

DEPARTAMENTUL DE STUDII PARLAMENTARE ȘI POLITICI UE
DIRECȚIA STUDII ȘI DOCUMENTARE LEGISLATIVĂ

FENOMENUL *FAKE NEWS* ȘI NEVOIA DE LEGIFERARE

Documentare și sinteză: Cristina GRECU - consilier parlamentar

** Lucrările elaborate în cadrul Direcției studii și documentare legislativă sunt cu caracter documentar și nu reprezintă punctul de vedere al Camerei Deputaților.*

CUPRINS

I.	ELEMENTE DESCRIPTIVE	4
II.	ASPECTE LEGISLATIVE	13
	GERMANIA	18
	FRANȚA	18
	ITALIA	20
III.	SOLUȚII	21

"Să înțelegi cum un text prezintă realitatea și nu ce spune textul respectiv."

I. ELEMENTE DESCRIPTIVE

Una dintre caracteristicile perioadei contemporane este relansarea comunicării în afacerile publice - fie ele naționale, europene sau globale. Reconsiderarea rolului comunicării în ceea ce privește încadrarea și interpretarea evenimentelor, capacitatea sa uimitoare de a crea, circula și întări etichetele, precum și cvasi-dominarea acesteia în alte domenii sociale, cum ar fi finanțele, politica, diplomația - reprezintă un fenomen în plină expansiune.

Vocabularul științelor sociale, precum și cel al oamenilor obișnuiți au fost îmbogățite cu termeni noi, cum ar fi știrile false, înșelătorie digitală, diseminare de nișă (narrowcasting), izolare intelectuală (*filter bubbles*), camere de ecou, *viral autobots*, uzine pentru generat like-uri, algoritmi care generează conținut, armate de troli, propagandă computațională: tot atâția termeni care încearcă să fixeze „noua dezordine informațională”, schimbările, chiar malformațiile pe care le suferă ecosistemul informațional al zilelor noastre ca urmare a posibilităților nelimitate oferite de tehnologie.

Termenul de emerging media începe să fie preferat celui de social media, pornind de la recunoașterea recentă că „there is nothing social about social media”. Interesant este că social/ emerging social media prezintă o combinație paradoxală între un conținut care poate fi generat și mai ales pus în circulație în mod automat, pe bază de algoritmi, și hiper-emoție. Așadar, pe de o parte, un conținut desprins de contexte sociale sau care poate fi adaptat, fără greutate, oricărui context social, și hiperemoție, polemică, violență simbolică. Efectele în plan social și politic ale acestei combinații unice și paradoxale între conținuturi generate și mai ales amplificate de tehnologie și hiper-emoții sunt diverse: enclavizare ideologică și socială, confuzie, neîncredere, paralizie, ură, intoleranță, furiocrație.

Emerging media nu creează „satul global”, ci „sate globale”, enclave intransigente, puțin deschise schimbului. Se poate vorbi despre un adevărat „Facebook defect” (referirea la Facebook fiind de natură generică): emerging media oferă posibilități nebanuite în ceea ce privește exprimarea, participarea, mobilizarea, dar, simultan, oferă posibilități la fel de

nebănuite în ceea ce privește dezinformarea și informarea eronată, confuzia, divizarea, polarizarea; sunt, cu alte cuvinte, săbii cu două tăișuri.

Așadar, noua dezordine informațională – un termen mai potrivit și, cu siguranță, mai cuprinzător decât cel de „fake news” – este organic legată de apariția și explozia emerging media. Chiar dacă magnitudinea noii dezordini informaționale se datorează, organic, exploziei emerging media și posibilităților nelimitate oferite de tehnologie, media tradiționale sunt parte a fenomenului. Faptul că mass-media tradiționale și-au pierdut, în mare parte, credibilitatea - singura monedă de schimb în comunicare - reprezintă unul dintre factorii care amplifică dezordinea și debusolarea.¹

Ecuția emerging media - media tradiționale este una complicată. Cercetările în domeniu – aflate la început – relevă lucruri oarecum contraintuitive, care par a contrazice retorica „eliberării”, a „spațiului informațional alternativ” promovate de influenceri. Un astfel de rezultat arată, de exemplu, că tocmai cei care nu au încredere – de plano – în mass media tradiționale (televiziune, presă scrisă) și care folosesc emerging media pentru a evita ceea ce ei consideră a fi „manipularea” din partea primelor sunt mai predispuși la afirmații false, la pseudoinformații, la știri contrafăcute, dezinformări etc. Ecuția este și mai mult îngreunată de faptul că atacul la adresa instituțiilor tradiționale de presă se corelează cu atacul la adresa tuturor instituțiilor tradiționale ale democrațiilor liberale; se corelează cu puternica retorică anti-sistem, anti-establishment, anti-politică, anti-expertiză. Rezultă de aici că mass media tradiționale, împreună cu toate celelalte instituții tradiționale ale democrațiilor liberale sunt, trebuie să devină parte a soluțiilor de reordonare a spațiului informațional.²

Pentru Occident, epoca Fake News a început în 2016, odată cu Brexitul și alegerile prezidențiale americane, ceea ce ar putea fi semnul unei uimitoare inocențe. Cu cel puțin trei ani înainte, odată cu izbucnirea protestelor proeuropene din Kiev, Kremlinul a declanșat o adevărată campanie de fake news, propagandă și dezinformare. După anexarea Crimeii și războiul din Donbas, campania a căpătat caracteristicile unui război informațional în toată regula. Occidentul a fost surprins, încercând să înțeleagă dacă e vorba de un nou tip de război hibrid. Vom vedea însă că fake news reprezintă expresia

