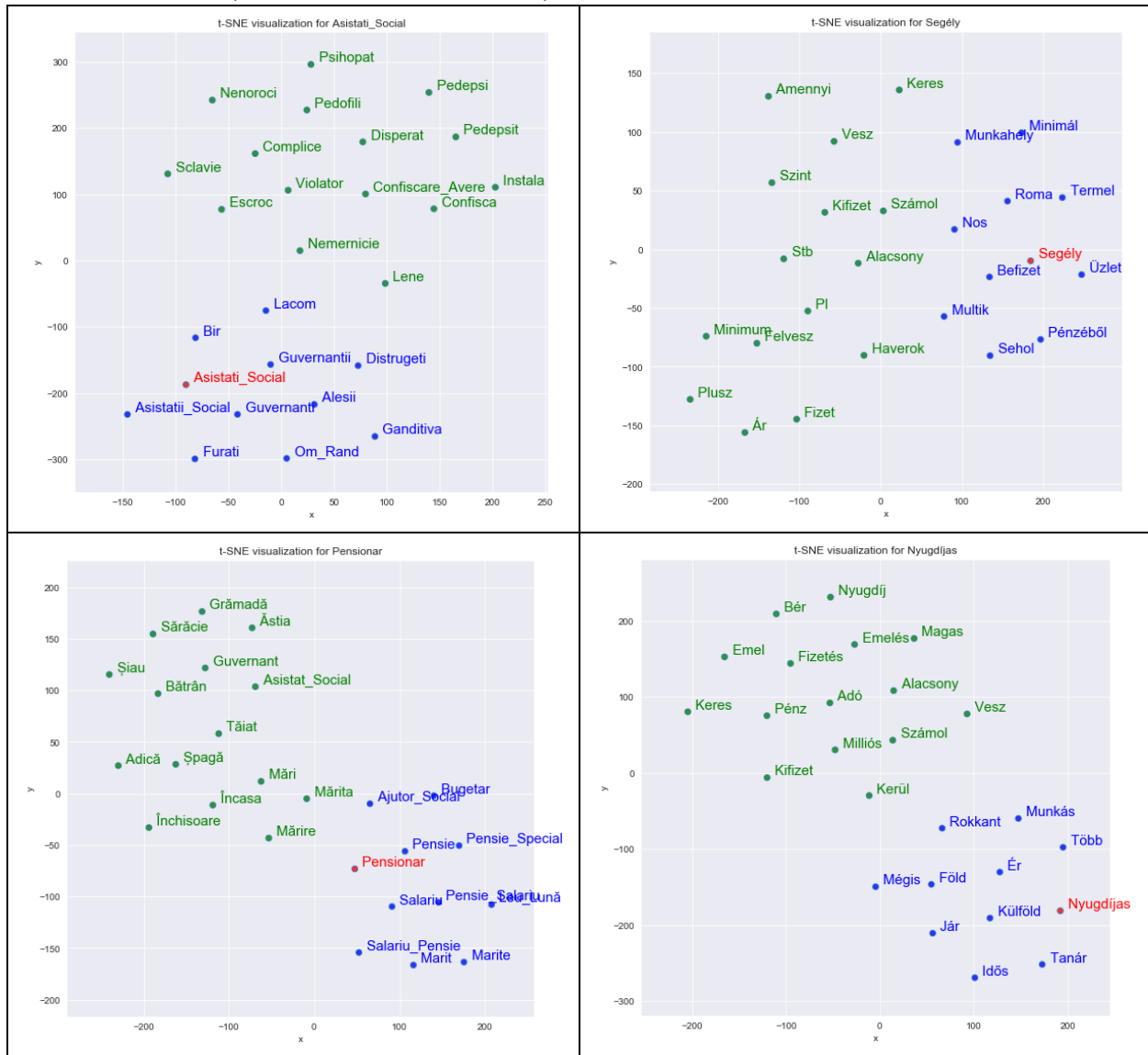
Românii asociază români cu caracteristici negative cum ar fi slugărnicia și inferioritatea mentală. În corpusul de limba maghiară, caracteristicile proeminente se referă la invadatori/colonizatori, nevoia de a se apăra. Insulte din repertoriul inferiorității animale sunt utilizate la adresa mult mai multor grupuri decât în corpusul în limba română.

Grupul minorității rome este stereotipizat negativ în mod similar în cele două spații cultural-lingvistice. Maghiarii exprimă variate și multiple caracteristici negative asociate migranților și refugiaților – văzuți ca invadatori. Stereotipurile antisemite sunt diferite și apar mai proeminente în corpusul în limba română. Austriecii sunt referențiați ca exploatare în comentariile în limba română (în relație cu agenda media / agenda publică care a tratat cazuri de despăduriri efectuate în România de către companii austriece). Politicienii sunt asociați cu oportunistul, setea de putere, comportamentul duplicitar și slugărnicia (în raport cu interese externe). Termenii injurioși pentru homosexuali sunt asociați cu termeni obsceni, inferioritate morală și abuzul de substanțe („bețivi”, „drogați”). Pensionarii sunt asociați cu inferioritatea fizică în ambele contexte, dar în timp ce în cazul Ungariei stereotipul pare încărcat de compasiune, în România sunt asociați cu asistența socială – o categorie cu puternice valențe negative, văzuți ca o categorie ușor manipulabilă de către politicieni sau chiar slugărnici în raport cu aceștia.

În prezentarea *Taking Names: Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, ESA 2019, abordarea puțin diferită a vizat utilizarea algebrei vectoriale pentru a analiza stereotipizarea negativă în cele două cazuri. Pentru fiecare termen (vizualizat cu roșu), cei mai similari termeni (similaritate

cosinus) sunt vizualizați cu albastru, iar cu verde sunt vizualizați acei termeni care au o similaritate cosinus pozitivă cu termenul țintă și un termen negativ, dar o similaritate cosinus negativă cu un termen pozitiv. Esențialmente, această metodă utilizează relațiile stabilite și detectabile între vectorii construiți pentru a produce o imagine a gradului de stereotipizare negativă, respectiv a conținutului stereotipurilor negative.

**Tabel 8. Proiecții ale vectorilor construiți pentru termenii referitor la categorii sociale**



## 2.3 Analiza calitativă a unor cazuri semnificative

Identificarea (pe baza activităților anterioare) și analiza unor cazuri semnificative de mesaje sau contexte în care se manifestă discursul instigator la ură, ofensator sau periculos.

Analiza calitativă a vizat în principal explicarea contextului socio-politic în care mesajele au fost difuzate, descrierea conținutului și a structurii/organizării mesajelor, detectarea elementelor de retorică vizuală și identificarea conținuturilor cu valoare simbolică.

