REPERCUSIUNILE PROPAGANDEI ASUPRA UE ÎN CONDIŢIILE RĂZBOIULUI HIBRID: IMPLICAŢII PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Gabriela REVENCO

CZU:32.019.5:659.4:070.16 gabrielarevenco20@gmail.com

La propagande, perçue comme une forme de manipulation des masses, constitue une menace pour la démocratie au sein de l'UE. La Moldavie est également confrontée à ce problème, notamment dans le cadre de ses efforts d'intégration européenne. Pour contrer ces phénomènes, tant l'UE que la Moldavie doivent investir dans la résilience informationnelle en soutenant les médias, en promouvant l'éducation aux médias et en lançant d'autres initiatives visant à aider le public à discerner la vérité du mensonge.

Propaganda în contextul războiului hibrid este un domeniu intens studiat, având în vedere impactul său profund asupra securității naționale și a ordinii globale. Conform literaturii de specialitate, prima definiție oferită propagandei îi aparține lui *H.D Lasswell*. Acesta definește propaganda ca fiind „*managementul de opinii și atitudini de către elite pentru a controla și manipula masele*”[1, p.156]. Deși prima definiție a fost lansată de *Lasswell*, studiul științific al propagandei a fost inițiat de *Edward Bernays* în 1928, odată cu publicarea lucrării sale, „*Propaganda*”. *L. John Martin* a analizat 26 de definiții ale propagandei și a conchis că „*propaganda este arta de a influența, manipula, controla, promova, schimba, determina sau asigura acceptarea opiniilor, atitudinilor, acțiunilor sau comportamentului*”[2, p.10]. Prin recunoașterea consensului între definiții, Martin evidențiază că propaganda reprezintă un instrument de putere care transcende contextele culturale și politice, fiind esențială în structurile de guvernare și în dinamica puterii la nivel global.

În 2006, *Victoria O’Donnell și Garth Jowett* au clasificat propaganda în funcție de sursa informației în trei categorii principale [3, p. 17-20]:

1. *Propaganda albă* provine dintr-o sursă clar identificată și transmite informații corecte, dar este prezentată într-un mod tendențios.
2. *Propaganda neagră* este caracterizată prin sursa și conținutul său falsificat. Acest tip de propagandă, bazându-se pe informații complet false adesea atribuite surselor fictive, este cunoscută și sub numele de dezinformare sau mare minciună.
3. *Propaganda gri* - sursa poate sau nu poate fi corect identificată, iar veridicitatea informațiilor este incertă, creând o imagine care pare precisă, dar care este dificil de verificat.

Parlamentul European vede dezinformarea ca o „*presiune sistematică în creștere*”[4] asupra societăților europene și a stabilității lor electorale. Totodată, Co-

misia Europeană menționează că dezinformarea afectează societatea europeană prin: eroziunea încrederii în instituții și media; punerea în pericol a alegerilor; îngreunarea capacității cetățenilor de a lua decizii, împiedicarea libertății de exprimare. Potrivit datelor, 83% dintre persoane consideră că dezinformarea reprezintă o amenințare pentru democrație [5].

În perioada martie-aprilie 2019, în timpul campaniei pentru alegerile prezidențiale din Slovacia, mass-media prorusă a exploatat intens evenimentul pentru a propaga o imagine negativă despre UE. Blocul comunitar a fost prezentat ca o entitate ostilă, care impune Slovaciei politici dăunătoare și distorsionează valorile tradiționale. Candidații care susțineau importanța apartenenței Slovaciei la UE au fost portretizați ca fiind „*pioni ai Bruxelles-ului*"[6, p.11]. Putem constata ca la fel ca și alte țări europene, Moldova este supusă acelorași amenințări hibride. Din 2022, până în prezent Ilan Șor a sponsorizat 1100 de reclame prin intermediul a 196 de pagini anonime pe Facebook, cheltuind aproximativ 378 700 de euro. Mesajele promovate îndemnau la proteste împotriva parcursului european, dar și a guvernării pro-europene [7, p.1]. O altă similitudine între campaniile de dezinformare din Slovacia și Moldova constă în narativele pe care le utilizează, dacă în Slovacia politicienii proeuropeni sunt catalogați „*pionii Bruxeless-ului*", în Republica Moldova, guvernarea proeuropeană este etichetată „*marioneta UE*".