¹ http://rjea.ier.ro/sites/rjea.ier.ro/files/articole/RJEA_vol.18_no.1_June2018_art.2.pdf

² <http://www.convorbirieuropene.ro/noua-dezordine-informatiionala-de-la-hiper-emotii-la-hiper-idei/>

*modernă a unor vechi practici sovietice instituționalizate în cadrul armatei și poliției secrete, devenind apoi temelia statului sovietic însuși.*³

În prezent, nu există o definiție unanim acceptată pentru fake news, însă există un acord cu privire la caracteristicile pe care fenomenul le comportă. Astfel, **fake news este definit ca informații false, inexacte sau înșelătoare concepute, prezentate și promovate pentru a provoca în mod intenționat prejudicii publice sau pentru profit.**⁴

"Fake News", un concept relativ puțin folosit până în urmă cu câțiva ani, a devenit o provocare pentru furnizorii de informații corecte din întreaga lume. Mass-media și rețelele de socializare sunt "invadate" de știri false furnizate sub masca unor fapte, situații sau evenimente adevărate. Fenomenul a devenit și în România un demn urmaș al propagandei și dezinformării. Contracurarea acestui proces în continuă dezvoltare se poate face, în primul rând, prin educație și cunoaștere.

Termenul presupune publicarea de informații false sub "masca" unor știri adevărate. Principalele "vehicule" de propagare a știrilor false sunt mass-media și rețelele de socializare.

Efectul "fake news" a determinat ca în 2016 "post-truth" (post-adevăr) să fie declarat cuvântul anului de către Oxford Dictionaries. "Post-truth" definește o perioadă de timp sau o situație în care faptele reale devin mai puțin importante decât ceea ce crede o anumită persoană, care reacționează emoțional într-un context al nesiguranței și neîncrederii.

În România s-a manifestat în special în perioada electorală din 2016, dar și în timpul protestelor din februarie 2017. De altfel, fenomenul "fake news" s-a dezvoltat și propagat cel mai bine în timpul unor evenimente sau situații limită, cu efect important asupra consumatorilor de informație.

Site-urile din România care promovează știri false pretind că sunt platforme de știri independente, însă le lipsește transparența: nu prezintă detalii despre autori și despre redacție, nu citează surse credibile și nu oferă informații ce pot fi verificate. Toate, însă, susțin că prezintă adevărul. Mediul online este locul în care ajung informațiile despre orice și oricine, fără ca cineva să verifice înainte dacă sunt adevărate sau false. Iar viteza lor de propagare nu se compară cu nimic. Știrile false au devenit parte din cotidian, de când

³ Marian Voicu, *Matrioșka mincinoșilor Fake News, Manipulare, Populism*, Ed. Humanitas București, 2018, p. 15.

⁴ Revista Intelligence, *Fake news. De la „iadul globalist” al lui Macron la „puterea nucleară” a României*, <https://intelligence.sri.ro>.

meseria de jurnalist este la îndemâna oricui are o tastatură și o platformă unde se poate exprima. Furnizorii de știri false au, în general, două motivații pentru a propaga astfel de informații. Una, care poate fi și cea mai importantă, este cea financiară: știrile care devin virale produc sume considerabile din publicitate dacă numărul cititorilor care ajung în site este suficient de mare. A doua motivație este cea ideologică: unii furnizori de știri false au scopul de a avantaja un candidat, o situație sau un eveniment.

"Oamenii cred că există două etape de gestionare a unei informații noi:

1. primești informația și o înțelegi;
2. stabilești valoarea ei de adevăr.

Studiile sugerează, însă că lucrurile sunt diferite: "În momentul în care ai înțeles informația nouă, consideri în mod automat că este adevărată. De foarte multe ori, nu se mai ajunge la etapa a doua și atunci ajungi să consideri că este adevărat tot ceea ce ai înțeles", susține psihologul Daniel David, autorul lucrării „Psihologia poporului român”. "Minciuna promovată la nesfârșit devine adevăr".

Informațiile false influențează comportamentul chiar și atunci când oamenii știu că sunt false. Daniel David, profesor universitar doctor la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, spune că minciuna are un efect asupra comportamentului în mod automat și inconștient. Acesta este și motivul pentru care sunt propagate știrile false: "furnizorii" știu că la un moment dat vor avea efect.

Astfel, știrile de evitat pot fi împărțite în câteva categorii:

- știri false (cu informații inventate);
- știri care induc în eroare - pornesc de la date factuale ce sunt scoase din context sau îmbrăcate senzationalist;
- știri partizane - interpretări ale unor date reale, care sunt manipulate pentru a corespunde unei agende;
- știri de clickbait - au titluri șocante/senzaționaliste ce îndeamnă cititorul să le acceseze și care, de regulă, nu susțin cu informații promisiunile din titlu.

Bula informațională din rețelele de socializare

Știrile false sunt scrise evaziv și adesea bombastic, fără să ofere surse, declarații sau context informațiilor sau făcând trimiteri spre site-uri obscure. Folosesc formulări

evazive de genul „s-a aflat că”, „a declarat x într-o conferință recentă”, „asta a spus un jurnalist de la...”, lansând adesea presupuneri, zvonuri sau conspirații. Au, în general, titluri șocante - unele sunt scrise cu majuscule sau conțin cuvinte scrise cu majuscule.

