



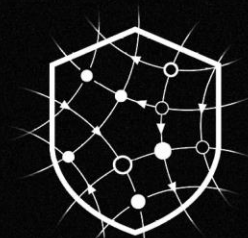
**PREMIER
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Secrétariat général de la défense
et de la sécurité nationale**

Manipularea algoritmilor și instrumentalizarea influențelor

Concluzii desprinse din alegerile prezidențiale
din România & riscuri pentru Franța



VIGINUM

Probleme sistemice

Februarie 2025

În cadrul atribuțiilor care îi sunt conferite prin articolul 3 din Decretul nr. 2021-922 din 13 iulie 2021, serviciul VIGINUM (Vigilanță și protecție împotriva interferențelor digitale străine) are sarcina de a detecta și de a defini operațiunile de interferență digitală din străinătate (OINE) prin analizarea conținutului accesibil publicului pe platformele și mass-media online. **Pentru a preveni amenințarea și a proteja dezbateră publică franceză împotriva manipulării externe a informațiilor de pe platformele digitale, VIGINUM documentează, de asemenea, modurile de operare observate în alte contexte, care ar putea fi preluate în cadrul unor operațiuni care vizează Franța.** În acest fel, VIGINUM își îndeplinește rolul de sensibilizare a societății cu privire la operațiunile străine de ingerință digitală și la alte campanii digitale de manipulare a informațiilor a căror țintă ar putea fi Franța.

Prezentul raport oferă informații cu privire la manipularea informațiilor care au vizat alegerile prezidențiale din România din 2024, ale căror rezultate din primul tur au fost anulate, în ziua de 6 decembrie, de Curtea Constituțională a României. Mai precis, raportul analizează modul de operare observat pe platforma *TikTok*, menit să promoveze în mod artificial anumite conținuturi, precum și manipularea unor influenceri. Raportul evaluează, de asemenea, riscul transpunerii acestor metode în Franța.

Descrierea manipulării observate pe *TikTok* în România se bazează în principal pe analize efectuate de părți terțe și accesibile din surse deschise. Este vorba de note declasificate comunicate de administrația română, de rapoarte ale observatorilor și ale structurilor specializate în lupta împotriva dezinformării, de rapoarte furnizate de *TikTok*, precum și de anchete realizate de presa română și franceză.

Acest raport include, de asemenea, informații tehnice suplimentare rezultate din investigațiile VIGINUM asupra entităților care au contactat influenceri pe căi netransparente.

Prin publicarea informațiilor din acest raport, VIGINUM dorește să alerteze utilizatorii de internet cu privire la riscul manipulării sistemelor de recomandare a conținutului pe platforme. Serviciul dorește, de asemenea, să sensibilizeze creatorii de conținut care se bucură de o comunitate online importantă cu privire la riscurile de a fi manipulați de actori rău intenționați.

I. FEEDBACK PRIVIND MANIPULAREA INFORMAȚIILOR REFERITOARE LA ALEGERILE PREZIDENȚIALE DIN ROMÂNIA PE TIKTOK

1. Context

Câștigarea primului tur al alegerilor prezidențiale din România, care a avut loc duminică 24 noiembrie 2024, de către Călin Georgescu, a fost cu totul surprinzătoare. Cu o candidatură prezentată în luna octombrie și fără să fi declarat niciun buget de campanie, acesta a obținut aproape 23% din sufragii (adică peste 2 milioane de voturi) făcând campanie aproape exclusiv online, în special pe platforma *TikTok*. Puțin cunoscut publicului larg înainte de alegerile prezidențiale, candidatul a fost creditat cu mai puțin de 1% din intențiile de vot în sondajele efectuate cu patru săptămâni înainte de scrutin și cu 10,6% din intențiile de vot între 20 și 21 noiembrie¹.

În urma acestor rezultate, numeroase analize au evidențiat existența unor fenomene digitale informaționale menite să perturbe buna desfășurare a alegerilor. Autoritățile române au făcut publice, în special, note informative declassificate anterior, care semnalau manipulări observate pe platforma *TikTok* și recurgerea mascată la influenceri în scopuri de propagandă electorală, sugerând totodată implicarea unui actor statal străin. Aceste nereguli au determinat Curtea Constituțională a României să anuleze rezultatele alegerilor în data de 6 decembrie 2024².

TikTok este o rețea socială deosebit de populară în România, cu aproape 9 milioane de utilizatori pentru o populație de 19 milioane de locuitori. Prin urmare, utilizarea sa este mai răspândită decât în Franța. Platforma concurează astfel cu *Facebook* în ceea ce privește practicile și numărul de utilizatori și ocupă astăzi un loc central în mediul informațional din țară, inclusiv pe teme politice.

Nu în cele din urmă, este important să subliniem faptul că fenomenele observate nu s-au limitat la *TikTok*, alte moduri de operare fiind identificate pe platformele grupului *Meta* (*Facebook* et *Instagram*)³. Aceste operațiuni informaționale au fost însoțite, de asemenea, de un număr mare de atacuri cibernetice care au vizat sisteme informatice legate de procesul electoral, demonstrând astfel desfășurarea unui amplu dispozitiv destinat destabilizării unui eveniment democratic major.

După Georgia și Moldova, România este a treia țară europeană afectată, la sfârșitul anului 2024, de manipulări pe scară largă a procesului electoral.

