M5. Informațiile false și înșelătoare

Deși auzim frecvent în ultimii ani invocat termenul de „fake news" (informații contrafăcute) este esențial să putem defini corect dezinformarea și să înțelegem diferența dintre aceasta și informațiile eronate.

- **Dezinformarea** se referă la conținut fals sau înșelător, care este **diseminat cu intenția de a înșela sau de a obține câștiguri economice sau politice,** și care poate produce un **prejudiciu public***. **Ea poate fi folosită și ca instrument** ca parte a unei operațiuni menite să **discrediteze și destabilizeze** o persoană, un grup de oameni sau o națiune, cu efecte semnificative în societate.

- **Informarea eronată** reprezintă **diseminarea de conținut fals sau înșelător fără intenția** de a crea un prejudiciu, deși **efectele pot fi, totuși, dăunătoare.** Asta se întâmplă **uneori pentru că oamenii nu știu că distribuie informație falsă.** Dacă este un subiect important pentru ei, vor tinde să reacționeze emoțional la un mesaj care face apel la frică, panică, furie sau chiar și la fericire sau umor, și îl vor distribui fără să îl verifice, fără să aibă intenția de a face rău, dar putând să cauzeze totuși un impact negativ.

Reținem, așadar, că diferența majoră între dezinformare și informarea eronată stă în intenția cu care au fost create și diseminate informațiile false sau înșelătoare (care trebuie dovedită în fața legii pentru a pedepsi posibile acte de dezinformare**).

Tactici și tehnici pentru producerea conținutului fals sau înșelător astfel încât să pară credibil:

- **Transmiterea informațiilor false sub pretextul satirei sau parodiei:** conținutul fals sau înșelător este etichetat deseori drept satiră pentru a scăpa de verificare, sau se pierde contextul său inițial;
- **Folosirea click-baitului:** presupune o falsă așteptare cu privire la conținutul unui mesaj prin formularea titlului sau printr-o imagine cu scopul de a ne determina să dăm click;
- **Crearea unui cont fals, furtul de identitate:** numele sau logoul unei persoane sau ale unei instituții cunoscute sunt folosite împreună cu conținut fals, pentru a crea iluzia credibilității;
- **Trunchierea și scoaterea din context sau schimbarea contextului original al unei informații;**
- **Modificarea sau manipularea conținutului adevărat:** conținut adevărat alterat într-un anumit fel pentru a părea altfel decât s-a întâmplat în realitate;
- **Crearea de la zero a conținutului fals: conținutul fabricat sută la sută,** teorii ale conspirației, știri fabricate, **deepfake-uri** (conținut media creat cu ajutorul inteligenței artificiale, care folosește trăsăturile, vocea și mișcările sau gesturile unei persoane pentru a o face să pară că spune sau face ceva ce nu s-a întâmplat de fapt) și **AI slop** (conținut de slabă calitate, generat cu inteligența artificială în volum foarte mare, care poluează spațiul informațional; are scopul de a atrage vizualizări, pentru profit).