Jurnalistul britanic de origine rusă Peter Pomerantsev scrie într-un articol publicat în revista Granta că ”rețelele sociale ne conduc spre camere de rezonanță cu oameni care gândesc la fel ca noi, alimentându-ne doar cu lucrurile care ne fac să ne simțim mai bine, fie că sunt adevărate sau nu”. Pe românește este vorba despre celebra ”bulă” informațională, pe care o creează în special Facebook, în funcție de preferințele fiecăruia dintre noi pe rețeaua de socializare în ceea ce privește temele pe care le preferăm și prietenii pe care îi alegem.

Pentru a combate fenomenul ”fake-news”, tehnologia a scos la înaintare mijloace prin care influența știrilor false poate fi redusă sau chiar stopată.

Este abordată orientarea către utilizator, către informarea acestuia asupra informațiilor suspecte de a fi false și asupra metodelor prin care-și pot filtra informațiile pentru a se feri de pericolul reprezentat de către „fake news”.

Marii jucători din industria online au decis să-și spună cuvântul și să contribuie semnificativ la lupta împotriva știrilor false. Google și Facebook sunt giganții care au pornit și întetesc acest război prin intermediul opțiunii „Fact Check”. Concret, această opțiune, disponibilă tuturor utilizatorilor, permite companiilor de publishing să afișeze eticheta „Verificat” în dreptul știrilor afișate în rezultatele căutării de pe cel mai popular motor de căutare și astfel să informeze despre știrile pe care le afișează.

Studiile spun că pentru 75% dintre români, Facebook este principalul canal de informare unde întâlnesc știri false. Și platforma de social media se alătură luptei împotriva flagelului știrilor false. Astfel, a oferit utilizatorilor posibilitatea de a marca știrile false și a început deja să dezactiveze conturile suspecte care folosesc pagini populare cu „like-uri” false pentru a obține o mai mare popularitate și pentru a le folosi în răspândirea de știri false. Facebook dezvoltă algoritmi care să detecteze știrile false și să le marcheze, să le izoleze sau chiar să interzică afișarea lor în timeline dacă acestea sunt raportate în mod constant.

Deja, 30.000 de conturi de Facebook din Franța au fost suspendate pentru a opri răspândirea de știri false, dezinformarea și spam-ul. De asemenea, Facebook este încă în

perioada de teste și promovează chiar în aceste zile un instrument educațional prin care utilizatorii pot să identifice știrile false.⁵

La nivel mondial, autoritățile s-au autosesizat și au început să ia măsuri pentru a minimiza efectul nociv pe care-l au știrile false. În Cehia, de exemplu, ministerul de interne a lansat „Centrul împotriva terorismului și amenințărilor hibride” instrument prin care dorește să lupte împotriva știrilor false.

Acest centru a fost lansat după ce mai mult de 40 de site-uri au răspândit știri false, în special legate de imigranți. Specialiștii care lucrează în acest centru culeg informații despre știrile false prin intermediul unui cont de Twitter dedicat, dar și prin intermediul unei platforme on-line.

Guvernul din Germania pune accent pe lupta împotriva „fake news” și speră ca platformele social media și utilizatorii acestora să dea o mână de ajutor în această luptă. Oficialii au exprimat îngrijorări în legătură cu apropiatele alegeri după ce au fost raportate știri false despre cancelarul Angela Merkel și admit că companiile social media trebuie să primească sprijin pentru a controla această problemă, însă doar în limita strictă a legilor din această țară privind defăimarea.

Rețeaua First Draft News și Google News Lab au anunțat lansarea, împreună cu 16 redacții germane și franceze, a unui instrument de verificare a informațiilor web, o inițiativă susținută de Facebook, care își dezvoltă propriul său instrument în acest sens, această inițiativă intervenind în contextul alegerilor prezidențiale din primăvară în Franța. Denumit „CrossCheck”, acest instrument va permite redacțiilor să colaboreze pentru „identificarea și verificarea conținutului care circulă online, fie că este vorba de fotografii, clipuri video, comentarii sau site-uri de știri”, potrivit unui comunicat Google.

Și în România au apărut o serie de măsuri care ajută în lupta împotriva știrilor false. Factual.ro⁶ este, probabil, cel mai cunoscut proiect care pune umărul la războiul împotriva știrilor false. Implementat de Asociația Funky Citizens și cu contribuția voluntară a experților care dedică lunar din timpul lor proiectului, Factual.ro este primul site de fact-checking dedicat știrilor politice și declarațiilor publice din România și se adresează „oricărui cetățean interesat de bunul mers al cetății, dar cu precădere celor la fel de nereprezențați politic ca și noi, afectați de calitatea slabă a dezbaterilor din spațiul public

⁵ Dorin Țimonea, *De la propagandă la fake news* în www.forumapulum.ro.

⁶ <https://www.factual.ro/>

românesc. Celor ce vor să vadă țara guvernată mai puțin arbitrar, cu politicieni care nu se hazardează în declarații populiste, ci iau decizii informate și justificate”.

O altă unealtă care ajută în acest război este aplicația „De necrezut” care vânează fake news-urile din România. Monitorizează 70 de site-uri și avertizează utilizatorii dacă un site ar putea răspândi fake news prin afișarea mesajului: „Pare de necrezut? Verifică informația și din alte surse”. Este o extensie de browser web disponibilă, momentan, doar pentru Google Chrome, urmând să fie lansată și pentru Firefox sau Opera. După instalare, utilizatorul care accesează un text pe un site de „știri false” sau care vede, în feed-ul de Facebook, link-uri către paginile respective este anunțat, pe o bandă roșie, că acest site nu este o sursă sigură de informare. Astfel, utilizatorul poate fi interesat să verifice informația și din alte surse și poate va evita, pe viitor, să acceseze și să răspândească astfel de materiale.

