



GHID DE PREVENIRE ȘI COMBATERE A ACȚIUNILOR DE DEZINFORMARE A ALEGĂTORILOR

Elaborat de Autoritatea Electorală Permanentă

CUPRINS

SCOPUL ȘI EFECTELE DEZINFORMĂRII.....2

ELEMENTE DE EVALUARE A INFORMAȚIEI.....2

CRITERII DE IDENTIFICARE A ȘTIRILOR/INFORMAȚIILOR FALSE.....3

RECOMANDĂRI ETICE PENTRU JURNALIȘTI.....8

RECOMANDĂRI ETICE PENTRU ALȚI CREATORI DE CONȚINUT.....10

RECOMANDĂRI PENTRU UN DISCURS ELECTORAL ECHILIBRAT.....12

ASPECTE LEGALE RELEVANTE.....14

TERMENI UTILIZAȚI.....17

Expansiunea fenomenelor de propagare a știrilor și informațiilor false, precum și de simulare a susținerii publice pentru o idee cu ajutorul roboților automatizați constituie vulnerabilități ale climatului de integritate aferent campaniilor electorale care urmează să se desfășoare în anul 2024.

Astfel, Autoritatea Electorală Permanentă, în lumina atribuțiilor sale privind implementarea de programe de informare și educare a alegătorilor asupra sistemului electoral românesc și asupra respectării deontologiei electorale, a elaborat prezentul ghid care tratează recomandări minimale pentru identificarea și combaterea efectelor știrilor/informațiilor false, verificarea veridicității surselor de informare și promovarea unui climat de etică în contextul desfășurării campaniilor electorale.

SCOPUL ȘI EFECTELE DEZINFORMĂRII

Dezinformarea, ca instrument de influențare a opiniei și comportamentului alegătorilor, este utilizată cu scopul de a distorsiona percepția electoratului sau pentru a crea un nou curent de opinie care generează confuzie privind calitatea proceselor electorale, subminând democrația și libertatea.

Adesea, dezinformarea implică utilizarea de conturi automatizate digitale pentru *astroturfing*, dezvoltarea unor rețele de urmăritori falși, crearea unor videoclipuri care au conținut fals sau manipulatoriu, promovarea publicității direcționate (*targetată*), *trolling* organizat, *meme-uri* (elemente vizuale cu text de impact asociat) sau alte asemenea instrumente.

Accentul, în cazul acestor practici, cade pe intenție, persoana care le folosește dorind să provoace daune unei persoane sau unei cauze.

Mijloacele de dezinformare cu privire la modul de organizare și desfășurare a proceselor electorale utilizate sunt într-o permanentă evoluție. Participanții la aceste procese apelează la mijloace tehnice și strategii de influențare a alegătorilor netradiționale care duc la diseminarea rapidă a informațiilor cu caracter fals sau înșelător.

Acest lucru duce la crearea și întreținerea unor neliniști și tensiuni sociale și la inocularea sentimentului de neîncredere în instituțiile statului care se ocupă cu organizarea și desfășurarea alegerilor. Având în vedere faptul că principalele surse de informare ale electoratului rezidă în tehnologiile de comunicare rapidă și în instrumentele bazate pe inteligență artificială, fără a exista un filtru între emitentul unei informații și electorat, este tot mai evident faptul că efortul colectiv de respingere a efectelor nocive ale acestora trebuie să fie dublat de unul individual de informare corectă.

ELEMENTE DE EVALUARE A INFORMAȚIEI

În vederea furnizării asistenței pentru dezvoltarea setului de verificări, enumerăm potențiale indicii cu privire la o știre/informație falsă, și anume:



- titluri care promit senzaționalul sau care sunt redactate de o manieră alarmistă, dramatică;
- modul în care sunt scrise articolele, și anume scrierea cu majuscule, erori repetate de ortografie, erori de traducere, semne de punctuație care induc dramatism, alarmare etc.;
- formulări evazive care conduc la presupuneri, lansarea de zvonuri sau conspirații.

CRITERII DE IDENTIFICARE A ȘTIRILOR/INFORMAȚIILOR FALSE

Verificarea informației publicate constituie o analiză amănunțită, ghidată de o întrebare de bază: „Cum știm asta?”. Astfel, pentru a afla veridicitatea informației este necesar ca alegătorii să adopte o atitudine de detectiv (*fact-checker*), cu o gândire critică.