*https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0790O

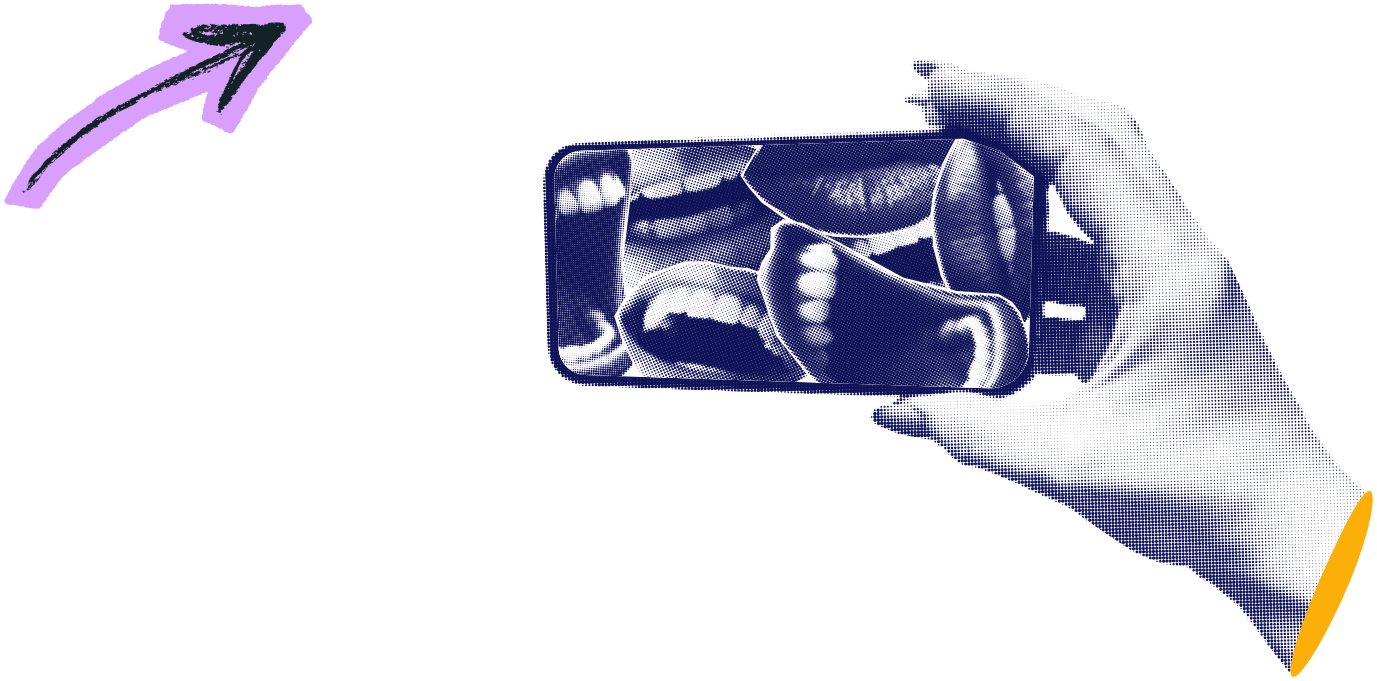
**https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/223635#id_artA2928_ttl

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)

M5. Informațiile false și înșelătoare

Felul în care circulă informațiile false a devenit tot mai complex de-a lungul timpului, odată cu dezvoltarea tehnologiei. Sursele care distribuie informații false intenționat folosesc mecanisme diverse pentru a ajunge la cât mai mulți oameni pentru a legitimiza narațiunile false, astfel încât acestea să fie cât mai greu de combătut.

Procesul prin care informațiile false sau înșelătoare sunt „strecurate" în spațiul media mainstream se numește „spălarea informației" (information laundering). **Spălarea informației** este o strategie prin care informațiile false și înșelătoare sunt trecute prin mai multe etape și surse pentru le crește gradul de credibilitate, deseori prin comportament inautentic coordonat. În acest proces, sursele de dezinformare **folosesc și manipulează atât elementele de construcție ale unui mesaj, cât și mecanismele de personalizare a experienței online, de la algoritmii de recomandare la AI.**



Resursă realizată în cadrul Programului de Educație Media demarat de CJI în parteneriat cu Romanian-American Foundation și susținut prin proiectul BROD* și prin proiectul „Digital literacy transformation for Romanian Youth", proiect finanțat de Fondation Botnar, coordonat de CJI și implementat în parteneriat cu Ashoka România, E-Civis, EDUMI, Funky Citizens și Grupul PONT.

***Proiectul BROD (Bulgarian-Romanian Observatory of Digital Media) este finanțat prin Programul Europa Digitală al Uniunii Europene, sub contractul nr. 101226153.**

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)