Aplicația „Biziday” oferă notificări și alerte, personalizate în funcție de interesul utilizatorului, scoate în evidență știrile cu adevărat importante încercând, în același timp, să ofere informații din surse cât mai credibile. Prezintă știri scurte, sintetizate, astfel încât să fie înțeleasă toată informația din titlu și direcționează către cele mai prestigioase site-uri de știri centrale și locale.⁷

Fact checking-ul are și un efect pervers. Publicarea informației fake în versiunea demontată poate contribui la amplificarea și viralizarea ei.⁸

Într-o eră a vitezei, când mediul online asigură interconectivitate globală, cu platforme de socializare care au destabilizat profund conceptul de mass media, fenomenul fake news a primit o actualizare consistentă, devenind un instrument redutabil de propagandă, putând fi folosit atât în spectrul politic, în cel economic, dar mai ales în cel de securitate. Cum manipularea maselor are rădăcini vechi în istoria umanității, putem traduce fenomenul fake news ca fiind o recrudescență a formelor clasice de manipulare.

Cum în spațiul românesc există tendința de a se traduce fake news prin știri false este necesar de precizat că această traducere nu este întocmai academică și nici în acord cu sensul propriu al fenomenului. Astfel, se consideră că diferența între o așa zisă știre falsă (false news) și un fake news există la nivel de intenție, un fake news având la bază

⁷ Marius Rusu, *Tehnologia în căutarea adevărului* în www.forumapulum.ro.

⁸ Marian Voicu, *op.cit.*, p. 434.

un scop clar de a manipula, iar distribuția acestei știri se face în baza unor algoritmi bine stabiliți, demersul având în spate o strategie, respectiv resurse financiare alocate.

Dacă în limba engleză distincția dintre fake news și false news este clară, în limba română nu se aplică, o traducere mai aproape de sensul propriu al fenomenului considerăm că ar fi știri contrafăcute/ fabricate prin aceasta înțelegându-se intenția de a manipula, respectiv eforturile depuse de autorul demersului în a genera un anumit tip de reacție din partea publicului. Știrea, deși falsă în esență, scoasă din context sau așezată într-un sistem premeditat de repere, permite astfel inducerea unei valori de adevăr informației transmise, respectiv interpretarea informației într-un mod trunchiat.

În aceste sens, nu se consideră oportună încercarea de traducere în limba română a sintagmei, ci preluarea terminologiei anglo-saxone de fake news, limba română neputând exprima în mod succint diferența între o știre falsă și o știre intenționat modificată.

Totodată, fenomenul fake news este unul cu o complexitate sporită în raport cu o știre falsă, având implicații multiple precum și o plajă largă de aplicabilitate. Pe lângă dificultățile întâmpinate în a defini cu acuratețe fenomenul, există și o reală problemă în a-i cuantifica efectele și mai ales impactul.

Având în vedere că rețelele social media au devenit un competitor puternic pentru instituțiile de presă, fenomenul fake news prezintă riscuri semnificative, materializarea acestora depinzând în mare parte de abilitatea celor care concep știrile false, precum și de modul în care știrile respective sunt canalizate/ distribuite către publicul țintă. Un fake news poate fi considerat inofensiv sub argumentul că receptorii au capacitate de discernământ, astfel că vor demonta singuri informația și o vor cataloga ca fiind manipulative, neexistând riscul apariției unor reacții sau decizii. La fel de bine, același fake news poate prezenta riscuri majore, de securitate sau chiar strategice, dacă este redistribuit sau asumat de către persoane, canale sau entități cu capital de încredere ridicat.

În această situație, publicul are tendința de a crede mai ușor informația sau chiar de a fundamenta unele decizii prin prisma informațiilor recepționate. Se observă astfel că succesul unui fake news este greu cuantificabil, însă este influențat, în mod direct, de gradul de profesionalism cu care se operează pentru transmiterea mesajului. Același

mesaj, transmis prin canale diferite, poate genera reacții total opuse, potrivit profesorului universitar Axel Gelfert, autorul studiului „Fake News: A Definition“.

Se observă că miza fenomenului fake news este una importantă la nivel internațional, fiind în același timp o amenințare, dar și o oportunitate sau un instrument prin care se pot obține beneficii sau profituri considerabile.

Cauzele pentru care jurnaliștii generează și diseminează informație falsă sunt diverse, de la proasta documentare până la nevoia de audiență sau trafic web. În acest caz, vorbim de *false news*, *misinformation*. Atunci când este vorba de o campanie în toată regula, care implică o strategie, un buget și o ideologie, vorbim de *fake news*, *disinformation*. Atunci când o astfel de campanie este îndreptată împotriva unui alt stat, este un război informațional.⁹

„Piețele de desfacere” pentru produsele informaționale de tip fake news sunt în general mediul internet și în special rețelele de socializare, susține Axel Gelfert. De-a lungul timpului numeroase studii și cercetări au relevat faptul că peste jumătate dintre cei care citesc presa nu au abilități de a distinge între o știre adevărată și una fabricată. Aici intervine, de fapt, oportunitatea manipulării. De asemenea nu poate fi ignorat timpul limitat pe care oamenii îl au la dispoziție pentru a verifica, din diverse surse, valoarea de adevăr a unei știri.

În plus, oportunitatea se amplifică în contextul în care mediul online nu este supus, până în prezent, controlului niciunei instituții publice naționale sau internaționale. În contrapartidă, în domeniul televiziunii, de exemplu, există entități precum Consiliul Național al Audiovizualului (România). Singurele inițiative de combatere a fenomenului fake news aparțin entităților private care dețin platformele social-media.