Tema de analizat	Indicatori	Recomandări
	1.ACCESEAZĂ	
	CITIREA CONȚINUTULUI ȘTIRII/ARTICOLULUI	Atunci când pe fluxul de știri apar informații cu titluri care promit senzaționalul este necesară citirea întregului conținut al informației/știrii/articolului. Scopul oricărui titlu al unui material online este de a-l face pe utilizatorul de internet să dea click (<i>clickbait</i>), însă trebuie verificat dacă titlul este corelat cu ce se regăsește în conținutul articolului.
	2.ANALIZEAZĂ	
2.1. IDENTIFICĂ CREDIBILITATEA SURSEI CARE A PUBLICAT INFORMAȚIA	DOMENIUL DE INTERNET FOLOSIT SAU URL-UL SITE-ULUI (ADRESA STANDARDIZATĂ PENTRU LOCALIZAREA SURSEI DIGITALE)	<p>Atenție la denumiri neobișnuite, generice sau obscure, care nu pot fi asociate unei organizații/instituții cu o bună reputație. Numele domeniului surselor legitime de știri este același cu cel al sursei, iar terminația URL-ului indică țara de unde provine pagina de internet la care a fost publicată știrea/informația (ex. - .ro pentru România, .uk pentru Marea Britanie) sau scopul (.edu pentru scop educațional, .org pentru organizații de drept public).</p> <p>Domeniile de care specialiștii recomandă să ne ferim sunt cele cu terminație suspectă, de forma „.com.co”. Unele site-uri false sunt</p>

Tema de analizat	Indicatori	Recomandări
		copii ale unor site-uri de încredere cu un URL modificat foarte puțin, aproape insesizabil, pentru a induce în eroare. Verificați cu atenție ca niciun caracter din denumirea site-ului să nu fie modificat.
	DEȚINĂTORUL DOMENIULUI	Verificați dacă website-urile reprezintă o sursă credibilă. Este sursa una obscură sau se numără printre sursele demonstrate ale dezinformării? Website-ul poate fi verificat la adresa www.rotld.ro pentru domeniile de internet .ro și la https://www.whois.net pentru domeniile cu alte terminații.
	TIPUL DE ORGANIZAȚIE CARE A PUBLICAT INFORMAȚIA	Verificați aspecte precum: activitatea anterioară, misiunea, viziunea, politica editorială, partizanatul ideologic sau de altă natură. Examinați dacă secțiunea „Despre noi” este bine structurată și dacă menționează informații despre editor și/sau echipa redacțională sau despre proprietarul domeniului/societatea care deține publicația, care să poată fi verificate. Asigurați-vă că secțiunea „Contact” conține e-mailuri instituționale.
	DESIGN-UL (PROIECTAREA VIZUALĂ A) SITE-ULUI	Sursele credibile au, de regulă, un design profesionist și nu includ o multitudine de pop-up-uri și bannere cu reclame sau filtrează reclamele astfel încât să nu prevadă conținut ofensator. Atenție la site-urile care ar putea fi clonate! Pentru verificare recomandăm identificarea domeniului oficial, a datei înființării site-ului, precum și a altor informații din cele enumerate la secțiunile anterioare.
2.2.CREDIBILITATEA SURSEI PE REȚELELE SOCIALE	VERIDICITATEA NUMELUI DE UTILIZATOR / TITULATURII ENTITĂȚII	Pe rețelele sociale, dacă apar litere și numere aleatorii ar putea fi un <i>bot</i> (un program software automat). Dacă vedeți un cont neverificat (care nu conține, lângă nume, bifa de verificare), care postează de sute de ori pe zi, trebuie să verificați cu atenție.
2.3.CREDIBILITATEA CONȚINUTULUI	VERIFICAREA AUTORULUI ARTICOLULUI	Cine este autorul știrii? Ce a mai publicat acesta? Ce se știe despre activitatea/ traseul profesional al autorului? Ce a mai scris

Tema de analizat	Indicatori	Recomandări
2.4.EVALUAREA CRITICĂ A INFORMAȚIEI	ANALIZA CONȚINUTULUI	<p>autorul anterior pe subiect/subiecte conexe? Dacă știrea nu este semnată de către o persoană/structură ar putea fi necesară o verificare mai amănunțită. Traseul profesional al unui autor credibil este ușor identificabil dacă se regăsesc informații în mediul online sau în alte surse despre activitatea și istoricul publicațiilor acestuia.</p> <p>Urmărirea, cu atenție, a ideilor exprimate în text (logică, dovezi, argumente). Este textul coerent? Diversitatea perspectivelor prezentate: sunt prezentate și dezbătute mai multe puncte de vedere, pentru un caracter de obiectivitate? Conține textul greșeli gramaticale, de punctuație și ortografie, face abuz de utilizarea majusculilor, de punctuație excesivă? Încearcă textul să declanșeze emoții puternice, mai ales negative? Dacă textul face abuz de cuvinte cu o mare încărcătură emoțională, este foarte posibil să stimuleze atenția și reacțiile cititorilor în mod deliberat. Unele mesaje conțin greșeli de logică, de exprimare, de gramatică și folosesc cuvinte care atrag atenția și generează emoție (senzațional, șocant, incredibil ș.a.m.d.). În text sunt exprimate 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. O publicație renumită nu va avea un număr mare de erori gramaticale și de traducere.</p>
	CARACTERUL DE ACTUALITATE A INFORMAȚIEI PREZENTATE (DATA ȘTIRII/INFORMAȚIEI PREZENTATE)	<p>Conținutul este de actualitate în raport cu data publicării articolului sau este vorba de știri mai vechi recontextualizate? Uneori conținutul este distribuit la mult timp după ce a fost publicat prima oară pentru a induce o falsă impresie de noutate. Chiar și atunci când sursa pare a fi una credibilă, trebuie evaluat contextul publicării materialului.</p>
	SURSELE DE DATE ȘI INFORMAȚII PENTRU SUSȚINEREA	<p>Care sunt declarațiile citate ale actorilor publici sau ale experților pentru a sprijini afirmațiile din text? Poate fi verificat faptul că</p>