Componenta calitativă a studiului *Discursive Patterns on the Facebook Pages of Government Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary*, Pagini: 374 - 386, Editura Accent, 2019, constă în analiza postărilor cu cea mai mare popularitate (cuantificată în număr de reacții, comentarii, distribuiri). Analiza celor mai populare video-uri postate pe pagina Ministerului Apărării Naționale vizează simbolurile transmise (în termeni de corelare cu o dată importantă din calendar – Dragobete, Ziua Armatei, Unirea Principatelor), potențialul conținutului de a declanșa reacții emoționale la nivel individual (declarația de dragoste a militarilor detașați în Afganistan) sau colectiv (recitarea de către un copil, printre lacrimi, a poeziei *Nu plânge, maică Românie!*, scrisă de un soldat mort pe front în Primul Război Mondial).

Pe pagina Guvernului maghiar, cele mai distribuite video-uri au fost două clipuri din cadrul campaniei pentru referendumul anti cote de imigranți, marcate de mesaje rasiste și xenofobe, video-uri care au generat răspunsuri atât din partea cetățenilor care susțineau demersul Guvernului Orban, dar și din partea celor care se opuneau. Fotografiile cele mai distribuite prezintă evenimente declanșatoare de emoții puternice, fie că e vorba de compasiune și șoc în cazul accidentului petrecut în Italia, cu 16 victime copii, fie că e vorba de apelul la sentimentele de mândrie națională, în contextul meciurilor echipei naționale de fotbal, care primea încurajări înaintea meciurilor decisive din cadrul Campionatului European din 2016.

*H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook* din cadrul conferinței De l'Ouest à l'Est : Métamorphoses des Discours en Europe, organizată de Universitatea București, 25 octombrie 2019.

În cadrul capitolului *Disparaging "the Assisted": Shaming and Blaming Social Welfare Recipients in Romania and Hungary*, acceptat în volumul *Mediated Shame of Class and Poverty Across Europe*, Palgrave, analiza calitativă se concentrează asupra stereotipurilor construite și vehiculate în două postări video care au generat multiple comentarii ofensatoare sau instigatoare la ură.

Video-ul postat de echipa de jurnaliști de la Recorder.ro, intitulat *Marele miting*, este un exemplu de postare media cu un grad mare de popularitate Facebook, care a declanșat cele mai multe comentarii care au menționat în mod frecvent *asistații social* – beneficiarii de ajutoare sociale – asociați cu cadre conceptuale negative. Analiza a urmărit să identifice cum structura, alegerile editorial și imaginile descriu și consolidează stereotipuri, metafore vizuale și frame-uri negative asociate cu beneficiarii de ajutoare sociale și, prin intermediul listelor paradigmatică, votanții PSD. Rezultatele analizei arată că principalele trăsături ale participanților la mitingul PSD, așa cum apar construite în reportajul video, portretizează o stare de inferioritate, cu accent pe trăsături negative de ordin intelectual, moral, și fizic: capacitate intelectuală limitată (nu sunt capabili să răspundă la

întrebări simple, nu se pot exprima coerent în limba maternă), afișează un comportament discutabil (sunt bețivi, nepoliticoși sau chiar violenți), sunt analfabeți sau needucați, au deficiențe fizice care îi fac hidoși/urâți (dinți lipsă, burți proeminente) și sunt murdari.

Video-ul ales pentru analiza calitativă a fost postat pe pagina de Facebook a EchoTV și a beneficiat de popularitate crescută, fiind un exemplu de postare media maghiară care a generat comentarii instigatoare la ură față de minoritatea Rromă. Acest video este format dintr-o serie de imagini selectate astfel încât să confirme și consolideze stereotipurile existente. Rezultatele analizei arată că principalele trăsături ale Rromilor/țigănilor, așa cum apar construite în reportajul video, portretizează o stare de inferioritate tribală, cu accent pe comportamente negative ca violența – sunt agresivi fizic (o sută de țigani au linșat conducătorul auto care a accidentat băiețelul de doi ani) și sunt agresivi verbal (în principal față de jurnalist și cameraman), copiii au o capacitate intelectuală limitată (nu sunt capabili să învețe să treacă strada în siguranță), iar părinții nu sunt responsabili față de copiii lor.

## 2.4 Analiza comparativă în context global

În contextul multiplicării discursurilor populiste la nivel global, o parte din demersurile de cercetare au urmărit clasificarea șabloanelor discursive din comentarii în raport nu doar cu categorii de discurs instigator la ură, ofensator sau periculos, ci și în raport cu topoi asociați cu discursul populist, respectiv diferite frame-uri conflictuale.

Pentru adnotarea a două subeșantioane de câte 1000 de exemple aparținând setului de date aferente comentariilor la postările instituțiilor media, figurilor publice, partidelor politice și comunităților politice au fost folosite zece categorii de discurs violent: discurs ofensator (inclusiv insulte, injurii, limbaj sub-uman); discurs instigator la ură (direcționat către grupuri sau indivizi în baza apartenenței lor la grup); apel la violență (împotriva indivizilor sau grupurilor); blamare/învinovățire (deemnarea unui individ, grup sau categorie ca fiind vinovat pentru o situație dată); dispreț în interiorul propriului grup (declarații devalorizante despre propriul grup); dispreț direcționat către Celălalt (devalorizarea membrilor unui grup exterior propriului grup); noi versus ei (cadru conflictual care explică o situație dată); amenințări (exprimă o preocupare majoră pentru viitor, predicții fataliste); indignare (în raport cu evenimente, acțiuni etc.); ironie (în sens de comentariu abraziv, uneori cu tente umoristice).

Interfața de adnotare Prodigy a fost utilizată pentru a adnota 1000 de exemple din fiecare corpus, reprocessat fără lematizare (pentru a nu pierde unele particule specifice limbajului violent). Pe baza celor 1000 de adnotări, a fost folosită librăria Spacy pentru a antrena câte un clasificator automat de text. Clasificatorul de text a fost testat până la o acuratețe de 75%. Întregile seturi de comentarii au fost adnotate automat folosind clasificatoarele (doar maxim două etichete cu probabilitate de peste 70% au fost aplicate pentru fiecare comentariu).