O imagine de ansamblu asupra amplitudinii fenomenului fake news a fost relevată de către Eurobarometrul „Fake News and Disinformation Online” publicat, în 12 martie 2018, de Comisia Europeană.

Rezultatele cercetării sociologice ar putea fi catalogate drept alarmante. Astfel, studiul care a vizat respondenți din toate cele 28 de state membre UE, a relevat faptul că peste jumătate dintre aceștia sunt expuși la o știre fabricată cel puțin o dată pe săptămână. Un procent de peste 80% dintre participanții la Eurobarometru consideră că

⁹ Marian Voicu, *op.cit.*, pp. 428-429.

fenomenul fake news reprezintă o problemă atât pentru democrație cât și pentru statul din care provin. Urmare a publicării sondajului „Fake News and Disinformation Online”, reprezentanți ai Comisiei Europene au atras atenția, inclusiv României, asupra evoluțiilor înregistrate în acest domeniu. Avertizarea a fost lansată în contextul în care rezultatele cercetării sociologice au indicat faptul că **59% din respondenții din România cataloghează drept reale informațiile cu care intră în contact în mediul virtual prin intermediul platformelor online.**

II. ASPECTE LEGISLATIVE

Legile destinate combaterii știrilor false introduc o varietate de riscuri de reglementare pentru companii, în special în țările care adoptă legislație suficient de bine formulată pentru a responsabiliza entitățile juridice care dețin platformele online, nu numai pentru conținutul pe care îl publică, ci și pentru conținutul partajat sau creat de utilizatori. Ca atare, companiile care exploatează platforme media sau rețele sociale cu baze de utilizatori internaționali ar trebui să monitorizeze peisajul global de reglementare și să-și adapteze operațiunile în consecință¹⁰, doar că acestea nu se consideră responsabile pentru conținutul postat. Știrile fake, spun Facebook și Twitter, sunt efectul pluralismului și libertății de exprimare, inerent în democrațiile liberale. Dar dacă societățile democratice sunt reglementate de legi clare, acestea constituind tocmai fundamentul democrației, de ce nu ar fi reglementat și Internetul? Ar duce oare la cenzură, amenințând principiul însuși al web-ului - libertatea?¹¹

La nivel european

Sarcina de a reglementa fenomenul fake news nu ar trebui să aparțină doar guvernelor naționale sau organismelor supranaționale precum UE, ci ar trebui să fie promovat conceptul de co-reglementare, prin responsabilizarea administratorilor platformelor de comunicare și a societăților în ansamblu.

¹⁰ <https://www.globalbankingandfinance.com/emergence-of-global-legislation-against-fake-news-may-present-regulatory-risks/>

¹¹ O evaluare a perspectivelor Internetului, în Philip N. Howard, *Pax Technica: How the Internet of things may set us free or lock us up*, Zale University Press, 2015 *apud* Marian Voicu, *op.cit.*, p.442.

Un argument invocat de proprietarii de platforme online este că noile tehnologii pot rezolva chiar problemele pe care le generează. Printre aceste tehnologii se numără inteligența artificială (AI), care este considerată a fi un "tratament miracol", însă realitatea demonstrează că utilitatea AI se regăsește doar în privința înlăturării dezinformării odată ce a fost observată, identificarea ei necesitând în primul rând aportul factorului uman, în conținuturile fake news fiind implicate subtilități naționale și culturale.¹²

În 2014, Forumul Economic Mondial a identificat răspândirea rapidă a dezinformării online ca fiind una dintre principalele 10 tendințe din societățile moderne.

În 2016, agregatoarele de știri de pe platformele de comunicare socială și motoarele de căutare au fost, în ansamblu, principalele modalități de consultare online a știrilor pentru 57 % dintre utilizatorii din UE.

În ceea ce privește tinerii, o treime dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani afirmă că platformele de comunicare socială sunt principala lor sursă de știri.

80% dintre europeni au întâlnit informații pe care le consideră false sau înșelătoare, de cel puțin câteva ori pe lună. 85% dintre respondenți percep aceasta ca reprezentând o problemă în țara lor.

În anul 2015, la solicitarea Consiliului European de a aborda campaniile de dezinformare în curs de desfășurare din partea Rusiei, a fost creat, în cadrul Serviciului european pentru acțiune externă (SEAE), Grupul de acțiune East Stratcom¹³. Până în prezent, grupul de lucru a catalogat, analizat și a determinat conștientizarea a peste 4.500 de exemple de dezinformare pro-Kremlin și a îmbunătățit semnificativ înțelegerea instrumentelor, tehnicilor și intențiilor de dezinformare din surse rusești. În strânsă colaborare cu serviciile Comisiei Europene, acesta a îmbunătățit substanțial și eficiența comunicărilor UE în vecinătatea estică.

În 2017, la Helsinki, a fost înființat Centrul european de excelență pentru combaterea amenințărilor hibride.¹⁴

În 2016, a fost adoptat *Cadrul comun privind combaterea amenințărilor hibride*, urmat de *Comunicarea comună privind creșterea rezistenței și consolidarea capacităților de abordare a amenințărilor hibride în anul 2018*.

¹² <https://www.euronews.com/2019/01/09/how-can-europe-tackle-fake-news-in-the-digital-age>

¹³ <https://euvsdisinfo.eu/>

¹⁴ https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/hybrid_threats_en_final.pdf

În aprilie 2018, Comisia a propus o abordare europeană pentru combaterea dezinformării online, încercând să promoveze un mediu online mai transparent, mai credibil și mai responsabil.