Propaganda și dezinformarea afectează și procesul de extindere al UE. În 2022, Societatea Internațională pentru Alegeri și Democrație a identificat o extensivă campanie de dezinformare anti-UE în Georgia. Mesajele principale propagate afirmau că „*integrarea în UE va afecta instituția familiei și va promova identitățile sexuale și de gen*"[8]. Subiectul valorile tradiționale și a comunității LGBTQI+ este exploatat de propagandă și în Republica Moldova. O monitorizare a dezinformării de gen în perioada 5 octombrie - 5 noiembrie [9] a demonstrat că tematica LGBTQI+ a fost proeminentă în discursurile electorale ale unor politicieni care au portretizat acest subiect ca un risc pentru societatea moldovenească. În mesajele lor, autorii acestor manipulări au subliniat că valorile europene, în special cele legate de LGBTQI+, nu sunt dorite de moldoveni. Scopul acestor mesaje a fost să genereze repulsie și reticență față de UE în rândul electoratului, adept al valorilor tradiționale.

Încă din 2015, conștientă de impactul propagandei, Comisia Europeană a preluat inițiativa în elaborarea unor răspunsuri la nivelul UE care cuprind atât căi legislative, cât și non-legislative. Acțiunile UE împotriva propagandei poate fi împărțite în trei etape principale: identificarea, eliminarea și contracararea. În acest scop, UE a insistat să acționeze ca un forum de coordonare între statele membre, promovând partajarea informațiilor și schimbul de cele mai bune practici.

Istoricul cooperării dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană în domeniul combaterii propagandei și dezinformării își are rădăcinile în contextul mai larg al relațiilor dintre cele două entități, care au evoluat semnificativ în ultimele decenii, mai ales în contextul eforturilor de integrare europeană ale Moldovei. Principalele rezultate ale cooperării dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană în domeniul

combaterii propagandei și dezinformării s-au manifestat prin mai multe realizări semnificative care au modelat peisajul mediatic și capacitatea instituțională a țării:

1. *consolidarea capacităților instituționale*. Moldova primind suport considerabil pentru a-și întări agențiile și instituțiile guvernamentale în lupta împotriva dezinformării.
2. *formarea și educația profesioniștilor din mass-media și a publicului larg*.
3. *colaborarea și schimbul de bune practici între Moldova și statele membre ale UE*.

Pentru a combate eficient dezinformarea în contextul războiului hibrid și pentru a proteja integritatea proceselor democratice, Uniunea Europeană trebuie să adopte o serie de măsuri strategice precum: consolidarea reglementărilor pentru platformele online, sprijinirea jurnalismului independent, promovarea educației media în rândul tinerilor și intensificarea cooperării transnaționale pentru detectarea și contracararea campaniilor de dezinformare. Implementarea acestor recomandări va asigura o mai bună protecție a spațiului informațional și va întări reziliența societăților europene împotriva influențelor informaționale maligne externe.

Pentru Republica Moldova rămân recurente recomandările de a adopta legi care să oblige toate mijloacele de informare să divulge informațiile despre proprietarii acestora; de a promova și extinde inițiativele de educație mediatică; integrarea educației media în sistemul educațional pentru a cultiva gândirea critică și alinierea la Actul privind Serviciile Digitale al UE pentru a preveni abuzul de reclame sponsorizate în mediul online.

Referințe:

1. LASSWELL, H. Propaganda Technique in the World War. Martino Fine Books. 2023. 244 p.
2. MARTIN, J. Definition of propaganda in “International Propaganda: Its Legal and Diplomatic Control”. University of Minnesota Press, 1958. 292 p.
3. JOWETT G.S., O’DONNELL V. Propaganda and Persuasion. London: Sage, 1992. 395 p.
4. European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties, P8_TA(2016)0441. 2016. https://t.ly/-6own (vizitat 14.12.2023).
5. A strengthened EU Code of Practice on Disinformation. A growing threat to European democracies. European Commission. https://t.ly/1O1fv (vizitat 10.03.2024).
6. COLLIVER, Ch. Click Here for Outrage: Disinformation in the European Parliamentary Elections 2019. Institute for Strategic Dialogue, London. 2019. 32 p.
7. Analiză WatchDog.MD. Șor și Platon, principalii finanțatori ai campaniilor de dezinformare pe Facebook. https://t.ly/3hczv (vizitat 03.06.2024).
8. A Russian Informational Operation In Georgia Against The European Union. International Society for Fair Elections and Democracy, 2023. https://t.ly/litqB (vizitat 18.02.2024).
9. REVENCO, G. Raport de monitorizare a dezinformării și manipulării de gen. 2024. 9 p. https://t.ly/S1Uwx (vizitat 05.01.2024).

Coordonator științific
***Tatiana BUSUNCIAN**, dr., conf. univ.*