Comments Labels Timeline (N=1.576.639) (weeks) (2)

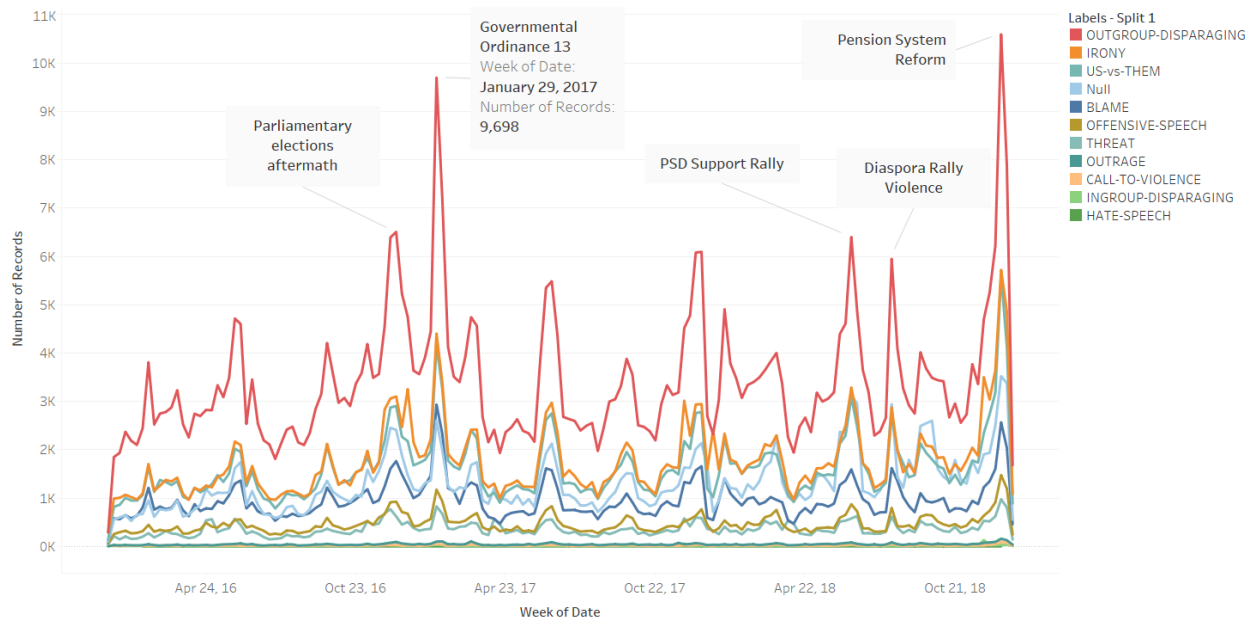


Figura 16. Evoluția frecvențelor etichetelor în timp pe comentariile în limba română

Rezultatele au fost prezentate în *Fickle crowds. Discursive Patterns of Media, Public Figures and Citizens on Social Media in Romania and Hungary*, prezentare susținută în cadrul unei conferințe pe tema populismului la Poznan și *H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook*, colocviu internațional pe tema discursurilor referitoare la integrarea europeană organizat la București.

**Tabel 9. Exemple de comentarii adnotate din corpusul în limba română**

CATEGORIE	Exemple
BLAME	Acest jeg nu are nici o vina,vina este a celor care l au votat ,complici la distrugerea aceste tari
	<i>ATENȚIE DRACNEA A DEZBINAT ROMÂNIA DE ANUL VIITOR VA DEZBINA ȘI EUROPA SUNTEM CALUL TROIAN PT U. E.</i>
CALL TO VIOLENCE	<i>Îngropati de vii cu tot cu avere!!!</i>
	<i>Eu as aduce minerii! Astia bat cel mai bine!</i>
	<i>Peste iei in case .să le dăm foc asa nu merge</i>
HATE SPEECH	<i>GUNOAIELE SOROSISTO-IOHANIS URLA A PĂGUBOASĂ!! HAI URLAȚI IUDEILOR TRĂDĂTORI!!</i>
	Si noi sprijinim expluzarea maghiarilor din europa. Sa plece in mongolia unde le este locul.
INGROUP DISPARAGING	<i>SUNTEM UN POPOR DE MASOCHIȘTI !!!</i>
IRONY	NU TREBUIE BLAMAȚI. EI SUNT CÂINII DE PAZĂ A DEMOCRAȚIEI. AZORICA ȘO PE EI! LĂTRAȚI MĂIIIII !
OFFENSIVE SPEECH	<i>Morții matii de jigodie .SLUGA HOTILOR . Sa iti dau MUIE .</i>
OUTGROUP DISPARAGING	Miticii au alte treburi mai importante bunaoara sa-si salveze pielea de puscarie!!
	Pana nu vom taia ajutoarele sociale, psd va stapani in continuare. Nu se poate ca 3,5 milioane sa tina in spate atatia asistati!
OUTRAGE	Toata politica o mizerie !!
	<b>HOȚII LA PUȘCĂRIE NU LA GUVERNARE !!! ABROGAREA ORDONANȚEI !</b>
THREAT	<i>PSD VREA SĂ INGENUNCHIEZE GENERATIILE VIITOARE SĂ LE PLĂTEASCĂ PENSIILE NESIMTITE SI SALARIILE MARI NUMAI PENTRU EI CĂ IN REST JALE</i>
US vs THEM	Vorbim SINGURI de 27 ani! EI AU ALTE PREOCUPARI!!!!!! STRICT PERSONALE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Percentage of most likely label by categories

Labels - Split 1	Category			
	Media Outlets	Political Communit..	Political Parties	Public Figures
Null	15.06%	14.83%	16.48%	12.00%
BLAME	8.32%	8.76%	8.08%	10.25%
CALL-TO-VIOLENCE	0.25%	0.20%	0.18%	0.18%
HATE-SPEECH	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%
INGROUP-DISPARAGING	0.14%	0.16%	0.15%	0.15%
IRONY	19.23%	16.52%	14.94%	17.43%
OFFENSIVE-SPEECH	5.35%	4.79%	4.96%	4.35%
OUTGROUP-DISPARAGING	30.87%	33.57%	34.04%	35.71%
OUTRAGE	0.59%	0.43%	0.30%	0.37%
THREAT	3.84%	4.46%	4.06%	3.40%
US-vs-THEM	16.34%	16.28%	16.80%	16.16%

Figura 17. Distribuția comentariilor etichetate pe categorii de pagini de Facebook (română)

### 3. Activități de cercetare în etapa 3

În cadrul etapei 3 (2020), echipa ADHOC s-a concentrat pe definitivarea cercetărilor deja începute, pe identificarea unor oportunități de diseminare și pe evaluarea rezultatelor proiectului.

- Transmiterea spre publicare a manuscrisului final (după review) pentru capitolul Hanna-Orsolya VINCZE, Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, *Disparaging “the Assisted”: Shaming and Blaming Social Welfare Recipients in Romania and Hungary*, capitol acceptat în *Mediated Shame of Class and Poverty Across Europe*, Palgrave
- Pregătirea manuscrisului pentru cartea Radu MEZA, *Analiza media. De la gândirea critică la gândirea computațională*, Presa Universitară Clujeană, 2020. ISBN 978-606-37-0771-1/978-606-37-0772-8.

Participarea la *Berlin Conference on Hate Speech Analysis 2020*, organizată de Freie Universität Berlin, Institute for Media and Communication Studies, Media Use Research Division, nu a mai fost posibilă în luna martie date fiind restricțiile impuse de pandemia COVID-19 care a dus la anularea evenimentului.