În preambulul Comunicării Comisiei Europene COM(2018) 236¹⁵ *Combaterea dezinformării online: o abordare europeană*, se menționează:

Dezinformarea erodează încrederea în instituții, precum și în mass-media digitală și tradițională și are efecte nocive asupra democrațiilor noastre prin afectarea capacității cetățenilor de a lua decizii în cunoștință de cauză. De asemenea, dezinformarea sprijină adesea idei și activități radicale și extremiste. Aceasta aduce atingere libertății de exprimare, care este un drept fundamental consacrat în Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene. Libertatea de exprimare cuprinde respectarea libertății și pluralismului mijloacelor de informare în masă, precum și dreptul cetățenilor de a formula opinii și de a primi și a transmite informații și idei „fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere”.

Obligația fundamentală a actorilor statali în ceea ce privește libertatea de exprimare și libertatea mass-mediei este aceea de a nu interveni, de a nu aplica cenzura și de a asigura un mediu favorabil pentru o dezbatere publică favorabilă incluziunii și pluralistă.

Conținutul legal, chiar și atunci când este presupus dăunător, este, în general, protejat de libertatea de exprimare și trebuie să fie abordat în mod diferit față de conținutul ilegal, în cazul căruia eliminarea conținutului poate fi justificată.

Diverși actori interni și străini utilizează pe scară largă campaniile online de dezinformare în masă pentru a semăna neîncredere și a crea tensiuni societale, cu consecințe potențiale grave pentru securitatea noastră. În plus, campaniile de dezinformare demarate de țări terțe pot face parte din amenințările hibride la adresa securității interne, inclusiv la adresa proceselor electorale, în special în combinație cu atacurile cibernetice. De exemplu, doctrina militară rusească recunoaște în mod explicit războiul informațional drept unul dintre domeniile sale. Răspândirea dezinformării afectează, de asemenea, procesele de elaborare a politicilor prin influențarea distorsionată a opiniei publice. Actorii naționali și străini pot utiliza dezinformarea pentru a manipula politicile, dezbaterile societale și comportamentele în domenii precum schimbările

¹⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>

climatice, migrația, siguranța publică, sănătatea și finanțele. Dezinformarea poate contribui, de asemenea, la diminuarea încrederii în știință și în dovezile empirice.

La 12 septembrie 2018, Comisia a stabilit măsuri pentru asigurarea alegerilor europene libere și corecte, inclusiv o mai mare transparență în publicitatea politică online și posibilitatea de a impune sancțiuni pentru utilizarea ilegală a datelor cu caracter personal pentru a influența în mod deliberat rezultatul alegerilor europene.¹⁶

Giganții din industrie, printre care Facebook, Google, Twitter și Mozilla, au prezentat Comisiei Europene planuri care arătau cum vor respecta un cod de practică împotriva știrilor falsificate, pe fondul opoziției cu privire la propunerile unui forum multistakeholder.

Problema calității știrilor într-un mediu bogat în informații, cum ar fi Internetul, a fost abordată în Propunerea de DIRECTIVĂ A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI privind dreptul de autor pe piața unică digitală. Documentul menționează o serie de aspecte referitoare la contextul și efectele fake news. Acestea includ:

- Bulele de conținut apar ori de câte ori o persoană interacționează cu o singură sursă de știri, trasată de un algoritm care alimentează utilizatorii doar cu informații pe baza percepției despre ceea ce prezintă interes pentru ei. Acestea sunt rezultatul ambelor biasuri comportamentale (cum ar fi "părtinirea confirmării", adică utilizatorii au tendința de a accepta o noțiune cu care sunt aprioric de acord); și utilizarea algoritmilor pentru căutarea personalizată, care sunt bazați pe căutările noastre anterioare și, în consecință, selectați mai ales conținutul dintr-un subset restrâns de surse disponibile.

- Falsuri /opinii neintenționate (așa-numita "dezinformare"). Exprimând o opinie, oricât de falsă, poate determina dezinformarea chiar dacă nu există intenția de a se angaja în manipularea opiniei publice. Internetul amplifică aceste afirmații, ducând la o rată fără precedent a circulației atât a declarațiilor reale, cât și a celor false.

- Falsuri sau amplificatoare intenționate ("dezinformare"). Într-un subset de cazuri, lipsa de filtrare online a dus la abuzul unor astfel de platforme, cu intenția clară de a manipula publicul de opinie, de exemplu cu ocazia alegerilor. Multe dintre aceste știri sunt ignorate de public ca fiind clar fals, dar altele se răspândesc foarte repede și pot afecta opinia publică creând un strat gros de "zgomot" care provoacă probleme și confuzii pentru utilizatorii finali.

¹⁶ http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-6648_en.htm

• Operațiuni de dezinformare (sau influență). Acestea sunt motivate din punct de vedere comercial sau politic, se desfășoară prin strategii de manipulare, o variantă de dezinformare intenționată, dar care se întâmplă la o scară mult mai largă.

Nu toate aceste fenomene ar trebui să conducă la cenzură sau să încerce să blocheze răspândirea informațiilor. Solicitarea intermediarilor de internet să elimine opiniile non-majoritare și non-factuale ale majorității canalelor de acces la informații ar diminua dramatic democrația și societatea noastră.