¹ Document declassificat n°1 al Serviciului Român de Informații publicat pe 4 decembrie 2024, *Document CSAT Serviciul Român de Informații 1*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

² Curtea Constituțională a României, Hotărârea nr.32 din 6 decembrie 2024 privind anularea procesului electoral cu privire la alegerea Președintelui României din anul 2024, https://www.ccr.ro/wp-content/uploads/2024/12/Hotarare_32_2024.pdf

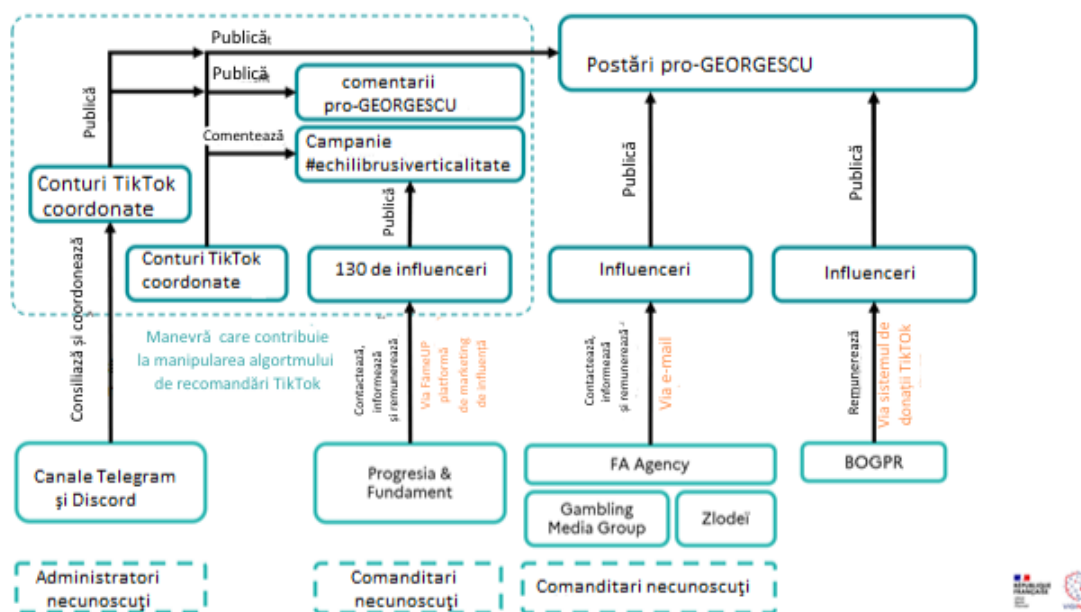
³ Studiul CheckFirst & Reset Tech, *Meta's Role in Romania's 2024 Presidential Election*, <https://checkfirst.network/research-note-metas-role-in-romania-2024-presidential-election/>

2. O campanie sofisticată de manipulare a algoritmului TikTok

Popularitatea candidatului GEORGESCU a crescut deosebit de rapid pe *TikTok*, în special în cele două săptămâni care au precedat alegerile⁴. De exemplu, numărul de abonați și numărul de vizualizări pe contul *TikTok* al lui Călin GEORGESCU au crescut de trei ori între 10 și 24 noiembrie 2024⁵. *Hashtagurile* asociate candidatului s-au bucurat, de asemenea, de o popularitate fulminantă, așa cum este cazul pentru *#calingeorgescu* care, potrivit *European Digital Media Observatory*⁶, a înregistrat peste 73,2 milioane de vizualizări în șapte zile. Potrivit *TikTok*, creșterea numărului de abonați pentru conturile care îl promovau pe acest candidat nu ar fi urmat un tipar organic obișnuit, ceea ce denotă un proces de coordonare⁷.

Creșterea fulminantă a vizibilității candidatului pe platformă pare să fi fost realizată datorită unei campanii sofisticate de *astroturfing*⁸, constând în manipularea coordonată a algoritmului de recomandare prin publicarea masivă de videoclipuri și comentarii care conțin anumite *hashtag-uri* și cuvinte-cheie. **De fapt, această campanie s-a bazat, pe de o parte, pe acțiunea coordonată a unor rețele de conturi și, pe de altă parte, pe exploatarea popularității unor influenceri care au fost plătiți în mod mascat.**

Utilizarea acestor moduri de operare arată că autorii campaniei cunoșteau bine dinamica specifică platformei și că stăpâneau perfect metodele de eludare a politicilor de moderare.



Diagramă recapitulativă privind operațiunile observate pe TikTok pentru promovarea candidatului GEORGESCU

⁴ Raport Expert Forum, *From Underdog to Contender: The Rise of Călin Georgescu in the Polls*, <https://expertforum.ro/en/files/2024/11/Policy-Brief-190-From-Underdog-to-Contender-The-Rise-of-Calin-Georgescu-in-the-Polls-4.pdf>

⁵ Date provenite de pe platforma de analiză social media Exolyt.

⁶ EDMO, *Algorithmic Influence on Elections: Insights from Romania's Case Study*, <https://edmo.eu/blog/algorithmic-influence-on-elections-insights-from-romanias-case-study/>

⁷ Document declassificat nr.2 al Serviciului Român de Informații publicat pe 4 decembrie 2024, Document CSAT Serviciul Român de Informații II, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

⁸ Mod de operare care constă în a da vizibilitate unui subiect, făcându-l să pară un fenomen de masă, chiar dacă el provine din coordonarea a doar câteva conturi care produc un volum mare de postări pe același subiect.

Dispozitive prepoziționate pe TikTok și Telegram

Această manipulare informațională s-a bazat în primul rând pe mobilizarea coordonată a câtorva mii de conturi, pentru a crește artificial popularitatea cuvintelor-cheie asociate candidatului și a manipula astfel algoritmul de recomandare *TikTok*, astfel încât acestea să apară în feed-urile utilizatorilor.

Potrivit serviciilor române de informații, aproape 25.000 de conturi *TikTok* pro-GEORGESCU au devenit deosebit de active cu două săptămâni înainte de primul tur al alegerilor⁹. Dintre acestea, 797 de conturi existau încă din 2016. Activitatea lor a fost foarte scăzută până pe 11 noiembrie 2024, când rețeaua de conturi a fost activată la capacitate maximă. Potrivit serviciilor de informații, aceste conturi au folosit adrese IP unice pentru a se conecta la platformă, făcând imposibilă asocierea lor la aceeași rețea.

Documentele declasificate de administrația românească, precum și publicația *G4Media.ro*¹⁰ dezvăluie, de asemenea, existența mai multor canale *Discord* și *grupuri Telegram*, unele dintre acestea fiind prepoziționate încă din septembrie 2022, menite să implementeze și să coordoneze o strategie de amplificare artificială a conținutului legat de acest candidat pe *TikTok*.

Campanie de astroturfing de manipulare a algoritmului de recomandare

Canalele *Discord* și *Telegram* menționate mai sus aveau rolul de a distribui către publicul lor instrucțiuni precise cu privire la conținutul care trebuia partajat, precum și instrucțiuni cu privire la modul de manipulare a algoritmului platformei fără a fi detectat de instrumentele de moderare ale acesteia.

Aceste canale partajau conținut gata de publicare și îi sfătuiau pe utilizatori să editeze aceste videoclipuri cu ajutorul instrumentelor de editare oferite de *TikTok* sau *Instagram*, astfel încât să fie percepute drept conținut original, neprelucrat, pentru a evita penalizarea de către platformă¹¹. De asemenea, au fost date instrucțiuni cu privire la modul de publicare a comentariilor favorabile candidatului GEORGESCU la postări populare în România, în special la cele ale altor candidați, sugerând utilizarea unor *hashtaguri* sau *emoji* specifice.

Scopul acestor acțiuni era de a urca numele candidatului și cuvintele-cheie asociate în topul recomandărilor platformei, fără ca ecosistemul din spatele acestora să fie detectat și considerat neautentic de către sistemele de moderare ale platformei. De altfel, *TikTok* a recunoscut în fața autorităților române că a fost vorba de activitatea unor „voluntari coordonați”, echivalentă cu o „campanie masivă de gherilă politică”¹².

O analiză realizată de ONG-ul *Center for AI & Digital Humanism*¹³ confirmă și evidențiază faptul că o mare parte a acestei operațiuni a fost realizată prin postarea masivă de comentarii pe platformă, în special la postările provenite din conturile altor candidați. Această analiză relevă faptul că menționarea masivă și pozitivă a numelui GEORGESCU, asociat cu anumite cuvinte-cheie în comentarii, a contribuit la evidențierea conținuturilor legate de candidat în algoritmul de recomandare, care se află la baza funcționării *TikTok*, contribuind astfel la creșterea popularității acestuia.

⁹ Document declasificat nr.1 al Serviciului Român de Informații publicat pe 4 decembrie 2024, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

¹⁰ *G4Media.ro*, <https://www.g4media.ro/cum-fac-sa-primesc-bani-depinde-de-implicarea-ta-mecanismul-prin-care-sunt-viralizate-postarile-lui-calin-georgescu-pe-retelele-sociale-mii-de-voluntari-din-grup.html>

¹¹ Conform regulilor comunității *TikTok*, conținutul copiat sau neoriginal publicat fără modificări nu este evidențiat pe pagina principală a platformei (Feed-ul „For You”): <https://www.tiktok.com/community-guidelines/fr/integrity-authenticity#5>

¹² Document declasificat nr.2 al Serviciului Român de Informații publicat pe 4 decembrie 2024, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

¹³ *Digihumanism*, *Digihumanism unveils massive astroturfing on TikTok biasing the Romanian presidential elections*, publicat pe 06/12/2024, <https://www.digihumanism.eu/publications-and-news/digihumanism-unveils-massive-astroturfing-on-tiktok-biasing-the-romanian-presidential-elections>

Comunicatele *TikTok* privind operațiunile secrete de influență referitoare la România fac referire la o rețea de 27.199 de conturi fictive care au vizat România pentru promovarea partidului Alianța pentru Unirea Românilor (AUR) și, „într-o mai mică măsură», a candidatului Călin GEORGESCU¹⁴. *TikTok* afirmă că „aceste conturi au publicat mai degrabă comentarii decât videoclipuri” pe care le-a și moderat între decembrie 2024 și ianuarie 2025.

În concluzie, acest proces ajută la păcălirea algoritmului, generând în mod artificial o tendință emergentă în jurul unui subiect (în acest caz, candidatul GEORGESCU și programul său), inclusiv în cadrul comunităților care urmăresc videoclipuri pe alte teme. Algoritmul va oferi mult mai regulat utilizatorilor conținut video legat de aceste teme, care sunt astfel suprareprezentate.

Desigur, suprareprezentarea unui candidat în spațiul digital nu este suficientă pentru a explica un vot în favoarea sa. Regulile comunității *TikTok* stipulează că operațiunile de acest tip sunt interzise¹⁵. De asemenea, se pune problema identificării comanditarului din spatele acestei operațiuni coordonate, autoritățile române sugerând doar implicarea unui actor străin. În fine, deși acest mod de operare urmărea să ofere vizibilitate unui anumit candidat în contextul unui proces electoral, el ar putea fi reprodus și pentru a promova conținuturi cu alte obiective.

Recrutarea de influenceri care au fost manipulați fără știrea lor

Această operațiune informațională s-a bazat, de asemenea, în mare măsură, pe sprijinul influencerilor. Peste o sută de influenceri *TikTok* fără afinități politice¹⁶ deosebite cu și un total de peste 8 milioane de abonați activi¹⁷ au fost recrutați pentru a participa, fără să-și dea seama, la o campanie menită să ofere vizibilitate candidatului GEORGESCU pe platformă. Mecanismul a constat în publicarea de către micro și macro-influenceri¹⁸ a unor mesaje aparent inofensive referitoare la alegerile prezidențiale, ceea ce a dat naștere apoi, în mod artificial, tot prin intermediul comentariilor, unei mobilizări coordonate de promovare a candidatului GEORGESCU.

Acest mod de operare se înscrie, pe deplin, în cadrul operațiunii de *astroturfing* descrisă mai sus, contribuind la manipularea algoritmului de recomandare al platformei pentru a da impresia unui sprijin masiv în favoarea candidatului.

Influencerii au fost recrutați prin intermediul platformei românești de marketing de influență *FameUp*, care pune în legătură advertiserii care doresc să desfășoare campanii publicitare pe *TikTok* și *YouTube* cu influenceri care le pot transmite mesajele în schimbul unei plăți. *FameUp* ar fi fost folosită de două organizații: *Progresia* și *Fundament*¹⁹. Acestea au propus influencerilor să publice conținut în schimbul unei plăți, respectând un anume *script* și anumite instrucțiuni.

¹⁴ TikTok, *Continuing to protect the integrity of TikTok during Romanian elections*, <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections>

¹⁵ Operațiunile secrete de influență sunt definite de *TikTok* drept „un comportament coordonat și neautentic în care rețelele de conturi lucrează împreună în mod strategic pentru a induce în eroare oamenii sau sistemele noastre și a influența astfel dezbaterile publice”, <https://www.tiktok.com/transparency/fr-fr/countering-influence-operations/>.

¹⁶ Ministerul român de Interne se referă la implicarea a 130 de conturi de influenceri cu linii editoriale diferite: lifestyle, modă, frumusețe, divertisment etc.

¹⁷ Document declasificat al Ministerului român de Interne publicat pe 4 decembrie 2024, *Document CSAT Ministerul Afacerilor Interne*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

¹⁸ În marketingul de influență, creatorii de conținut pot fi clasificați în funcție de numărul de abonați. Deși nu există un prag oficial, influencerii cu mai puțin de 10 000 de abonați sunt considerați, în general, „nano-influenceri”, în timp ce „micro-influencerii” sunt cei care au între 10 000 și 100 000 de abonați, spre deosebire de macro- și mega-influenceri, care au peste 100 000 de abonați. În ceea ce privește strategia de influență, uneori este recomandabil să se recurgă mai degrabă la micro-influenceri decât la influenceri mai mari, deoarece comunitatea lor, de care se consideră că sunt mai apropiați, se bazează mai mult pe afinități și este mai receptivă. De asemenea, aceștia sunt mai puțin solicitați, deci mai puțin costisitori și mai ușor de activat.

¹⁹ Nume comunicate de platforma *FameUp*. Nu a fost posibil să se găsească informații din surse deschise cu privire la aceste societăți, care nu par să existe în online.

Influencerii contactați au fost rugați să difuzeze clipuri video prin care să îndemne alegătorii să meargă la vot, fără a menționa numele unui anumit candidat, în cadrul unei campanii al cărei scop aparent era acela de a sensibiliza cetățenii români cu privire la importanța votului. În mesajele lor video, aceștia descriau calitățile așteptate de la un „candidat ideal” și distribuiau *hashtag-urile* #EchilibruSiVerticalitate („echilibru și verticalitate”), #Prezidentiale2024 și #unliderpotrivitpentrumine („un lider potrivit pentru mine”).

După postarea acestor videoclipuri, conturile coordonate inundau secțiunea dedicată comentariilor cu mesaje de susținere a lui Călin GEORGESCU, prezentat ca având calitățile „candidatului ideal”, pentru a da impresia unei susțineri populare masive în favoarea candidatului, permițând totodată numelui și contului acestuia să beneficieze de procesele de recomandare ale motorului de căutare al platformei. Potrivit Ministerului român de Interne, conținutul video și *hashtag-urile* asociate campaniei au ajuns pe locul 9 la nivel mondial în topul tendințelor *TikTok*²⁰.

După primul tur al alegerilor, unii influenceri care au luat parte la operațiune au confirmat că au fost plătiți cu sume cuprinse între câteva zeci și câteva sute de euro pentru a publica acest conținut. Ministerul român de Interne face referire la o grilă de remunerare proporțională cu influența conturilor recrutate, de aproximativ 390 de lei (echivalentul a 78 de euro) pentru 20.000 de abonați.

Trebuie subliniat faptul că majoritatea acestor mesaje nu erau identificate sau identificabile ca făcând obiectul unui parteneriat remunerat. Acest lucru contravine nu numai normelor europene privind responsabilitatea creatorilor de conținut în cadrul parteneriatelor remunerate, ci și reglementărilor românești privind publicitatea electorală și, în cele din urmă, normelor proprii ale *TikTok* care interzic orice formă de publicitate politică pe platformă, inclusiv conținutul finanțat de o terță parte.

3. Metode opace de recrutare și remunerare a influencerilor

Remunerarea netransparentă a influencerilor care susțin public candidatul

Serviciile române de informații menționează de asemenea implicarea unor influenceri care l-au susținut public pe candidatul GEORGESCU.

Indiferent dacă sprijinul acestor influenceri a fost spontan sau sponsorizat, aceștia par să fi fost plătiți netransparent prin intermediul sistemului de donații disponibil pe *TikTok*. Astfel, între 24 octombrie și 24 noiembrie, cel puțin 381 000 de dolari au fost plătiți prin intermediul acestui sistem acelor influenceri care și-au arătat sprijinul pentru candidat²¹.