Sumarul evaluării rezultatelor proiectului, execuția financiară la nivelul întregului proiect, precum și rezultatele diseminate la nivelul întregului proiect sunt prezentate în secțiunile următoare.

### 4. Diseminarea rezultatelor pe durata întregului proiect:

#### 4.1 Participări la conferințe naționale și internaționale:

1. Radu MEZA, Hanna-Orsolya VINCZE, Andreea MOGOȘ - *A Digital Social Science Approach to Studying Hate Speech on Facebook in Romania and Hungary*, Communicative Space - Political Space: CEECOM - <http://ceecom2018.hu/> - - 11th Central and Eastern European Communication and Media Conference, Szeged, Ungaria 30 Mai - 1 iunie 2018
2. Andreea MOGOȘ - *The self-representations of the Romanian politicians on Facebook. Roles, frames and social media engagement*, trimis spre publicare în CEECOM 2018 Proceedings, Communicative Space - Political Space: CEECOM - <http://ceecom2018.hu/> - - 11th Central and Eastern European Communication and Media Conference, Szeged, Ungaria 30 Mai - 1 iunie 2018
3. Radu MEZA, Hanna-Orsolya VINCZE, Andreea MOGOȘ - *Analysing dangerous, hateful and offensive speech in social media comments*, Cluj-Napoca, Romania, 18-20 octombrie 2018, HumaNUM - <http://humanum.fspac.online/> - Information, Communication et Humanités Numériques, 23e Colloque Franco-Roumain en Sciences de l'information et de la Communication

4. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE - **Discursive Patterns in Social Media Posts and Comments on the Facebook Pages of Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary**, Transylvanian International Conference in Public Administration -<https://www.apubb.ro/intconf/>- Cluj-Napoca, Romania 16-17 noiembrie, 2018
5. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *The Algorithmisation of the Public Sphere: The Tropics of Social Media Discourse and the Transcoded Public in the Age of Surveillance Capitalism*, Journalism and Digital Media Conference, Media Culture Days, Cluj-Napoca, Romania, mai 2019.
6. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Pointing Fingers. Stereotyping and Patterns of Meaning in Xenophobic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, Central and Eastern European Communication and Media Conference - CEECOM 2019, Sofia, Bulgaria, iunie 2019.
7. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Networked Antagonisms in Central and Eastern Europe. Hate Speech in Comments to News Media Facebook Posts in Romania and Hungary*, 5th World Journalism Education Congress, Paris, France, iulie 2019.
8. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Taking Names. Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, European Sociological Association Conference 2019, Manchester, UK, august 2019.
9. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Fickle crowds. Discursive Patterns of Media, Public Figures and Citizens on Social Media in Romania and Hungary*, ECREA'S POLITICAL COMMUNICATION SECTION INTERIM CONFERENCE POLCOMM, Poznan, Polonia, septembrie 2019.
10. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook*, „De l'Ouest à l'Est : Métamorphoses des Discours en Europe” International Conference, București, octombrie 2019.

## 4.2 Publicații apărute la finalul raportării:

1. Meza, R., Vincze, H.O. and Mogoș, A., 2018. **Targets of Online Hate Speech in Context. A Comparative Digital Social Science Analysis of Comments on Public Facebook Pages from Romania and Hungary**. Intersections -East European Journal of Society and Politics, pp.26-50. WOS:000456889300002
2. Meza, Radu; Meza, Șerban. **A Triadic Formal Concept Analysis Approach to Analyzing Online Hate Speech in Facebook Comments**. BRAIN - Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience- ISSN:2067-3957, Issue 1, Volume 10, 2019, pp. 73-81. WOS:000457502300007



3. Mogos Andreea Alina, Meza Radu-Mihai, Vincze Hanna Orsolya, **Discursive Patterns on the Facebook Pages of Government Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary**, Pagina: 374 - 386, An: 2019, Volum: Sustainable Development and Resilience of Local Communities and Public Sector Organizations, Conferință: Transylvanian International Conference in Public Administration 16-18 November 2018 Cluj-Napoca Romania, Editură: Accent, Editor: Cristina HARUȚA Cristina M. HINȚEA Octavian MOLDOVAN, ISBN/ISSN: 978-606-561-202-0
4. Meza, R.M., *Antagonismele online*, capitol în Digitalizarea media și cultura populară, editor R.M. Meza, editura Presa Universitară Clujeană, 2019, ISBN 978-606-37-0580-9, pp. 66-72
5. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Taking Names. Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, abstract în Abstract Book 14th ESA Conference | Europe and Beyond: Boundaries, Barriers and Belonging | 20-23 August 2019 | Manchester, ISBN 978-2-9569087-0-8, p. 445
6. Vincze, Hanna Orsolya, Radu Meza, and Delia Cristina Balaban. "Frame Variation in the News Coverage of the Refugee Crisis: The Romanian Perspective." *East European Politics and Societies* (2020): 0888325419890665., (IF 0.524), raportat 50% ADHOC

### 4.3 În curs de publicare la finalul raportării (30 aprilie 2020):

1. Hanna-Orsolya VINCZE, Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, *Disparaging "the Assisted": Shaming and Blaming Social Welfare Recipients in Romania and Hungary*, capitol acceptat în *Mediated Shame of Class and Poverty Across Europe*, Palgrave
2. Radu MEZA, *Analiza media. De la gândirea critică la gândirea computațională*, Presa Universitară Clujeană, 2020. ISBN 978-606-37-0771-1/978-606-37-0772-8

## 4.4 Workshop pentru diseminarea rezultatelor la nivel instituțional și local (RW).

În cadrul Médiastaféta ("Ștafeta Media"), 28 septembrie 2019, echipa ADHOC a susținut la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării din Universitatea Babeș-Bolyai, un workshop cu tema *Computational Research Methods in Communications*. La workshop au participat profesori și cercetători în domeniul științelor comunicării, români și maghiari, de la universități din România și Ungaria: Universitatea Eötvös Loránd din Budapesta, Universitatea de Științe Tehnice și Economice din Budapesta, Universitatea din Pécs, Universitatea din Szeged, Universitatea Sapientia din Târgu Mureș, Universitatea Sapientia din Miercurea Ciuc, Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.



Figura 18. Participanți la Médiastaféta ("Ștafeta Media") 2019 și workshopul *Computational Research Methods in Communications* organizat de echipa ADHOC

## 5. Execuția financiară și activități de management de proiect

### 5.1 Achiziții la capitolul logistică

În etapa 1, în cadrul proiectului ADHOC s-au făcut achiziții la capitolul Logistică în subcapitolul **Cheltuieli privind stocurile**, fiind achiziționate consumabile de birotică necesare în lucrul cu documentele produse în cadrul proiectului, în desfășurarea activităților de diseminare planificate în următoarele etape și management de proiect pe întreaga durată a proiectului.