Un posibil echilibru între libertatea de exprimare și dreptul de a fi informat în mod corespunzător se află în:

- (i) promovarea unui comportament responsabil în transmiterea de informații către utilizatorii finali;
- (ii) adoptarea unui model de politică media proactivă care vizează promovarea pluralismului și îmbunătățirea expunerii diverselor conținuturi utilizatorilor finali;
- (iii) împuternicirea utilizatorilor finali prin intermediul inițiativelor de alfabetizare în domeniul mass-mediei și susținerea acestora în comportamentul utilizatorilor.

Planurile Comisiei pentru a contracara aceste efecte, acoperă cinci direcții de acțiune în moderarea știrilor false:

- Confiscarea veniturilor din publicitate de la companiile care răspândesc dezinformarea;
- Eliminarea conturilor false și a roboților online;
- Transparența publicității politice;
- Crearea unor mecanisme eficiente care să permită utilizatorilor să raporteze mai ușor cazurile de dezinformare;
- Furnizarea de cadre mai bune pentru monitorizarea răspândirii dezinformării.¹⁷

O presă liberă și pluralistă este esențială pentru a asigura un jurnalism de calitate și accesul cetățenilor la informații. Aceasta are o contribuție fundamentală la dezbateră publică și la buna funcționare a unei societăți democratice. În contextul tranziției de la presa tipărită la cea digitală, editorii de publicații de presă se confruntă cu probleme în

¹⁷ <https://www.euractiv.com/section/digital/news/eu-code-of-practice-on-fake-news-tech-giants-sign-the-dotted-line>

cea ce privește acordarea de licențe privind drepturile de utilizare online a publicațiilor lor și recuperarea investițiilor. Atât timp cât editorii de publicații de presă nu sunt recunoscuți ca titulari de drepturi, acordarea de licențe și asigurarea respectării acestora în mediul digital sunt adesea complexe și ineficiente.¹⁸

GERMANIA

După intrarea în vigoare la 1 ianuarie 2018, legea germană împotriva discursului de instigare la ură în mediul virtual este, probabil, cel mai bine realizat - dar adesea greșit înțeles - efort de eliminare a conținutului online cu potențial dăunător.

Legea, intitulată "Netzwerkdurchsetzungsgesetz"¹⁹ (NetzDG), și care vizează rețelele sociale cu mai mult de 2 milioane de membri - cum ar fi Facebook, YouTube și Twitter, obligă platformele online să elimine postările "vădit ilegale" în termen de 24 de ore sau să impună amenzi de până la 50 de milioane de euro. Administratorii platformelor pot fi amendați individual cu amenzi de până la 5 milioane de euro dacă se fac vinovați de neînlăturarea la timp a conținutului ilegal raportat.

Criticii au avertizat că legea va înăbuși libera exprimare legitimă, determinând platformele la acțiuni excesive de înlăturare a conținuturilor și de cenzurare a postărilor ca măsură de precauție.

FRANȚA

Legea împotriva manipulării informațiilor, care urmărește să protejeze mai bine democrația împotriva diferitelor moduri în care se răspândește în mod deliberat știri false, a fost aprobată în cea de-a doua lectură de către Adunarea Națională, la 20 noiembrie 2018²⁰.

¹⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0593&from=RO>

¹⁹ <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/>

²⁰

https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=2BE979C01B16EDE88A8FF18282918E0D.tplgfr43s_2?cidTexte=JORFTEXT000037847559&categorieLien=id

Textul vizează difuzarea pe scară largă și extrem de rapidă a știrilor false prin intermediul instrumentelor digitale, în special prin intermediul canalelor de difuzare oferite de rețelele sociale și mass-media, influențate de statele străine.

O atenție deosebită este acordată campaniilor electorale, chiar înainte și în timpul alegerilor, pentru a concentra instrumentele disponibile împotriva pericolului real, și anume **încercările de a influența rezultatele alegerilor** (așa cum s-a întâmplat în timpul ultimelor alegeri prezidențiale americane și al campaniei Brexit).

Sunt prevăzute următoarele măsuri pentru aceste perioade de campanie:

- o obligație de transparență pentru platformele digitale, care trebuie să raporteze orice conținut sponsorizat publicând numele autorului și suma plătită. Platformele care depășesc un anumit număr de hit-uri pe zi trebuie să aibă un reprezentant legal în Franța și să publice algoritmii;

- crearea unei măsuri legale care să permită încetarea rapidă a difuzării de știri false. Un judecător interimar va califica "știrile false", așa cum sunt definite în legea din 1881 privind libertatea presei, în conformitate cu trei criterii:

- știrea falsă trebuie să fie evidentă,
- să fie diseminată în mod deliberat pe o scară largă,
- și să conducă la o perturbare a climatului de pace sau să compromită rezultatul alegerilor.

Pentru perioadele non-electorale, legea stabilește obligația cooperării dintre aceste platforme, obligându-i pe administratori să introducă măsuri de combatere a știrilor false și să facă publice aceste măsuri. Verificarea respectării acestei obligații a fost încredințată Autorității Franceze pentru Radiodifuziune (CSA), care va putea, de asemenea, să prevină, să suspende și să interzică emisiunile de televiziune care sunt controlate de state străine sau care sunt influențate de aceste state și care sunt în detrimentul intereselor fundamentale ale țării.

Textul vizează încercările deliberate de manipulare a informațiilor și nu va avea niciun impact asupra activității jurnalistice care poate, în orice moment, să dezvăluie informații privind chestiuni de interes public.²¹

²¹ <https://www.gouvernement.fr/en/fake-news-a-bill-to-combat-the-manipulation-of-information>

Legea nr. 2018-1202 din 22 decembrie 2018 privind lupta împotriva manipulării informațiilor, conține dispoziții de modificare a codului electoral, de modificare a Legii din 30 septembrie 1986 privind libertatea de comunicare, obligațiile de cooperare a operatorilor platformelor online în scopul combaterii diseminării informațiilor false și dispoziții privind media.