Aceste donații au fost făcute de cetățeanul român Bogdan PESCHIR, sub pseudonimul BOGPR pe platformă. Aceste donații ar putea echivala cu finanțarea unei campanii politice, ceea ce constituie din nou o încălcare a condițiilor de utilizare a *TikTok* și a legislației române.

Implicarea unei firme străine în recrutarea influencerilor

Serviciul Român de Informații semnalează că unii dintre influencerii recrutați pentru promovarea candidaturii lui Călin GEORGESCU ar fi fost contactați prin e-mail prin intermediul agenției de comunicare sud-africane *FA Agency*, care oferea suma de 1.000 de euro pentru distribuirea unui videoclip²².

²⁰ Document al Ministerului român de Interne publicat pe 4 decembrie 2024, *Document CSAT Ministerul Afacerilor Interne*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

²¹ Document declasificat nr. 1 al Serviciului Român de Informații, publicat la 4 decembrie 2024, în care este menționat un reprezentant *TikTok*, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

²² Document declasificat nr. 1 al Serviciului Român de Informații, publicat la 4 decembrie 2024, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

Pe 6 și 13 decembrie 2024, ziarul *Le Monde*²³ a publicat două anchete succesive care arătau că firma sud-africană *FA Agency* era o societate paravan administrată de filiala poloneză²⁴ a *Gambling Media Group (GMG)*. GMG este o firmă specializată în servicii de marketing pentru cazinouri online, care pune în aplicare strategii de influență pe rețelele de socializare, inclusiv pe *TikTok*²⁵, care ar face parte dintr-o „constelație de firme” care au legătură cu o agenție de publicitate ucraineană care se numește *Zlodei*²⁶.

Investigațiile efectuate în paralel de VIGINUM au permis stabilirea unor legături tehnice între *FA Agency*, *GMG* și *Zlodei*. O primă analiză a numelui de domeniu *FA Agency (faagency[.]org)*, detectat de jurnaliștii de la cotidianul *Le Monde*, a arătat că acesta prezenta mai multe caracteristici tehnice comune cu *influe[.]agency*. Mai exact, aceste două nume de domenii sunt găzduite pe aceeași adresă IP²⁷ și utilizează același mecanism de obfuscare a adresei de e-mail în codul sursă respectiv²⁸. Astfel, *Influe UE Agency* se prezintă ca o agenție de marketing digital, dar nu pare să aibă o existență legală. Cu toate acestea, descrierea firmei de pe site-ul său internet este aproape identică cu cea a *GMG*, ale cărei site-uri oficiale par a fi *gmg[.]win* și *boostaxis[.]click*.

Conform informațiilor din surse deschise, mai multe oferte de locuri de muncă online ale *GMG* invită candidații să contacteze adresele de e-mail găzduite pe *zlodei[.]space*²⁹, un nume de domeniu în prezent inactiv, utilizat anterior de *Zlodei*. În schimb, cel puțin un anunț de recrutare pentru *Zlodei* conține un URL care redirecționează către *gmg[.]win*³⁰ (a se vedea schema).

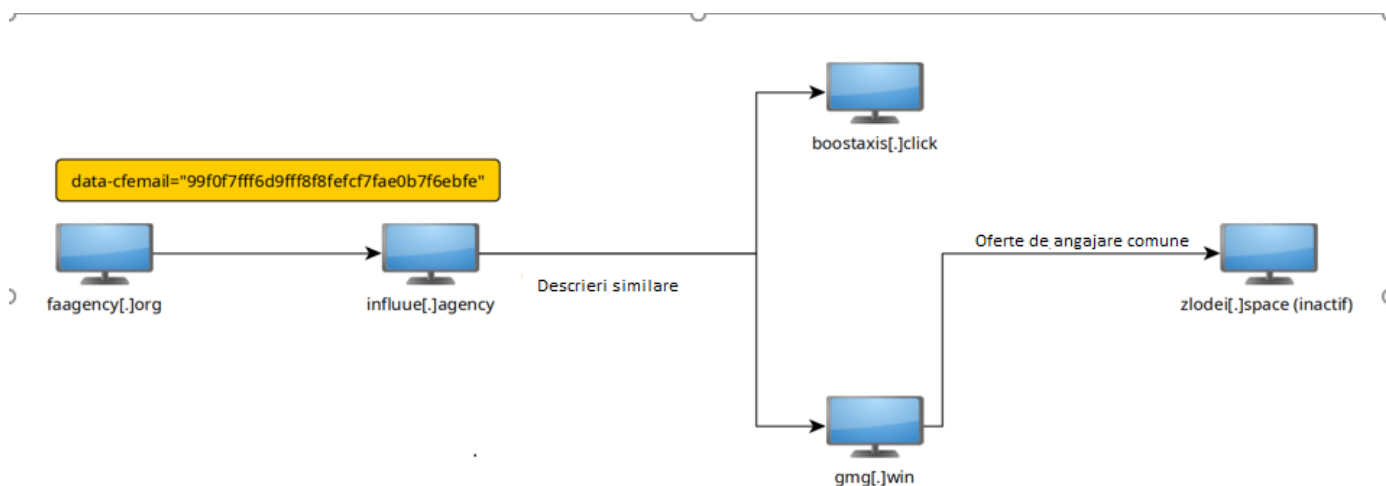


Diagrama legăturilor tehnice dintre FA Agency, GMG și Zlodei.