S-au achiziționat următoarele bunuri cu valoarea totală de 70,69 lei:

Denumire	Cantitate
Perforator	3 buc.
Capsator	3 buc.
Biblioraft	5 buc.
Hârtie pentru tipărit A4 și A3	9 top
Capse	10 cutii
Banda corectoare	3 buc.
Dispozitive de stocare pe memorie flash USB	4 buc.

De asemenea, tot la capitolul Logistică, subcapitolul **Cheltuieli cu serviciile executate de terți**, s-a cheltuit suma de 115 lei pentru auditul financiar extern.

**În etapa 2**, în cadrul proiectului ADHOC s-au făcut achiziții la capitolul Logistică în subcapitolele următoare, astfel:

### **CHELTUIELI DE CAPITAL**

#### **Imobilizări coporale : dotări, echipamente, mobilier, calculatoare**

Denumire	Cantitate
Sistem Computer de birou pentru analiză de date	1

#### **Imobilizări necorporale: programe de calculator, licențe, brevete**

Denumire	Nr. bucăți
Sistem de operare Microsoft Windows 10 Pro 64bit (pentru computer de analiză)	1
Microsoft Office Professional Plus 2019 (pentru computer de analiză)	1
Factura Licență Prodigy Explosion AI 464,10 USD pentru adnotarea datelor	1

### **CHELTUIELI PRIVIND STOCURILE**

#### **Materii prime, materiale consumabile**

Denumire	Nr. bucăți
Mediu de stocare SSD Samsung EV0 500GB pentru stocare de date	2
USB FLASH ULTA FIR, 64GB USB 3.1 pentru transfer de date	1

#### **Obiecte de invenar**

Denumire	Nr. bucăți
Unitate optică DVD RW portabilă pentru stocare / tranfer de date	1
Cameră Web Lifecam HD-3000 pentru videoconferințe	1

**În etapa 3**, ca urmare a anulării pe fondul pandemiei COVID-19 a conferinței Berlin Conference on Hate Speech Analysis (Freie Universität Berlin, Institute for Media and Communication Studies), programate în 26-27 martie la Berlin (la care directorul ADHOC confirmase participarea), sumele prevăzute la capitolul deplasări pentru diseminarea rezultatelor în etapa 3 au fost realocate la capitolul servicii terți pentru acoperirea cheltuielilor de publicare a unui volum cu titlul *Analiza media. De la gândirea critică la gândirea computațională* în care vor fi diseminate o parte dintre rezultatele proiectului pentru publicul național.

#### **Cheltuieli cu serviciile executate de terți**

Denumire	Nr. bucăți
Servicii de editare carte electronica	1
Servicii de editare si tipar carte	115

## **5.2 Execuția financiară la capitolul personal**

**Pe întreaga durată a desfășurării proiectului, membrii echipei de cercetare angajate în desfășurarea proiectului ADHOC au fost: Radu-Mihai MEZA (director de proiect), Hanna Orsolya VINCZE (cercetător senior), Andreea Alina MOGOȘ (cercetător senior).**

### **Etapa 1 (2018)**

Pentru primele 6 luni ale etapei 1, toți membrii echipei de cercetare au avut o implicare lunară contractuală de 80 de ore pe lună, conform fișelor de prezență colectivă întocmite. Pentru lunile noiembrie și decembrie 2018, implicarea membrilor echipei de cercetare a fost de 40 de ore pe lună, rezultând într-o medie de implicare de 70 de ore pe lună la nivelul celor 8 luni de desfășurare ale etapei 1 a proiectului ADHOC. Reducerea implicării pentru ultimele două luni rezultă din colaborarea cu cercetători din universitate și din afară (prof. dr. Delia Balaban - Universitatea Babeș-Bolyai, ș.l. dr. ing. Șerban Meza - Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Remi Almodt - masterand, Universitatea Babeș-Bolyai) interesați să colaboreze pe tematica proiectului și teme conexe proiectului.

### **Etapa 2 (2019)**

Pentru primele 5 luni ale etapei 2, toți membrii echipei de cercetare au avut o implicare lunară contractuală de 60 de ore pe lună, conform fișelor de prezență colectivă întocmite. Pentru luna iunie, implicare fiecărui membru al echipei a crescut la 76 de ore pe lună, iar în perioada iulie-septembrie implicarea fiecărui membru a crescut la 80 de ore pe lună. Pentru lunile octombrie, noiembrie și decembrie 2019, implicarea membrilor echipei de cercetare a fost de 60 de ore pe lună, rezultând într-o medie de implicare de 66 de ore pe lună la nivelul celor 12 luni de desfășurare ale etapei 2 a proiectului ADHOC. Reducerea implicării pentru primele și ultimele luni rezultă din necesități de desfășurare a îndatoririlor didactice ale membrilor echipei în instituția gazdă și colaborarea cu cercetători din universitate și din afară (prof. dr. Delia Balaban - Universitatea Babeș-Bolyai, conf. dr. ing. Șerban Meza - Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Remi Almodt - masterand, Universitatea Babeș-Bolyai) interesați să colaboreze pe tematica proiectului și teme conexe proiectului.

### **Etapa 3 (2020)**

Pentru prima lună a etapei 3, toți membrii echipei de cercetare au avut o implicare lunară contractuală de 60 de ore pe lună, conform fișelor de prezență colectivă întocmite. Pentru lunile februarie-aprilie, implicarea fiecărui membru a crescut la 80 de ore pe lună. Reducerea implicării pentru prima lună rezultă din necesități de desfășurare a îndatoririlor didactice ale membrilor echipei în instituția gazdă. Pe perioada suspendării activităților față-în-față la instituția gazdă, membrii echipei de cercetare au continuat munca la activitățile prevăzute în planul de realizare a proiectului, lucrând de la distanță și comunicând online.

