

Alegătorul detectiv

de Dorin LUCA

În contextul campaniei electorale și a alegerilor prezidențiale care urmează, Autoritatea Electorală Permanentă (AEP) a elaborat un [ghid de prevenire și combatere a acțiunilor de dezinformare a alegătorilor](#). Ghidul oferă un set de recomandări atât pentru utilizatorii simpli de internet, cât și pentru jurnaliști.

Ghidul formulat de AEP pare să paseze responsabilitatea identificării dezinformării spre alegător, nu spre autoritățile competente, capabile să oprească dezinformarea la sursă. Astfel, alegătorul, pe lângă alegerea informată pe care trebuie să o facă înainte de a merge la urne, trebuie să facă și o muncă de detectiv, pentru a depista ce este și ce nu este adevărat în spațiul informațional în care navighează.

AEP precizează că dezinformarea este un instrument de influențare a opiniei și a comportamentului alegătorilor, folosit pentru distorsionarea percepțiilor sau pentru subminarea încrederii în calitatea procesului electoral, în democrație și în libertate.

Dezinformarea se deosebește de alte forme pe care le poate lua informația falsă. Astfel, dezinformarea nu este doar o greșeală neintenționată (aceea fiind *misinformation*). Ea este o acțiune deliberată de a crea și disemina informații false sau înșelătoare cu scopul de a obține un câștig (uneori economic, de cele mai multe ori însă politic) sau de a induce publicul în eroare, cauzând prejudicii.

Un alt concept util este *malinformation*, care implică folosirea unor informații adevărate (scurgeri de informații confidențiale în presă, *hacking*), dar cu intenția de a provoca rău unei persoane sau entități.

În spațiul online, dezinformarea deseori implică utilizarea de conturi automatizate pentru *astroturfing* (crearea impresiei unei susțineri largi a unui candidat prin postarea de comentarii pozitive de către boți sau troli), dezvoltarea unor rețele de urmăritori falși, crearea unor videoclipuri care au conținut fals sau manipulator, promovarea publicității direcționate (targetată), trolling organizat, meme (elemente vizuale cu text de impact).

Aceste mijloace de influențare a percepției publice – unele dintre ele fiind automatizate, necesitând un set minim de instrucțiuni și investiții financiare modeste – sunt în continuă evoluție. În acest context, responsabilitatea individuală, atunci când navigăm pe rețele sociale sau pe internet, în general, este importantă, deși nu poate înlocui nevoia unor eforturi instituționale de a opri dezinformarea de la sursă.

Autoritatea Electorală Permanentă arată că o știre sau informație falsă, folosită în campanii de dezinformare, ne poate oferi indicii referitoare la calitatea și scopul ei. Enumerăm, printre

acestea: titlurile care promit senzaționalul sau sunt redactate într-o manieră alarmistă, dramatică; modul în care sunt scrise articolele (cu majuscule, cu erori repetate de ortografie, erori de traducere, semne de punctuație care induc dramatism); formulări evazive care conduc spre presupuneri, lansează zvonuri sau conspirații; materiale publicitare politice modificate, imitând identitatea vizuală a unui candidat, pentru a răspândi de fapt conținut defăimător sau dezavantajos pentru respectivul candidat.

În contextul alegerilor, promovarea electorală se poate face doar indicând faptul că este vorba de un material electoral și trebuie evidențiată conform Hotărârii AEP nr. 9/2025.



Cei care au elaborat ghidul transmit că verificarea informației publicate presupune o analiză amănunțită, ghidată de o întrebare de bază: *Cum știm asta?*. Astfel, pentru a identifica veridicitatea informației este necesar ca alegătorii să adopte o atitudine de detectiv (*fact-checker*), cu o gândire critică. Acest lucru necesită parcurgerea mai multor etape.

În primul rând, atunci când dăm peste o știre cu caracter senzațional, alarmist, defăimător sau care ne creează emoții puternice, trebuie să citim cu atenție conținutul acesteia, pentru a vedea care sunt sursele folosite, dacă sunt prezentate dovezi și dacă nu există fracturi logice în conținutul acesteia.

Nu trebuie să ne limităm doar la citirea titlurilor, pentru că acestea sunt deseori concepute pentru a naște reacții, chiar dacă conținutul știrii nu justifică acest lucru.

În al doilea rând, trebuie să analizăm credibilitatea sursei care a publicat informația. În prezent, crearea de site-uri poate fi un proces automatizat, fără prea mari bătăi de cap pentru cei care folosesc dezinformarea.

Astfel, trebuie să ne uităm la domeniul (adresa de internet a site-ului), să vedem provenința (.ro, .md, .com etc.) și să evităm domeniile dubioase (precum .com.co) sau adresele URL care imită

adresele unor site-uri bine-cunoscute. Eventual, putem verifica deținătorul site-ului, prin intermediul www.rotld.ro (pentru domeniile de internet .ro) și www.whois.net.

După ce-am făcut acest lucru, putem să verificăm activitatea anterioară, misiunea, viziunea, politica editorială. Secțiunea *Despre noi* ar trebui să fie bine structurată și să menționeze informații despre editor și/sau echipa redacțională.

Secțiunea *Contact* ar trebui să conțină adrese de e-mailuri instituționale. Autorii articolelor trebuie să fie persoane reale, ușor identificabile la o căutare pe internet, cu poze reale, nu luate din baze de date de pe internet sau generate cu inteligența artificială.

Un alt lucru la care ar trebui să ne uităm este designul site-ului. Ar trebui să aibă un design profesionist, fără secțiuni inutile și goale, fără multitudine de reclame și bannere. Un site profesionist necesită investiții de bani și timp.

Indivizii din spatele dezinformării nu investesc resurse prea multe în site-uri de unică folosință, ceea ce se poate observa cu ochiul liber. Uneori, identitatea vizuală a unor site-uri de încredere poate fi clonată, astfel încât trebuie să ne asigurăm că suntem pe site-ul autentic, nu pe o clonă care profită de credibilitatea altora pentru a răspândi dezinformare.

Atunci când citim știrea (lucru care se aplică în cazul oricăror știri, pe orice subiect) ar trebui să urmărim cu atenție ideile exprimate în text (logică, dovezi, argumente), să fie prezentate și dezbătute mai multe puncte de vedere, pentru mai multă obiectivitate.

Textele jurnalistice, chiar dacă uneori pot conține greșeli ortografice sau gramaticale, nu o vor face în mod repetat. Frecvența unor astfel de greșeli poate oferi o idee despre profesionalismul celui care a scris textul. Uneori, greșelile ne arată că este vorba de un text conceput într-o altă limbă și tradus automat.

De asemenea, un text jurnalistice autentic nu va face abuz de utilizarea majusculilor sau a punctuației excesive.

Trebuie să fim atenți la emoțiile pe care ni le declanșează textul. Dacă acestea sunt puternice și sunt negative, ar trebui să reflectăm asupra motivelor și asupra celor care ar putea avea de câștigat de pe urma lor. Dacă textul face abuz de cuvinte cu o mare încărcătură emoțională, este foarte posibil să stimuleze atenția și reacțiile cititorilor în mod deliberat.

În campaniile de dezinformare, unele texte conțin greșeli de logică sau exprimă opinii sau afirmații nedemonstrate prin fapte și dovezi concrete, cum ar fi informații „pe surse”, date și cifre care nu pot fi verificate, speculații, exagerări.

Fotografiile sau video-urile folosite drept dovezi în unele articole ar putea fi false sau modificate intenționat pentru a prezenta un conținut înșelător. Imaginile false, editate sau preluate din alt context sunt adesea utilizate pentru a conferi mai multă credibilitate unor informații neadevărate.

AEP recomandă verificarea inversă a imaginilor folosind motoare de căutare ca *Google Reverse Image Search*, *TinEye*, *RevEye*. Dacă o imagine a mai fost publicată și înainte de evenimentul pe care pretinde că-l ilustrează, acesta ar putea fi un semnal de alarmă.

În cazul conținutului video, instrumente ca *YouTube DataViewer*, *InVID*, *Watch Frame by Frame*, *Anilyzer* și *NewsCheck* pot detecta versiuni cu dimensiuni reduse ale videoclipurilor publicate pe *YouTube*, iar o căutare inversă a unor screenshoturi poate arăta dacă au existat versiuni mai vechi ale clipurilor video. De asemenea, instrumentele arată și ora exactă a încărcării clipurilor video.

Ghidul complet poate fi accesat [pe site-ul Autorității Electorale Permanente](#).