Tema de analizat	Indicatori	Recomandări
	CONȚINUTULUI PREZENTAT	<p>aceste citate nu sunt atribuite în mod fals anumitor actori publici legitimi?</p> <p>Există trimiteri (hyperlinkuri active) către surse credibile și verificabile în susținerea informațiilor (publicații de presă cu reputație internațională, autorități, organizații profesionale, statistici oficiale etc.)?</p> <p>Confirmați informațiile din surse multiple. O știre reală trebuie să poată fi verificată și din alte surse (cel puțin 3).</p>
	ȘTIRI, ARTICOLE SAU INFORMAȚII GENERATE DE INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ	<p><i>Chatbotii</i> (aplicații software concepute pentru a imita o conversație de tip uman pe baza indicațiilor utilizatorului), creatorii de imagini și clonatorii de voce pot produce conținut care pare creat de om, inclusiv materiale de tip <i>deepfake</i>.</p> <p>Unele știri, informații, articole sau postări sunt create prin solicitarea unei persoane în cadrul chatbotilor a unor articole sau informații care amplifică o anumită narațiune, iar rezultatul este postat pe un site web. De asemenea, există un proces automat prin utilizarea botilor pentru a extrage date și conținut dintr-un anumit site web (<i>web scrapers</i>). Acești boti caută articole care conțin anumite cuvinte cheie și rescriu informațiile sau știrile pentru a evita acuzațiile de plagiat. Rezultatul este postat automat online.</p> <p>Un instrument pentru identificarea site-urilor generate de inteligența artificială este NewsGuard.</p>
2.5.CĂUTAREA INVERSĂ A IMAGINILOR (<i>REVERSE IMAGE SEARCH</i>) ȘI A CONȚINUTULUI VIDEO, PENTRU A VEDEA DACĂ SUNT TRUCATE	VERIFICAREA IMAGINILOR	<p>Atenție la posibilitatea ca dovezile, fotografiile sau video-urile folosite să fi fost schimbate intenționat pentru a prezenta un conținut înșelător/fals prin utilizarea inteligenței artificiale.</p> <p>Imaginile false, editate sau preluate din alt context sunt adesea utilizate pentru a conferi mai multă credibilitate unor informații/fapte neadevărate. Recomandăm verificarea inversă a imaginii folosind Google Reverse Image Search, TinEye, RevEye, Image Yandex, Image Baidu. Prin intermediul</p>

Tema de analizat	Indicatori	Recomandări
		<p>acestor instrumente se poate verifica dacă o imagine este reutilizată/reciclată din altă sursă și atribuită în mod fals altui fapt sau eveniment. 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.</p>
<p style="text-align: center;">VERIFICAREA CONȚINUTULUI VIDEO</p>		<p>Nu există un motor public de căutare video inversă, însă instrumente ca YouTube DataViewer, InVID, Watch Frame by Frame, Anilyzer și NewsCheck pot detecta versiuni cu dimensiuni reduse ale videoclipurilor publicate pe YouTube (<i>thumbnail</i>), iar o căutare inversă a imaginilor aplicată acestora poate arăta dacă au existat versiuni mai vechi ale clipurilor video. De asemenea, instrumentele arată și ora exactă a încărcării clipurilor video.</p>

ALTE INSTRUMENTE ȘI PLATFORME PENTRU VERIFICAREA INFORMAȚIILOR:

 EUvs.Disinfo

<https://euvsdisinfo.eu/>

 Google Fact Check Tools

<https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>

 AFP

<https://factcheck.afp.com/>

 Factual

<https://www.factual.ro/>



ALTE SFATURI UTILE

„REGULA DE 5 SECUNDE”



Ideea de bază este simplă: dacă ai un impuls pentru a acționa în direcția unui obiectiv, trebuie să acționezi în termen de 5 secunde sau creierul tău va extermina acel impuls (Mel Robbins, The 5 second rule).

Înainte de a distribui din reflex informațiile din mediul digital este foarte utilă pauza „de cinci secunde” care permite creierului să se detașeze de emoțiile puternice declanșate de mesajele care dezinformează, de a studia mai atent informațiile și de a le verifica.

Emoțiile, în special cele negative, ne pot face să distribuim conținutul fără să evaluăm critic informația.

EDUCAȚIE CONTINUĂ



Informează-te despre tehnicile de dezinformare actuale.