## Referințe

- Angi, D., & Bădescu, G. (2014). Discursul instigator la ură în România. Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile. Preluat în din [http://www.fdsc.ro/library/files/studiul\\_diu\\_integral.pdf](http://www.fdsc.ro/library/files/studiul_diu_integral.pdf)
- Barthes, Roland. "Mythologies, trans." Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972) 151 (1972): 82.
- Boyle, K. (2001). Hate speech—the United States versus the rest of the world. *Me. L. Rev.*, 53, 487.
- Chabot, C., Stolte, C., & Hanrahan, P. (2003). Tableau Software. Seattle, Washington.
- Community Standards. (2018). Preluat în 18 noiembrie 2018, din [https://www.facebook.com/communitystandards/objectionable\\_content](https://www.facebook.com/communitystandards/objectionable_content)
- Donahue, P. (2015, septembrie 26). Merkel Confronts Facebook's Zuckerberg Over Policing Hate Posts. *Bloomberg.com*. Preluat în din <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-09-26/merkel-confronts-facebook-s-zuckerberg-over-policing-hate-posts>
- Gagliardone, I., Bekalu, M. A., Zerai, A., Aynekulu, G., Taflan, P., Pohjonen, M., ... Stremlau, N. (2016). Mechachal - Online Debates and Elections in Ethiopia. Final Report: From hate speech to engagement in social media (p. 103). Preluat în din [https://www.academia.edu/25747549/Mechachal\\_-\\_Online\\_Debates\\_and\\_Elections\\_in\\_Ethiopia\\_Final\\_Report\\_From\\_hate\\_speech\\_to\\_engagement\\_in\\_social\\_media\\_Full\\_Report\\_](https://www.academia.edu/25747549/Mechachal_-_Online_Debates_and_Elections_in_Ethiopia_Final_Report_From_hate_speech_to_engagement_in_social_media_Full_Report_)
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015). Countering online hate speech. UNESCO Publishing. Preluat în din <https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=WAVgCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=online+hate+speech+unesco&ots=TaamaoJQVB&sig=xUFAShQSkdkdHtMImSPL50myDRE>
- Ganter, B., & Wille, R. (2012). Formal concept analysis: mathematical foundations. Springer Science & Business Media. Preluat în din [https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=hNwqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Ganter,+B.,+Wille,+R.:+Formal+Concept+Analysis+-+Mathematical+Foundations.&ots=0cRL5XEe3p&sig=P4IzDkOx5d0I4IeSnYB6\\_5QVRJM](https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=hNwqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Ganter,+B.,+Wille,+R.:+Formal+Concept+Analysis+-+Mathematical+Foundations.&ots=0cRL5XEe3p&sig=P4IzDkOx5d0I4IeSnYB6_5QVRJM)
- Higuchi, K. (2001). Kh coder. A free software for quantitative content analysis or text mining, available at: <http://khc.sourceforge.net/en>.
- Hilton, James L., and William Von Hippel. "Stereotypes." *Annual review of psychology* 47, no. 1 (1996): 237-271.
- Keyling, T., & Jünger, J. (2013). Facepager. An application for generic data retrieval through APIs. Source code available at <https://github.com/strohne/Facepager>.
- Kis, L. L., Sacarea, C., & Troanca, D. (2015). FCA Tools Bundle—a Tool that Enables Dyadic and Triadic Conceptual Navigation. *Proc. of FCA4AI*. Preluat în din <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01425672/document#page=45>
- Lehmann, F., & Wille, R. (1995). A triadic approach to formal concept analysis. În *International Conference on Conceptual Structures* (pp. 32–43). Springer. Preluat în din [http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-60161-9\\_27](http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-60161-9_27)
- Scutari, J. (2009). Hate Speech and Group-Targeted Violence: The Role of Speech in Violent Conflicts. *United States Holocaust Memorial Museum*, 100.
- Shifman, Limor. *Memes in digital culture*. MIT press, 2014.
- Weber, A. (2009). *Manual on hate speech*. Council of Europe.
- White, Hayden V. *Tropics of discourse: Essays in cultural criticism*. Vol. 70. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1978.
- White, Hayden. *Metahistory: The historical imagination in nineteenth-century Europe*. JHU Press, 2014.
- Wodak, Ruth, and Michael Meyer, eds. *Methods of critical discourse studies*. Sage, 2015.

## 6. Evaluarea rezultatelor

Proiectul ADHOC și-a propus utilizarea metodologiilor digitale de cercetare socială pentru a crea o imagine de ansamblu a problemei discursului instigator la ură în contexte publice pe Facebook printr-o analiză comparativă a paginilor de Facebook publice din România și Ungaria și a comentariilor aferente. Abordarea e ancorată în metodologia sociologiei computaționale pentru a oferi o analiză largă bazată pe date a contextelor, emițătorilor, conținuturilor și țintelor discursului periculos, discursului instigator la ură și discursului ofensator în social media.

Obiectivul proiectului a fost *utilizarea metodologiei cercetării sociale digitale pentru a realiza o prezentare generală a chestiunii discursului instigator la ură în contexte publice pe Facebook printr-o analiză comparativă a paginilor din România și Ungaria.*

### 6.1 Evaluarea atingerii obiectivelor

Obiectivele proiectului	Evaluarea atingerii obiectivelor
<p>O1: Identificarea celor mai populare sau relevante pagini publice de Facebook din contextul lingvistic românesc și maghiar și din diferite categorii - divertisment, media de informare, politică (guvernamental, non-guvernamental, activism), branduri, comunități sau sport.</p>	<p><b>Obiectiv îndeplinit:</b> eșantionul pilot (intențional și de popularitate cuprinde 106 pagini de Facebook), iar eșantionul amplu cuprinde 583 de pagini de Facebook. Perioada pentru care au fost colectate postări și comentarii este 2015-2018. Categoriile de pagini sunt: partide politice, persoane publice, cauze civice și politice, instituții media, instituții guvernamentale.</p> <p>În perioada de implementare Facebook a introdus restricții la accesarea comentariilor publice prin API-ul OpenGraph, limitând accesul la maxim 25 de comentarii/thread. Prin urmare, echipa ADHOC a extins eșantionul amplu (de la 100 la 250 de pagini pe context național/lingvistic) față de numărul de pagini planificat inițial. Paginile instituțiilor guvernamentale nu au mai fost introduse în analiza cantitativă, dată fiind diferența considerabilă între cele două țări în ceea ce privește prezența pe Facebook a instituțiilor publice. În total, în eșantionul pilot au fost incluse 1.804.929 comentarii, iar în eșantionul amplu 2.685.351 de comentarii.</p>
<p>O2: Analiza postărilor fiecărei pagini de Facebook selectate în ceea ce privește tipul, timpul, subiectul și rata de angajare a interesului audienței prin comentarii, reacții și distribuiri.</p>	<p><b>Obiectiv îndeplinit:</b> În analiza cantitativă (atât pe eșantionul pilot, cât și pe eșantionul amplu) au fost vizate variabile precum: tipul postării (status, photo, video, link), data publicării, numărul de comentarii, numărul de distribuiri și numărul de reacții și aprecieri. Distribuiri, reacțiile și comentariile au fost utilizate ca principal criteriu de selecție a cazurilor semnificative în cercetările calitative prezentate în conferințe. În special postările de tip vizual generează un număr mai mare de distribuiri, reacții și comentarii.</p>
<p>O3: Identificarea și clasificarea termenilor și sintagmelor în limbile română și maghiară care se configurează ca discurs antagonic în discurs periculos, discurs instigator la ură și discurs ofensator.</p>	<p><b>Obiectiv îndeplinit:</b> Folosind două metode ale sociologiei digitale: metoda rețelelor de co-ocurență bazate pe dicționare nișate și metoda word embeddings, au fost identificați principalii termeni care sunt asociați discursului antagonic. S-a dezvoltat (antrenat) și testat un clasificator automat (bazat pe word embeddings) de comentarii în următoarele categorii: CALL TO VIOLENCE, HATE SPEECH, INGROUP DISPARAGING, IRONY, OFFENSIVE SPEECH, OUTGROUP DISPARAGING, OUTRAGE, THREAT, US vs THEM. Rezultatele au fost prezentate la 1 conferință în țară și 1 conferință internațională în străinătate.</p>