²³ https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/06/roumanie-des-videos-pro-georgescu-liees-a-une-enigmatique-agence-d-influenceurs-polonaise_6434393_4408996.html și https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/13/roumanie-influenceurs-comptes-automatisees-et-publicites-illegales-au-service-d-une-campagne-d-ingerence-hors-normes_6445661_4408996.html

²⁴ Investigațiile ulterioare au stabilit că sediul GMG din Polonia se afla probabil la următoarea adresă : Wioślarska 8, 00-411 Warszawa.

²⁵ Descrierea oficială a GMG precizează că cei 300 de angajați ai săi lucrează și pe *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram*, *SEO*, *ASO*, *In-app* și *Meta Ads*.

²⁶ Număr fiscal : 41270481.

²⁷ La data redactării prezentei note, comanda linux `curl -k https 5.61.42[.]22 -H « nume_de_domeniu »` afișează site-urile *faagency* și *influe*.

²⁸ `username demascare comun : data-cfemail="9fd6d1d9d0dfd6d1d9d3cacadab1ded8dad1dcc6"`.

²⁹ <https://jobs.dou.ua/companies/gmg/offices/>

³⁰ <https://ghostarchive.org/archive/m9bM1>

În plus față de aceste legături tehnice, *Zlodei* și *GMG* ar fi înregistrate la aceeași adresă fizică, și anume Mechnykova St, 2, Kiev, Ucraina, 02000, în birouri comune cu alte firme.

Zlodei este o firmă specializată în marketing digital condusă de Dmitriy MAKAROV³¹, un antreprenor ucrainean în vârstă de 32 de ani care a sprijinit deja oficial Ucraina în fața agresiunii ruse³². MAKAROV administrează mai ales un site internet specializat³³ în jocuri de noroc online împreună cu Oleksandr DOVJENKO³⁴, directorul comercial al *Zlodei*. Sediul firmei a fost percheziționat în 2020³⁵ în cadrul unei anchete privind crearea de jocuri de noroc online³⁶ și spălarea de bani proveniți din activități infracționale.

În acest stadiu, comanditarul din spatele campaniei pro-GEORGESCU rămâne necunoscut, la fel ca și rolul exact jucat de FA Agency și de firmele afiliate cu *Zlodei* pe toată durata campaniei candidatului român, cu excepția recrutării de influenceri prin e-mail.

4. Reacția autorităților române și a platformei TikTok

Dezvăluirea acestor diferite manipulări a provocat puternice reacții din partea autorităților române și europene.

La 6 decembrie 2024, Curtea Constituțională a României a luat decizia de a anula „întregul proces electoral privind alegerea Președintelui României”³⁷, și a justificat această decizie denunțând „multiple neregularități și încălcări ale legislației electorale care au distorsionat caracterul liber și corect al votului”, indicând în special neregularități și încălcări ale legii electorale și mai ales încălcări în ceea ce privește transparența finanțării campaniei³⁸. Comisia Europeană a inițiat o procedură oficială împotriva *TikTok* în temeiul Actului legislativ privind serviciile digitale (DSA)³⁹.

Pe lângă acuzațiile de manipulare a informațiilor, platforma mai este acuzată că nu a fost în măsură să identifice faptul că videoclipurile publicate pe contul candidatului Călin GEORGESCU erau de natură electorală. Ca urmare, acestea au beneficiat de un tratament preferențial în raport cu publicațiile pe conturile celorlalți candidați, care erau asociate cu campania electorală fiind astfel filtrate de algoritmul de recomandare.

Încă din 20 noiembrie, Biroul Electoral Central a informat platforma cu privire la conținutul de propagandă electorală care nu respecta cerințele legale românești, în special codul de identificare al mandatarului fiscal. Deși *TikTok* a declarat că a blocat acest conținut pentru publicul român, serviciile române de informații au susținut că, de fapt, conținutul era încă accesibil pe platformă⁴⁰.

³¹ Dmitriy MAKAROV (макаров дмитро ігорович) este probabil născut la 19/08/1992 în Ucraina.

³² <https://ghostarchive.org/archive/ySd25/>

³³ [https://pirates.com\[.\]ua](https://pirates.com[.]ua).

³⁴ Oleksandre DOVJENKO (довженко олександр анатолійович) este probabil născut la 08/04/1994 în Ucraina.

³⁵ <https://ain.ua/ru/2020/01/27/kiberpolicziya-provela-obyski-v-kompanii-zlodei/> et <https://cyberpolice.gov.ua/news/kiberpolicziya-prypnyla-diyalnist-masshtabnoyi-grupy-yaka-zajmalasya-organizacziyeyu-diyalnosti-platform-dlya-onlajn-kazyno-5815/>

³⁶ Jocurile de noroc au fost ilegale în Ucraina între mai 2009 și iulie 2020.

³⁷ Comunicat de presă al Curții Constituționale a României din 6 decembrie 2024, <https://www.ccr.ro/comunicat-de-presa-6-decembrie-2024/>

³⁸ Curtea Constituțională a României, *Decizia nr. 32 din 6 decembrie 2024 referitoare la anularea procesului electoral privind alegerea Președintelui României în 2024*, https://www.ccr.ro/wp-content/uploads/2024/12/Hotarare_32_2024.pdf

³⁹ Comunicat de presă al Comisiei Europene din 17 decembrie 2024, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_6487

⁴⁰ Document declasificat nr. 1 al Serviciului Român de Informații, publicat la 4 decembrie 2024, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

La rândul său, *TikTok* a asigurat că a aplicat „*riguros regulile [sale] împotriva dezinformării electorale*” și a afirmat că este „*categoric fals să se afirme*” că contul lui Călin GEORGESCU ar fi fost tratat diferit de cele ale altor candidați. În timpul audierii sale în fața Parlamentului European, la 3 decembrie, platforma a afirmat că a respectat DSA și s-a absolvit de orice responsabilitate în ceea ce privește etichetarea conținutului politic, considerând că obligația de a-l marca ca atare „*nu revine TikTok, ci autorului conținutului*”. În cele din urmă, platforma a declarat că a demontat două rețele de influență „*foarte mici*” care vizau România la 29 noiembrie⁴¹ și a anunțat ulterior că își continuă eforturile pentru a proteja integritatea alegerilor din România⁴².

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

⁴¹ IMCO Debate on the compliance of TikTok with the EU Digital Services Act, https://multimedia.europarl.europa.eu/en/event/imco-debate-on-the-compliance-of-tiktok-with-the-eu-digital-services-act_av-20241127-3809

⁴² TikTok, *Continuing to protect the integrity of TikTok during Romanian elections*, <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections>

II. UN RISC DE MANIPULARE SIMILARĂ ÎN FRANȚA

După cum subliniază Serviciul de Informații Externe⁴³, metodele de manipulare atât a influencerilor locali, cât și a algoritmului unei platforme, în cadrul operațiunilor informaționale au fost observate încă din 2022, în contextul conflictului dintre Rusia și Ucraina, și mai recent, în timpul alegerilor din Republica Moldova din 2024.

Prin urmare, este legitim să se considere că există un risc de transpunere a acestor metode de operare în dezbateră publică digitală francofonă pentru a viza un public francez.

TikTok în Franța: utilizare în creștere pentru a urmări actualitatea politică

În multe privințe, utilizarea *TikTok* în Franța diferă de cea din România. De fapt, platforma ocupă în prezent un loc mai puțin central în dezbateră publică digitală franceză, deși nu unul nesemnificativ.

În Franța, *TikTok* avea mai mult de 21 de milioane de utilizatori lunari până la sfârșitul anului 2023, potrivit platformei (adică mai mult de unul din trei francezi)⁴⁴. *TikTok* este, de asemenea, rețeaua de socializare pe care utilizatorii francezi petrec cel mai mult timp, cu o medie de 38 de ore și 38 de minute pe lună petrecute pe aplicație⁴⁵. Platforma este populară în rândul unui public tânăr, dar nu se limitează la acesta.

Deși *TikTok* pare să fie utilizat în primul rând în scopuri de divertisment, o serie de studii, inclusiv unul realizat de *Institutul Reuters* pentru studiul jurnalismului⁴⁶, au evidențiat faptul că o parte tot mai mare a populației, în special tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 24 de ani, utilizează platforma pentru a se informa, urmând tendința de a utiliza rețelele sociale ca sursă de informare. Studiul *Institutului Reuters* arată că aproape 8% dintre internații francezi și-ar căuta săptămânal știrile pe *TikTok*. Platforma este, de asemenea, un loc de exprimare a opiniilor politice în creștere în Franța pentru personalitățile publice și pentru cetățeni, așa cum s-a observat cu ocazia alegerilor legislative din 2024.

Așadar, deși audiența și utilizările platformei *TikTok* diferă de la o țară la alta, actorii străini rău intenționați ar putea fi tentați să aleagă această platformă - datorită rolului său crescând în rândul anumitor audiențe - pentru a pune în aplicare același plan operațional, fie cu scopul de a perturba un eveniment electoral sau de a lansa tematici specifice în spațiul francez de dezbateră digitală.

O manipulare a algoritmului ușor de reprodus

Manipulările algoritmului *TikTok* utilizate în alegerile din România par acum ușor de reprodus pe scară largă. Platforma românească *Recorder* a demonstrat, de exemplu, că un cont *TikTok* cu un milion de vizualizări și mii de comentarii, datorită câtorva mii de conturi false, a fost rapid sugerat în feed-urile utilizatorilor reali⁴⁷.

Cu mai multe resurse financiare și folosind alte pârgii, cum ar fi influencerii, această manipulare ar putea așadar fi reprodusă, pentru a ghida sugestiile algoritmului. Totodată, nu poate fi exclusă ipoteza existenței pe platformă a unor conturi inactive preexistente, care ar putea fi activate pentru a ajunge la publicul francez, după cum o dovedește vechimea anumitor conturi implicate în campania din România.

⁴³ Document declasificat al Serviciului de Informații Externe publicat la 4 decembrie 2024, *Ibid.*, <https://www.presidency.ro/ro/media/comunicat-de-presa1733327193>

⁴⁴ <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/france-mau-octobre-2023>

⁴⁵ *Digital report 2024, We Are Social/Meltwater*, <https://wearesocial.com/fr/blog/2024/02/digital-report-france-2024-FR/>

⁴⁶ *2024 Digital News Report*, Reuters Institute, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

⁴⁷ *Recorder.ro*, <https://recorder.ro/marea-bresa-a-tiktok-cat-de-usor-poate-un-candidat-sa-obtina-1-milion-de-vizualizari/>

Instrumente care permit recrutarea ușoară a creatorilor de conținut

Recrutarea de influenceri naționali în scop de manipulare este un modus operandi cunoscut și documentat⁴⁸. Varianta observată în România, respectiv posibilitatea recrutării în masă a nano sau micro-influencerilor prezenți pe *TikTok* prin intermediul unei platforme care face legătura între influenceri și advertiseri, în scopul distribuirii masive și disimulate a unui mesaj, este de asemenea pe deplin posibilă și relativ ușor de pus în aplicare.

La fel ca platforma *FameUp*, numeroase platforme de marketing de influență oferă instrumente de gestionare integrală a relației cu creatorii de conținut care vizează un public francofon. Aceste platforme oferă acces la un număr mare de profiluri de influenceri și pun la dispoziție instrumente pentru contactarea acestora, modele standardizate de propuneri de colaborare și chiar plata colaborării, „cu un singur clic”, prin intermediul unui abonament la soluția lor.