Înțelegerea modurilor în care se răspândește dezinformarea poate contribui la evitarea capcanelor.

Un instrument util prin care poate fi semnalată apariția unei știri false pentru a fi combătută prin documentare este pus la dispoziție de platforma online **Anti-Fake**, dedicată educației digitale, conștientizării publice și combaterii dezinformării (<https://www.antifake.ro/semnaleaza-ne-fake-ul/>).

RECOMANDĂRI ETICE PENTRU JURNALIȘTI



Jurnaliștii joacă un rol esențial în informarea publicului în timpul alegerilor. Responsabilitatea de a acoperi alegerile necesită o analiză atentă și o bună judecată din partea jurnaliștilor, mai ales într-o perioadă în care campaniile de dezinformare sunt tot mai răspândite. Respectarea principiilor de conduită etică precum obiectivitatea, transparența, acuratețea, corectitudinea și responsabilitatea sunt esențiale pentru

menținerea standardelor jurnalistice. Recomandările prezentate mai jos au scopul de a ghida jurnaliștii în timpul perioadelor electorale pentru a asigura acuratețe și imparțialitate în relatări. Prin respectarea acestor recomandări de conduită în procesul de raportare, jurnaliștii pot oferi o acoperire corectă și aprofundată a alegerilor, evitând dezinformarea și contribuind, în același timp, la cultivarea și protejarea democrației.

OBIECTIVITATE ȘI IMPARȚIALITATE

Echidistanță:

Rămâneți echidistant și evitați favorizarea oricărui partid politic sau candidat. Conținutul trebuie să reflecte o perspectivă imparțială și să ofere spațiu echitabil tuturor părților implicate. Articolele ar trebui să includă perspective multiple din toate părțile spectrului politic. Este important să verificați afirmațiile făcute de candidați și de partidele politice și să faceți un efort de bună-credință pentru a obține comentarii de la persoana, formațiunea politică sau organizația vizată înainte de a publica articole. Etichetați opiniile și interpretările personale astfel încât să nu fie confundate cu știrile.

Evitarea conflictului de interese:

Evitați orice potențiale conflicte de interese sau orice situație care ar putea apărea ca un conflict de interese în ceea ce privește partidele politice sau candidații.

CORECTITUDINE ȘI TRANSPARENȚĂ

Verificare riguroasă:

Asigurați-vă că toate informațiile sunt verificate temeinic înainte de publicare. Furnizați informații de bază despre problemele discutate, care să ofere context și care să ajute publicul să înțeleagă mai bine relatarea. Evitați propagarea știrilor false. În cazul apariției unor erori, corectați informațiile de îndată ce deveniți conștient de acestea și notificați audiența cu privire la corectările efectuate. Informați-vă din surse oficiale. Pentru informațiile din domeniul electoral verificați paginile de internet ale Autorității Electorale Permanente www.roaep.ro și www.finantarepartide.ro și pagina web a Biroului Electoral Central. Pentru a evita dezinformarea sau propaganda, utilizați doar surse verificate.

Transparență:

Specificați clar sursele de informație și evitați utilizarea surselor anonime, exceptând situațiile în care păstrarea confidențialității sursei este absolut necesară și justificată. Fiți specific cu atribuirea afirmațiilor/declarațiilor făcute de candidați sau de partidele politice.

Transparență în publicitate:

Fiți transparent cu privire la conținutul plătit și asigurați-vă că nu există nicio confuzie între conținutul editorial și publicitate. Dacă implicați surse financiare în conținutul dumneavoastră electoral, asigurați-vă că sunteți transparent în privința surselor de finanțare.

RESPECTAREA NORMELOR ETICE

Respectarea integrității personale:

Păstrați respectul față de viața privată și demnitatea tuturor persoanelor implicate în procesul electoral. Evitați limbajul defăimător sau jignitor. Evitați discursul discriminator sau instigator la ură pe criterii de rasă, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală ori etnie, pentru a prezenta o viziune nepartizană.

Echitate în acoperirea evenimentelor:

Asigurați-vă că acoperirea evenimentelor legate de alegeri este echitabilă și reflectă diversitatea opiniilor și viziunilor politice. Oferiți acoperire egală tuturor candidaților în alegeri, astfel încât publicul să aibă o perspectivă echilibrată asupra problemelor și soluțiilor propuse. Folosiți cuvinte neutre pentru raportări imparțiale.

RESPONSABILITATE SOCIALĂ

Conștientizare cetățenească:

Contribuiți la promovarea unei dezbateri publice informate, oferind spațiu pentru opinii diverse și pentru argumente fundamentate. Încurajați implicarea civică și participarea la procesul democratic prin furnizarea de informații complete și relevante, astfel încât cetățenii să dețină datele necesare pentru a face o alegere informată în ziua alegerilor.

Evitarea senzaționalismului:

Evitați prezentarea informațiilor într-un mod senzaționalist și mențineți un ton echilibrat în raportarea evenimentelor electorale.