ITALIA

După ce președintele Autorității italiene de concurență a cerut noi reguli privind știrile false, o propunere legislativă²² a fost prezentată de senatorul Adele Gambaro la 7 februarie 2017 ("DDL Gambaro") în Senatul Republicii.

Proiectul de lege urmărește introducerea unor prevederi specifice domeniului referitor la circulația știrilor false. În primul rând, propunerea Gambaro prevede adoptarea articolului 656-bis din Codul penal. Conform acestui articol, oricine publică sau comunică prin Internet o știre falsă sau informații exagerate sau părtinitoare cu privire la fapte și circumstanțe vădit nefondate sau false, se pedepsește cu amendă de până la 5.000 EUR.

În cazul în care același comportament constituie defăimare, persoana vătămată poate cere daune și solicita compensație financiară.

În plus, DDL Gambaro introduce o altă infracțiune, și anume articolul 265-bis din Codul penal. În conformitate cu acest articol, persoana care vehiculează, inclusiv prin Internet, zvonuri false, exagerate sau părtinitoare sau știri care ar putea cauza o alarmă publică sau ar amenința interesele publice în vreun fel sau care ar putea avea un impact înșelător asupra opiniei publice, este sancționată cu amendă de până la 5.000 EUR. De asemenea, oricine va derula, inclusiv prin intermediul internetului, o campanie de ură împotriva unor persoane cu trăsături specifice sau împotriva procesului democratic va fi pedepsit cu închisoare de cel puțin 2 ani și cu amendă de până la 10.000 EUR.

În cele din urmă, propunerea se referă, de asemenea, la obligațiile furnizorilor de servicii internet în privința activității utilizatorilor și a conținutului postat. În conformitate cu articolul 7, ISP trebuie să monitorizeze în mod regulat conținutul, acordând **o atenție**

²² <http://www.senato.it/service/PDF/PDFServer/BGT/01006504.pdf>

specială oricărei postări care generează un interes substanțial în rândul utilizatorilor, pentru a evalua fiabilitatea și veridicitatea acesteia. În cazul în care un furnizor de servicii Internet stabilește că un anumit conținut nu îndeplinește această cerință, acesta trebuie să elimine cu promptitudine conținutul în cauză; în cazul în care furnizorul de servicii de internet nu procedează astfel, acesta poate fi sancționat în conformitate cu articolul 656-bis din Codul penal.²³

III. SOLUȚII

Întrebarea la care încearcă să găsească răspuns reprezentanții mai multor discipline în spectrul cărora se încadrează fenomenul fake news, adică sociologi, jurnaliști, specialiști în IT, este **"Există soluții pentru contracararea acestei dezordini informaționale, sunt acestea posibile, dezirabile?"**

Se poate argumenta cu destulă siguranță că fake news și, în general, dezordinea informațională din mediul digital sunt „here to stay”, că fac parte din fibra societăților, iar pretenția de a le combate nu reprezintă decât o altă fantezie a celor care împărtășesc prezumția că (emerging) media pot fi controlate.

Se pot identifica, totuși, soluții, mai ales dacă spectrul de manifestări ale dezordinii informaționale este clar definit, mai precis, cei 8P care contribuie la crearea ei: *poor journalism, parody, (to) provoke, passion, partisanship, profit, political influence/ power, propaganda* (s-au păstrat termenii în limba engleză pentru a sublinia ideea celor 8P). Factori la care se pot adăuga: lipsa unor structuri mentale puternice, stabile; pierderea obișnuinței de a plasa lucrurile într-un context temporal și geografic; naivitatea cognitivă; privirea binară asupra lumii, incapacitatea de a judeca dincolo de hiper-emoții și mai aproape de interese etc.

La nivelul societății, în categoria soluțiilor s-ar înscrie: scepticismul emoțional, responsabilitatea în utilizarea retoricii anti-orice și a perspectivelor binare asupra lumii (noi și ei, bine și rău etc.), restabilirea prestigiului jurnalismului tradițional, mai ales a unor specii jurnaliste greu de găzduit pe platformele tehnologice, cum ar fi editorialul.

²³ <https://merlin.obs.coe.int/iris/2017/5/article27.en.html>

La nivelul mediilor de propagare, o soluție ar reprezenta-o includerea de către platformele sociale a unor softuri de filtrare și semnalizare a știrilor fake care să inventeze o nouă interfață grafică, astfel încât mecanismul de fact checking, adică de verificare și demontare a falsurilor, să fie transparent. Fiecare ar putea decide pentru sine dacă va citi sau nu materialul respectiv, ca și în cazul mail-urilor ajunse în folder-ul spam. Această abordare ar duce la transparență, ar elimina cenzura și ar avea ca efect alfabetizarea publicului în materie de știri false. Materialul verificat ar trebui apoi amprentat cu un logo, astfel încât cititorul să știe că nu este fake. Logo-ul ar putea funcționa precum filtrul de spam instalat în browser. În felul acesta, am putea avea de-a face cu conținut validat, autentificat în feed.²⁴

În concluzie, ca în orice alt subiect major, soluțiile vor veni mai cu seamă de la lideri, de la elita societății. Calitatea elitei, calitatea dezbaterilor publice, calitatea instituțiilor, inclusiv a celor de presă ar putea reprezenta premise pentru reordonarea ecosistemului informațional.

²⁴ Marian Voicu, *op.cit.*, p.429