O4: Identificarea și clasificarea referințelor la grupuri care sunt adesea ținte ale discursului periculos, instigator la ură sau ofensator în mesaje și comentarii.	<b>Obiectiv îndeplinit:</b> Referințele la grupuri-țintă ale discursului antagonic au fost identificate și clasificate folosind analiza triadică a conceptelor formale. Rezultatele au fost diseminate în: 1 articol științific într-o publicație indexată WoS, 1 conferință internațională în țară și 1 conferință internațională în străinătate.
O5: Analiza co-ocurențelor referințelor la grupurile țintă identificate cu diferite tipuri de discurs antagonic în comentarii, vizând identificarea emițătorilor, țințelor, conținutului și contextelor (inclusiv temporale).	<b>Obiectiv îndeplinit:</b> Analiza co-ocurențelor a relevat cele mai frecvent țintite grupuri (refugiații, asistații sociali și romii) și legăturile cu discursul politic (referințele la asistații sociali și refugiați). Rezultatele au fost diseminate în: 2 articole științifice într-o publicație indexată WoS din străinătate, 2 conferințe internaționale din străinătate.
O6: Compararea rezultatelor pentru contextele lingvistice române și maghiare și punerea acestora în perspectivă prin raportarea la rezultate anterioare din România, Ungaria și din regiune.	<b>Obiectiv îndeplinit:</b> Analiza comparativă între cele două contexte a relevat în ambele cazuri legături între discursul politic și categoriile țintă ale discursului antagonic în social media (refugiații în contextul maghiar și asistații social în contextul românesc). Rezultatele au fost diseminate în: 1 capitol într-un volum publicat la o editură de prestigiu din străinătate (Plagrove), 1 capitol într-un volum publicat la o editură recunoscută din țară, 2 conferințe internaționale în străinătate și 1 conferință internațională în țară.
<i>Utilizarea metodologiei cercetării sociale digitale pentru a realiza o prezentare generală a chestiunii discursului instigator la ură în contexte publice pe Facebook printr-o analiză comparativă a paginilor din România și Ungaria</i>	<b>Obiectiv general îndeplinit:</b> Proiectul a vizat utilizarea dicționarelor nișate, codării automate, a rețelelor de co-ocurență/semantice pentru identificarea, clasificarea și contextualizarea discursurilor antagonice pe social media în România și Ungaria, dar s-a extins prin pilotarea utilizării de tehnici de machine learning. Rezultate ale abordărilor metodologice au fost diseminate în: 1 conferință internațională în țară, 1 workshop cu participare internațională (din Ungaria) în țară și 1 carte la o editură recunoscută din țară, aflat în curs de publicare.

## 6.2. Sumarul rezultatelor:

Rezultate estimate	Rezultate realizate
O lucrare preliminară definind cadrul conceptual (CF) pentru analiza discursului antagonic - discursul instigator la ură, discursul ofensator și discursul periculos va fi publicată pe pagina web a proiectului în prima etapă a proiectului.	<b>Sumarul cadrului conceptual este disponibil la adresa:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/CF-ADHOC.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/CF-ADHOC.pdf</a>
O lucrare preliminară (SA) sumarizând cea mai recentă literatură de specialitate pe tematica discursului instigator la ură și cele mai noi abordări în analiza automată a textului folosind unelte software (pentru limbile română și maghiară) va fi publicată pe pagina web a proiectului în prima etapă a proiectului.	<b>Notele pe sumarul literaturii sunt disponibile la:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/SA-HS-ADHOC.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/SA-HS-ADHOC.pdf</a> <b>Sumarul abordărilor în analiza automată a textului este disponibil la adresa:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/SA-M-ADHOC.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/SA-M-ADHOC.pdf</a>
Bazele de date conținând eșantioane ale corpusului de discurs antagonic din comentarii publicate pe pagini publice de Facebook în română (DB1) și maghiară (DB2) din perioada 2016-2017 vor fi publicate pe pagina web a proiectului în primele două etape ale proiectului.	<b>Descrierile seturilor de date analizate sunt afișate pe site-ul ADHOC</b> ( <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/</a> ). Descrierile eșantioanelor sunt disponibile: <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-purposeful-sample.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-purposeful-sample.pdf</a> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-main-sample-ro.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-main-sample-ro.pdf</a> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-main-sample-hu.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/ADHOC-main-sample-hu.pdf</a>