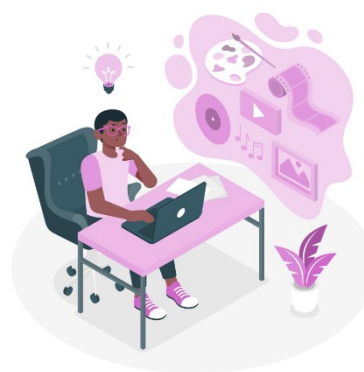
Evitați raportările părtinoare care pot dăuna democrației și care pot exacerba polarizarea. Asigurați-vă că titlul reflectă fapte reale ale poveștii.

Sensibilitate la contextul cultural:

Fiți conștient de sensibilitățile culturale și sociale locale și naționale pentru a evita abordările care ar putea amplifica tensiunile, diviziunile și polarizarea.

RECOMANDĂRI ETICE PENTRU ALȚI CREATORI DE CONȚINUT

Aceste recomandări de conduită se adresează creatorilor de conținut care elaborează și difuzează materiale de informare cu specific electoral și au scopul de a promova în rândul acestora abordarea unui ton neutru, informativ și responsabil în comunicările realizate în timpul perioadelor electorale. Creatorii de conținut sunt încurajați să respecte aceste principii pentru a contribui la desfășurarea alegerilor libere, corecte și reziliente și, implicit, la cultivarea și protejarea democrației.



OBIECTIVITATE ȘI IMPARȚIALITATE

Conținut neutru:

Creați conținut care să rămână neutru și echidistant față de toate partidele și candidații. Evitați promovarea unui partid sau a unei agende politice specifice.

Respectarea diversității de opinii:

Acordați spațiu și atenție părerilor și viziunilor diverse. Evitați discriminarea sau marginalizarea oricărui grup sau individ pe baza opiniilor politice.

VERIFICAREA FAPTELOR (FACT-CHECKING)**Verificare riguroasă:**

Verificați și confirmați informațiile înainte de a le distribui. Evitați propagarea știrilor false sau a informațiilor neconfirmate care pot afecta procesul electoral.

Informați-vă din surse oficiale:

Pentru informațiile din domeniul electoral verificați paginile de internet ale Autorității Electorale Permanente www.roaep.ro și www.finantarepartide.ro și pagina web a Biroului Electoral Central.

Pentru verificarea credibilității publicațiilor internaționale puteți accesa diverse baze de date deschise care evaluează nivelul de încredere a acestora. Un exemplu în acest sens poate fi accesat la următorul link

IMPORTANT!

Instrumentele online de tip ChatGPT sau Google Bard nu sunt surse potrivite pentru obținerea de informații corecte și actualizate pe tema alegerilor din România.

https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Reliable_sources/Perennial_sources.

Publicațiile de pe lista verde sunt valide, în timp ce publicațiile de pe lista roșie nu sunt surse de încredere.

TRANSPARENȚĂ**Transparență:**

Specificați sursele de informare și evitați prezentarea lor în mod tendențios. Asigurați-vă că informațiile furnizate sunt corecte și actualizate.

Transparență în publicitate:

Dacă includeți publicitate electorală în conținutul dumneavoastră, fiți transparent cu privire la conținutul plătit și asigurați-vă că nu există nicio confuzie între conținutul editorial și publicitate. Fiți transparent în privința surselor de finanțare.

RESPECTAREA LEGILOR ȘI NORMELOR**Conformitate legală:**

Respectați normele legale în materie electorală. Evitați orice acțiuni sau conținut care ar putea încălca legislația electorală. Legislația electorală specifică fiecărui proces electoral în parte poate fi consultată pe site-ul www.roaep.ro la secțiunea *Legislație electorală* - <https://www.roaep.ro/legislatie/>

RESPONSABILITATE SOCIALĂ

Conștientizare cetățenească:

Încurajați următorii să se informeze și să participe activ în procesul electoral. Asigurați-vă că prin conținutul dumneavoastră promovați participarea civică și exercitarea dreptului la vot. Puteți promova, de exemplu, implicarea cetățenilor în alegeri prin participarea ca expert electoral (informații suplimentare pot fi accesate aici <https://www.roaep.ro/instruire/wp-content/uploads/2023/12/DSOE-MATERIAL-INFORMARE-CEE.pdf>), ca operator de calculator (informații suplimentare pot fi accesate aici <https://www.roaep.ro/instruire/wp-content/uploads/2023/12/DSOE-MATERIAL-INFORMARE-OPSV.pdf>) sau ca observator electoral (informații suplimentare pot fi accesate pe site-ul AEP www.roaep.ro la secțiunea ACREDITĂRI).

Evitarea incitării la ură, violență sau discriminare:

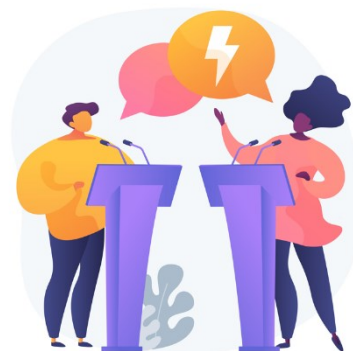
Evitați limbajul defăimător sau jignitor. Nu încurajați violența sau comportamentul agresiv. Evitați discursul discriminator sau instigator la ură pe criterii de rasă, religie, naționalitate, sex, orientare sexuală ori etnie. Asigurați-vă că prin conținutul creat și promovat contribuiți la un dialog constructiv și la o dezbatere informată.

Sensibilitate la contextul cultural:

Fiți conștient de sensibilitățile culturale și sociale locale și naționale pentru a evita abordările care ar putea amplifica tensiunile, diviziunile și polarizarea.

RECOMANDĂRI PENTRU UN DISCURS ELECTORAL ECHILIBRAT

Discursul electoral și mesajele cu caracter politic transmise de către competitorii electorali sunt elementele definitorii ale climatului de integritate aferent campaniilor electorale. Răspândirea și impactul acțiunilor de dezinformare sau al știrilor false pot fi combătute doar când competitorii electorali dezvoltă dialoguri și discursuri informate, oneste, respectuoase și constructive, motiv pentru care recomandăm și promovăm desfășurarea campaniilor electorale cu respectarea următoarelor principii:



DEMOCRAȚIE

Dezvoltarea conținutului materialelor și discursurilor electorale în așa fel încât să ofere garanții privind respectarea și promovarea principiilor democrației și ale statului de drept, exprimând angajamentul ferm pentru protejarea drepturilor omului și condamnând orice derapaje sau încercări de subminare a statului.

TRANSPARENȚĂ

Prezentarea în spațiul public a informațiilor accesibile, complete, clare și precise cu privire la activitatea politică și profesională anterioară, la proiectele și programele politice propuse alegătorilor, precum și la sursele de finanțare a campaniei electorale.

RESPECT

Încurajarea și acceptarea criticilor constructive și a opiniilor divergente, evitarea conținutului care promovează atacuri personale sau comportamente intruzive asupra intimității persoanelor, promovarea accesului egal la mijloacele de informare pentru toți candidații, precum și abținerea de la limbajul care incită la ură, discriminare și ostilitate sau de la utilizarea unei tonalități agresive.

ONESTITATE ȘI VERIDICITATE

Fundamentarea conținutului materialelor și discursurilor electorale pe date și informații reale, corecte și precise, favorizarea contactului direct cu alegătorii prin întâlniri publice și participarea la platforme de dezbatere deschisă, precum și evitarea sau condamnarea declarațiilor false sau înșelătoare.

COMUNICARE RESPONSABILĂ

Rigurozitate în procesul de verificare a faptelor și informațiilor diseminate sau combătute în cadrul campaniilor electorale, corectarea promptă a oricărei răspândiri a informațiilor false sau eronate, remedierea prejudiciilor cauzate de răspândirea informațiilor dăunătoare, precum și evitarea și condamnarea publică a utilizării în cadrul platformelor de social media a roboților automatizați (trolli și boți), a conturilor false și a altor practici având ca scop manipularea opiniei publice.

LIMBAJ INCLUZIV

Evitarea limbajului sau a acțiunilor care discriminează sau marginalizează persoane în funcție de rasă, gen, orientare sexuală, naționalitate, dizabilitate, origine etnică, limbă vorbită, religie, opinie politică, avere sau origine socială.

EDUCAȚIE

Încurajarea și participarea la activități având ca scop îmbunătățirea cunoștințelor electoratului privind procesul decizional al entităților publice, modul de stabilire a agendei publice și chestiunile cu caracter politic.

SECURITATE CIBERNETICĂ

Încurajarea, prin acțiunile și discursurile politice, a aplicării măsurilor de securitate cibernetică menite a proteja de atacuri informaționale paginile de internet, aplicațiile, sau alte instrumente dezvoltate cu scopul desfășurării campaniilor electorale.

Prin Recomandarea (UE) 2023/2829 din 12 decembrie 2023 referitoare la procese electorale incluzive și reziliente în Uniune și la consolidarea caracterului european și a desfășurării eficiente a alegerilor pentru Parlamentul European, Comisia Europeană impulsionează formațiunile politice:

- să adopte angajamente de campanie și coduri de conduită privind integritatea alegerilor și desfășurarea unor campanii corecte;
- să publice pe paginile de internet informații privind organizațiile, fundațiile și alte entități juridice afiliate lor sau care desfășoară campanii în numele lor, precum și cu privire la utilizarea publicității politice, inclusiv cu privire la sumele cheltuite pentru publicitatea politică și la sursele de finanțare utilizate;
- să coopereze cu observatorii electorali pentru a facilita activitatea acestora;
- să evalueze riscurile asociate donațiilor provenite din țări terțe și donațiilor care ar putea fi legate de activități infracționale, inclusiv cele legate de corupție, spălare de bani și criminalitate organizată;
- să anunțe, înainte de începerea campaniei electorale, partidul politic european la care sunt afiliate sau sunt în curs de afiliere;
- să încurajeze echilibrul de gen pe listele lor electorale și în organele lor de conducere;
- să promoveze măsuri menite să sporească cunoștințele membrilor lor cu privire la alegerile pentru Parlamentul European.

ASPECTE LEGALE RELEVANTE



Acțiunile de dezinformare nu duc lipsă de inventivitate.

Mijloacele și modul de livrare a conținutului fals se schimbă de la o zi la alta.

Această situație generează dificultăți considerabile în formularea unor definiții exacte ale conceptelor subsumate acțiunilor de dezinformare cu scopul stabilirii de către legiuitori a unor limite clare ale răspunderii în domeniu, cu asigurarea criteriilor de calitate,

claritate și predictibilitate ale normelor penale sau civile.

Mai mult, aceste tendințe conduc la dificultăți în adaptarea normelor legale la situația de fapt fără a afecta libertatea de exprimare.

În acest context, practicienii dreptului sunt nevoiți să își extindă aria de activitate și spre platformele de comunicare online, adițional surselor tradiționale de informare.

Astfel, reamintim că Înalta Curte de Casație și Justiție a stabilit, prin Decizia nr. 4546/2014, că informațiile publicate pe pagina rețelei de socializare Facebook îndeplinesc exigențele juridice privind „caracterul public”. În motivarea acesteia, instanța a constatat că „nu se poate reține că rețeaua de socializare ar fi un spațiu privat comparabil cu o cutie poștală electronică, întrucât cutia poștală electronică este controlabilă de către proprietar, sub aspectul conținutului informațional transmis, respectiv depozitat, în timp ce facebook este o rețea de socializare (informațională) publică, receptivă perpetuu în web (internet), bazată pe un site web la care utilizatorii se pot înscrie și interacționa liber cu alți utilizatori, deja înscriși.”

Atragem, astfel, atenția că informațiile publicate și redistribuite în mediul online pot atrage răspunderea delictuală, contravențională și chiar penală a persoanelor.

Cu titlu exemplificativ enumerăm următoarele fapte sancționate de Codul Penal: ultrajul contra bunelor moravuri (art. 375), instigarea publică (art. 368), incitarea la violență, ură sau discriminare (art. 369), tulburarea ordinii și liniștii publice (art. 371) sau comunicarea de informații false (art. 404).

Prevederile art. 404 din Codul penal devin incidente în cazul în care prin comunicarea de informații false se pune în pericol securitatea națională. Altfel spus, acest articol nu sancționează orice fel de acțiune de propagare a unei informații/știri false, însă, spre exemplu, influențarea modului de exercitare a dreptului de vot sau a altor procese democratice prin răspândirea, cu intenție, de informații false ar

Actele normative incidente pot fi consultate online pe portalul legislativ dezvoltat și administrat de Ministerul Justiției

<https://legislatie.just.ro/Public/Acasa> la următoarele linkuri:

Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/175187>

Constituția României:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/1413>

Legea nr. 286/2009 privind Codul penal:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/109855>

Legea nr. 287/2009 privind Codul civil:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/130143>

Legea Audiovizualului nr. 504/2002:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/188173#A813>

Decizia nr. 220 din 24 februarie 2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/269514>

Ordonanța Guvernului nr. 137 din 31 august 2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/24129>

putea fi de natură să pună în pericol securitatea națională.

Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale stabilește la art. 10 pct. 1 că „*orice persoană are dreptul la libertate de exprimare (...)*”. Libertatea de exprimare înglobează libertatea de opinie și libertatea de a primi sau comunica informații sau idei.

Totuși, prin pct. 2 al art.10 din Convenție sunt stabilite următoarele: „*exercitarea acestor libertăți comportă îndatoriri și responsabilități care pot fi supuse unor formalități, condiții, restrângeri sau sancțiuni prevăzute de lege care, într-o societate democratică, constituie măsuri necesare pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, apărarea ordinii și prevenirea infracțiunilor, protecția sănătății, a moralei, a reputației sau a drepturilor altora, pentru a împiedica divulgarea informațiilor confidențiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești*”.

Dacă încălcarea drepturilor vizează persoane fizice, Convenția dispune la art. 8 pct. 1 că „*orice persoană are dreptul la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului său și a corespondenței sale*”.

În privința normelor juridice naționale, precizăm că dispozițiile art. 30 alin. (8) din Constituția României, republicată, stabilesc că „*răspunderea civilă pentru informația sau pentru creația adusă la cunoștința publică revine editorului sau realizatorului, autorului, organizatorului manifestării artistice, proprietarului mijlocului de multiplicare, al postului de radio sau de televiziune, în condițiile legii. Delictele de presă se stabilesc prin lege*”. Totodată, art. 31 alin. (4) din legea fundamentală stipulează că „*mijloacele de informare în masă, publice și private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice*”.

Legea audiovizualului nr. 504/2022, cu modificările și completările ulterioare, stabilește, prin

LEGISLAȚIA ELECTORALĂ

Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/261028>

Legea nr. 115/2015 pentru alegerea autorităților administrației publice locale, pentru modificarea Legii administrației publice locale nr. 215/2001, precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 393/2004 privind Statutul aleșilor locali:

https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/168136#id_artA281

Legea nr. 33/2007 privind organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Parlamentul European:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/155582#A214>

Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României:

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/256377>

dispozițiile art. 41 alin. (1), că *„orice persoană fizică sau juridică, indiferent de naționalitate, ale cărei drepturi sau interese legitime, în special reputația și imaginea publică, au fost lezate prin prezentarea de fapte inexacte în cadrul unui program, beneficiază de dreptul la replică sau la rectificare”*.

Procedura de remediere a prejudiciului generat prin prezentarea de fapte inexacte este expres reglementată la art. 52-58 din Decizia Consiliului Național al Audiovizualului nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual. Nerespectarea dreptului la replică constituie contravenție conform dispozițiilor art. 90 alin. (1) lit. d) din Legea nr. 504/2022, cu modificările și completările ulterioare.

În acest context, subliniem, de asemenea, relevanța drepturilor protejate de Codul civil, precum dreptul la demnitate (art. 72), dreptul la propria imagine (art. 73), atingeri aduse vieții private (art. 74), precum și dispozițiile art. 1349 alin. (1) conform cărora *„orice persoană are îndatorirea să respecte regulile de conduită pe care legea sau obiceiul locului le impune și să nu aducă atingere, prin acțiunile ori inacțiunile sale, drepturilor sau intereselor legitime ale altor persoane”*.

Legislația electorală încurajează exprimarea opiniilor în mod liber și fără nicio discriminare, prin mitinguri și adunări, precum și prin utilizarea televiziunii, radioului, presei și a celorlalte mijloace de informare în masă, sub rezerva interzicerii mesajelor, sloganurilor și discursurilor discriminatorii sau care promovează ori justifică ura rasială, xenofobia, antisemitismul, alte forme de ură bazate pe intoleranță sau orice altă formă de discriminare, de defăimare și de învrăjbită religioasă ori etnică sau care aduce ofensă publică simbolurilor religioase, precum și a oricăror altor mijloace care contravin legii.

Faptele contrare dispozițiilor legale în materie se constată și sancționează de către Consiliul Național al Audiovizualului, potrivit Legii nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare sau, după caz, de către Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării, potrivit Ordonanței Guvernului nr. 137 din 31 august 2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, republicată.

TERMENI UTILIZAȚI

DEZINFORMAREA (DIS-INFORMATION): *o serie de informații al căror caracter fals sau înșelător poate fi verificat, care sunt, în mod cumulativ, create, prezentate și diseminate pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce publicul în eroare în mod deliberat și care pot provoca un prejudiciu public (conform Comunicării Comisiei Europene „Combaterea dezinformării online: o abordare europeană” din 26 aprilie 2018¹). Dezinformarea reprezintă o tehnică ce presupune răspândirea în mod deliberat de conținut fals, având intenția clară de a provoca rău sau de a aduce prejudicii unei persoane, unei organizații sau unui grup social.*

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236>

DEZINFORMAREA NEINTENȚIONATĂ (MIS-INFORMATION): metodă care presupune răspândirea, în spațiul public, în mod neintenționat, de informații false care nu sunt create neapărat cu intenția de a provoca daune sau prejudicii.

INFORMAREA RĂU - VOITOARE (MAL-INFORMATION): metodă care presupune răspândirea, în mod intenționat, de informații adevărate, având intenția explicită de a provoca rău sau ignorând faptul că aceasta ar putea produce efecte negative.

FACT-CHECKING: investigație (a unei probleme) pentru verificarea veridicității faptelor.

ASTROTURFING: practica publicării de opinii sau comentarii pe internet sau în mass-media care par să provină de la membri obișnuiți ai publicului, dar provin de fapt de la o anumită companie sau grup politic, ca o modalitate de a face să pară că un produs/ o politică/ o opinie etc. are mult sprijin public.

BOT: un program de calculator care funcționează automat, în special unul care caută și găsește informații pe internet.

CHATBOT: aplicație software concepută pentru a imita o conversație cu o ființă umană, de obicei prin internet, pe baza indicațiilor utilizatorului unui program de calculator.

TROLLING: încălcarea a regulilor spațiilor sociale de pe internet prin comportamente distructive care au scopul de a insulta sau de a denigra anumite persoane pentru a le provoca emoții negative.

MEME-URI: elemente vizuale cu text de impact asociat care se răspândesc foarte repede pe internet.

URL-UL SITE-ULUI: adresa standardizată pentru localizarea sursei digitale.