Prin urmare, VIGINUM dorește să avertizeze creatorii de conținut și influencerii prezenți pe rețelele de socializare, nu numai pe *TikTok*, cu privire la riscul de a fi manipulați de actori străini rău intenționați care se ascund în spatele structurilor de intermediere comercială. Platformele care oferă servicii de marketing de influență ar trebui, de asemenea, să includă în foaia lor de parcurs eventualitatea acestui risc.

Clustere de conturi francofone care diseminează dezinformare politică

Algoritmul platformei *TikTok* favorizează distribuirea de conținut care generează interacțiuni și oferă un sistem de remunerare a creatorilor săi în funcție de volumul de vizualizări și de gradul de interacțiune. Acest sistem favorizează apariția publicațiilor *clickbait*⁴⁹, al căror unic scop este să genereze interacțiuni, precum și crearea de conturi care difuzează conținut cu formulări și afirmații alarmiste, pentru a atrage atenția utilizatorilor și a genera distribuiri.

Într-un raport publicat în iulie 2024, *NewsGuard* a avertizat cu privire la „fabricile de conținut” anglofone și francofone care produc „dezinformare politică în masă” utilizând conținut generat de inteligența artificială și difuzând mesaje inexacte și înșelătoare cu privire la politica din Statele Unite, din Europa sau despre războiul dintre Rusia și Ucraina⁵⁰. Deși unele dintre aceste conturi au fost șterse de platformă după publicarea raportului, VIGINUM a reușit să identifice existența altor conturi *TikTok* cu caracteristici similare care acționează în mod coordonat pentru a difuza mesaje vădit inexacte sau înșelătoare referitoare la politica franceză și la actualitatea internațională. Elemente identificate din surse deschise sugerează că aceste conturi sunt alimentate din străinătate.

Chiar dacă aceste conturi par să servească înainte de orice unui scop economic, prin încercarea de a genera venituri din publicitate, VIGINUM consideră că ele constituie în sine un risc: aceste ecosisteme, care sunt deja influente și prepoziționate pe lângă anumite tipuri de public și care, de asemenea, obișnuiesc să difuzeze conținut fals din punct de vedere factual, ar putea, de fapt, să fi fost recuperate sau să fie recuperate și activate în viitor de către un actor statal străin, pentru a contribui la o operațiune de ingerință.

⁴⁸ Le Monde, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/12/18/guerre-en-ukraine-des-milliers-d-influenceurs-dont-des-francais-approches-pour-diffuser-de-la-propagande-prorusse_6455494_4408996.html

⁴⁹ Un conținut « *clickbait* » se referă la conținutul conceput pentru a atrage cât mai multe click-uri și a maximiza interacțiunile, în general în detrimentul calității conținutului în sine. De cele mai multe ori, este vorba de mesaje care atrag atenția sau senzationaliste menite să inducă în eroare internauții prin stârnirea curiozității acestora.

⁵⁰ NewsGuard, *Fabricile de conținut pe TikTok utilizează vocile în off generate de AI pentru a produce dezinformare politică în masă* <https://www.newsguardtech.com/fr/special-reports/tiktok-fermes-contenu-voix-off-ia-mesinformation/>

CONCLUZII

Alegerile prezidențiale din România din noiembrie 2024, primele alegeri democratice majore din Europa ale căror rezultate au fost anulate din cauza suspiciunilor de ingerință străină, marchează un punct de referință în conștientizarea impactului manipulării informațiilor pe rețelele sociale.

În timp ce alegerile din Georgia și Republica Moldova de la sfârșitul anului 2024 făcuseră deja obiectul unor acțiuni hibride, alegerile prezidențiale din România par să fi fost ținta unei campanii digitale mai sofisticate, axată pe manipularea algoritmului unei platforme deosebit de populare în România, *TikTok*, și implicând ecosisteme prepoziționate precum și recrutarea de influenceri. **Această manipulare evidențiază, pe de o parte, ușurința cu care, în prezent, se poate impune utilizatorilor vizibilitatea unui subiect pe o rețea de socializare precum *TikTok*, fără ca platforma să modereze conținutul prezentat sau să-l considere fals și, pe de altă parte, rolul și vulnerabilitatea influencerilor, expuși unui risc tot mai mare de manipulare de către actori ostili.**

De asemenea, se poate sublinia faptul că unul dintre principalele prejudicii cauzate de această campanie de manipulare a fost subminarea încrederii alegătorilor în fiabilitatea procesului electoral.

În cele din urmă, această manipulare a algoritmului demonstrează că, deși sunt supuși unor numeroase obligații de reglementare în ceea ce privește moderarea și etichetarea conținutului, operatorii de platforme online nu își respectă responsabilitățile în acest domeniu.

DESPRE VIGINUM



Creat la 13 iulie 2021 și subordonat Secretariatului General pentru Apărare și Securitate Națională (SGDSN), Serviciul de supraveghere și protecție împotriva ingerințelor digitale străine (VIGINUM) are drept scop protejarea dezbaterii publice digitale în fața manipulării care ar putea aduce atingere intereselor fundamentale ale națiunii.

Acest serviciu tehnic și operațional al statului are rolul de a detecta și a defini campaniile de manipulare a informațiilor pe platformele digitale, în care sunt implicați actori străini cu scopul de a aduce atingere Franței și intereselor sale.

[Service de vigilance et protection contre les ingérences numériques étrangères | SGDSN](#)

Credit foto prima pagină : Foto [Artem Horovenko](#) pe [Unsplash](#)