	Date fiind dimensiunile mari, seturile de date propriuzise sunt disponibile la cerere cercetătorilor interesați de colaborări cu echipa ADHOC (contact: meza@fspac.ro)
Un raport de cercetare preliminar (RR1) sumarizând activitatea pe paginile de Facebook studiate și mențiunile referitoare la ținte ale discursului antagonic în timp va fi publicat pe pagina web a proiectului la finalul primei etape a proiectului.	<b>Raportul de cercetare preliminar (RR1) disponibil la adresa:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-2018-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-2018-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf</a>
Un set de reguli de codare definite pe familii semantice referitoare la ținte și tipuri de discurs antagonic (CR1) pe baza cărora va fi dezvoltat instrumentul de analiză va fi publicat pe pagina Web a proiectului la finalul primei etape a proiectului.	<b>Reguli de codare realizat în sintaxa KH Coder, disponibil la adresele:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/CR-ADHOC.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/CR-ADHOC.pdf</a>
Un workshop de cercetare (RW) menit să creeze un cadru pentru prezentarea și punerea în discuție a metodologiei, prezentarea regulilor de codare și verificarea presupunerilor cercetătorilor în fața colegilor și specialiștilor cu expertiză pe tematica proiectului va fi organizat în a doua etapă a proiectului.	<b>Workshop de cercetare Computational Research Methods in Communication, 28 septembrie 2019, cu participanți de la:</b> Universitatea Eötvös Loránd, Budapesta, Universitatea de Tehnologie și Economie Budapesta, Universitatea din Pécs, Universitatea din Szeged, Universitatea Sapientia din Târgu Mureș, Universitatea Sapientia din Miercurea Ciuc, Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.
Patru articole de cercetare (R1, R2, R3, R4) vor fi trimise spre publicare în reviste internaționale indexate în baze de date internaționale, inclusiv în Web of Science, în a doua etapă a proiectului.	<b>(R1) WOS:000456889300002</b> <b>(R2) WOS:000457502300007</b> <b>(R3) WOS:000510128700001 / IF: 0.524</b> <b>(R4) capitol în volum Mediated Shame: Disparaging Poverty in Media and Popular Culture, Palgrave (în curs de publicare)</b> <b>(R5) articol indexat conference proceedings TICPA</b> <b>(R6) capitol în volum Digitalizarea media și cultura populară</b> <b>(R7) articol indexat abstract book ESA 2019</b> <b>(R8) carte Analiza media. De la gândirea critică la gândirea computațională, Presa Universitară Clujeană (în curs de publicare) ISBN: 978-606-37-0771-1/ 978-606-37-0772-8</b> <b>Rezultatele estimate au fost depășite</b>
Un raport de cercetare intermediar (RR2) sumarizând rezultatele analizei de text și de co-ocurență, analizei comparative România-Ungaria referitoare la ținte, contexte și conținuturi, analizei calitative a cazurilor semnificative și analizei comparative în context global va fi publicat pe pagina Web a proiectului la finalul celei de-a doua etape.	<b>Raportul de cercetare intermediar (RR2) disponibil la adresa:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-2019-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-2019-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf</a>
Echipa de cercetare va prezenta aspecte metodologice și rezultate ale cercetării în patru conferințe internaționale (C1, C2, C3, C4) ca parte a planului de diseminare în trei etape. Lucrările prezentate vor fi publicate în volume ale conferințelor sau trimise spre publicare în reviste științifice.	<b>10 participări la conferințe internaționale, din care 6 conferințe în străinătate</b> <b>4 conferințe în țară (Cluj-Napoca și București)</b> <b>Rezultatele estimate au fost depășite.</b>
Un raport final de evaluare (ER) va fi publicat pe pagina Web a proiectului în a treia și ultima etapă a proiectului	<b>Raportul final de evaluare (ER) disponibil la adresa:</b> <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-final-2020-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/Raport-stiintific-si-tehnic-final-2020-ADHOC-PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892.pdf</a>



## 6. 1 Sumarul activităților și gradul de realizare al acestora

<b>Etapa 1 - Definierea cadrului conceptual și a metodologiei</b>	<b>Stadiul de realizare la finalul proiectului</b>
Act 1.1 - Cadrul conceptual	Definierea și operaționalizarea conceptelor relevante (CF) - <b>realizat</b>
Act 1.2 - Literatura de specialitate	Sumar al literaturii de specialitate(SA): Identificarea țințelor – <b>realizat</b> , Studiul metodologiilor utilizate anterior - <b>realizat</b>
Act 1.3 - Colectarea datelor	Eșantionul intențional și de popularitate (1,94 milioane postări și comentarii) - <b>colectat</b> Eșantionul aleatoriu amplu (3,17 milioane de postări și comentarii) - <b>colectat</b> <b>Realizat</b> (s-au colectat peste 5 milioane de înregistrări - postări și comentarii)
Act 1.4 - Definierea și testarea codurilor de analiză automată	Reguli de codare (CR): Dicționar de termeni care referă ținte - <b>realizat</b> Dicționare nișate: tematici discursive, imprecășii, caracterizări negative, îndemnuri la acțiune - <b>realizate</b>
1.5 - Diseminarea rezultatelor preliminare	Construcția paginii Web - <b>realizată</b> ( <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/</a> ) Participări la conferințe la nivel național și internațional - <b>4 participări</b> <b>Rezultatele estimate au fost depășite.</b>
Act 1.6 - Management de proiect	Achiziții de consumabile - <b>realizat</b> Raportarea rezultatelor - <b>realizat</b> Managementul proiectului - <b>realizat</b>
<b>Etapa 2 - Analiza datelor și diseminarea rezultatelor</b>	<b>Stadiul de realizare la finalul proiectului</b>
Act 2.1 - Analiza cantitativă a datelor - analiza co-ocurențelor	Analiza comentariilor colectate utilizând codurile definite în etapa anterioară și metoda analizei de co-ocurențe pe comentariile selectate în eșantioane. - <b>realizat</b>
Act 2.2 - Analiza comparativă România-Ungaria	Analiza comparativă România-Ungaria a discursului instigator la ură, ofensator și periculos în comentariile din eșantioane. - <b>realizat</b>
Act 2.3 - Analiza calitativă a unor cazuri semnificative	Identificarea și analiza unor cazuri semnificative de mesaje sau contexte în care se manifestă discursul instigator la ură, ofensator sau periculos. - <b>realizat</b>
Act 2.4 - Analiza comparativă în context global	Analiza comparativă în context global - <b>realizat</b>
Act 2.5 - Diseminarea rezultatelor	Actualizarea paginii Web - <b>realizată</b> ( <a href="http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/">http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/</a> ) Participări la conferințe la nivel național și internațional - <b>6 participări</b> Susținere de Workshop – <b>1 workshop</b> organizat în cadrul MediaStafeta Publicații – <b>2 articole WoS, 1 abstract indexat, 1 capitol carte la editură națională</b>
Act 2.6 - Management de proiect	Achiziție computer desktop pentru analiză de date, achiziția de laptopuri pentru activități de diseminare - <b>realizat</b> Achiziția de licențe/abonamente software pentru instrumente de analiză de date - <b>realizat</b> Achiziția de consumabile pentru stocare de date - <b>realizat</b> Raportarea rezultatelor - <b>realizat</b> Managementul proiectului - <b>realizat</b>
<b>Etapa 3 - Evaluarea rezultatelor cercetării</b>	<b>Stadiul de realizare la finalul proiectului</b>
Act 3.1 - Evaluarea rezultatelor proiectului	Realizarea raportului final de evaluare a rezultatelor proiectului. - <b>realizat</b>
Act 3.2 - Diseminarea rezultatelor finale	Publicarea pe pagina Web a rapoartelor de cercetare și a evaluărilor – <b>realizat</b> Participarea la conferințe internaționale (C4) – <b>nerealizat, caz de forță majoră.</b> Diseminarea printr-o altă metodă, anume - <b>1 carte la editură recunoscută național</b> Articole publicate - <b>1 articol WoS cu FI,</b> În curs de publicare la final de proiect: <b>1 capitol în editură internațională Palgrave</b>
Act 3.3 - Management de proiect	Managementul proiectului - <b>realizat</b> Evaluare - <b>realizat</b> Achiziția de servicii terți / editare de carte - <b>realizat</b> Raportarea rezultatelor - <b>realizat</b>

Cluj-Napoca,  
30.04.2020

Întocmit de:

Director de proiect,

**Conf. dr. Radu-Mihai MEZA**

Departamentul de Jurnalism și Media digitală

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca