

PROPAGANDA ÎN DISCURSUL POLITIC EXTERN AL STATULUI: REPERE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Veronica ROTARU

Universitatea de Stat din Moldova
veronica.rotaru@usm.md
ORCID ID: 0000-0002-2617-5066

Diana DEMENTIEV

Universitatea de Stat din Moldova
dianaseptembrie@gmail.com
ORCID ID: 0009-0003-5926-0106

CZU: 327:32.019.5:659.4(478)

Abstract: *This article researches the influence of propaganda in foreign policy approach of the state and evaluates in particular the Republic of Moldova. The importance of this problem studying was caused by the major role of propagandistic tools on the international arena at the moment. The propaganda phenomenon now uses soft ways to influence states via their foreign policy approach. The contemporary political world that counts on boosting its influence and performing national interest, sees an opportunity in developing and applying the propagandistic mechanisms that guarantee a firm position in the international system. In the case of the Republic of Moldova, the present reality shows that the population live in misinformation and aren't interested in searching for the truth by following a lot of channels with fake news. Consequently, is tried to research the theoretical dimension of propaganda, to establish its tools on influencing the state's actions in foreign policy and to evaluate the impact of the propagandistic actions of other states on the Republic of Moldova.*

Cuvinte cheie: *propagandă, discurs extern, persuasiune, manipulare, influență*

Introducere

La momentul actual, ne confruntăm cu un proces de formare a unei noi ordini mondiale care este însoțit de o creștere a nivelului amenințărilor transfrontaliere la adresa securității statelor suverane și a întregii comunități mondiale, devenind atât de puternice, încât creează un pericol real pentru civilizația contemporană. În ultimile decenii, se dezvoltă într-un ritm accelerat amenințările și provocările legate de securitatea informațională, fiind cel mai important element al securității statelor și factor inalienabil în formarea sistemului de relații internaționale contemporane.

Nivelul contemporan al dezvoltării tehnologiilor informaționale a contribuit la ștergerea granițelor dintre state în spațiul comunicațional, creând niște oportunități fără precedent de influențare a unui public foarte larg prin diverse mijloace și metode informaționale. În condițiile formării unui spațiu

informațional global, comunitatea mondială a început să folosească pe larg informația ca instrument pentru atingerea scopurilor în diverse sfere, inclusiv în cea politică. Un rol major, în acest context, este atribuit propagandei, fenomen ce ține de modalitățile soft de influențare a actorilor statali și non-statali. Sistemul politic internațional contemporan este foarte complex, statele urmărind, în principal, sporirea influenței și realizarea intereselor sale naționale, iar propaganda a devenit un mecanism important care le asigură o poziție fermă și strategică în discursul politic extern.

Conținut

Dimensiunea teoretică a propagandei. Existența fenomenului de *propagandă* se atestă încă din cele mai vechi timpuri, iar originile acesteia sunt anterioare politicii, fiind pus în circulație de către *pontiful romano-catolic Grigore al XV-lea* care, în timpul *Reformei protestante din anul 1622*, a înființat *Sfânta Congregație pentru Propagarea Credinței*, având drept obiectiv răspândirea religiei romano-catolice în întreaga lume [1, p.256]. Este necesar de menționat faptul că, o organizație similară, sub denumirea de "*Comisia Cardinalilor*", a fost creată în 1582, de către *Papa Grigore al XIII-lea* [1, p.256]. Aceste instituții se diferențiau prin modul de abordare, utilizat pentru convertirea populației: astfel, *Comisia Cardinalilor* a folosit armele pentru a impune cu forța romano-catolicismul, iar *Sfânta Congregație* a mers pe abordarea soft în misiunea sa, utilizând arme spirituale. Crearea acestor organisme reprezintă niște momente destul de semnificative în istoria propagandei, marcând apariția unor instituții oficiale cu scop propagandistic.

Dezvoltarea pe scară largă a propagandei a debutat la *începutul sec. XX*, odată cu declanșarea *Primului Război Mondial*. Conștientizându-se potențialul acesteia, propaganda a intrat oficial și instituțional pe scena confruntărilor politico-militare, fiind profund explorată ca mijloc principal de control al opiniei publice.

De-a lungul timpului, eufemismele, atribuite *termenului de propagandă*, au dat naștere multor *definiții*. Unul dintre primii care a oferit o definiție propagandei, a fost *H. Lasswell*, fiind interpretată de către autor drept managementul atitudinilor colective prin manipularea simbolurilor semnificative [2, p.18], avându-se în vedere faptul că propaganda face referire la acțiunile efectuate în mod deliberat prin manipulări psihologice, cu scopul de a influența opiniile altor persoane.

E. Bernays a subliniat că manipularea științifică a publicului este un act necesar pentru a evita haosul și conflictul în societate, atenționând faptul că, anume guvernul statului este cel care manipulează și utilizează mecanismele propagandei [3, p.17]. Ideile autorului cu referire la sustenabilitatea propagandei ca instrument modern, cu ajutorul căruia se poate lupta pentru scopuri productive și instaura ordinea, sunt încă valabile și actuale astăzi, dar este necesar să conștientizăm faptul că propaganda, ca instrument de orientare

strategică a informațiilor publice, are și conotație negativă, deoarece utilizează tehnici de mobilizare a maselor prin cenzură, fabricare a imaginii dușmanului, dezinformare și alte tipuri de manipulare pentru a masca scopul informațiilor.

C. Hentea a determinat propaganda drept o acțiune de comunicare persuasivă planificată, susținută de un sponsor, având drept scop influențarea și modificarea atitudinilor și comportamentelor unei audiențe țintă, selectată pentru satisfacerea unor interese politice, folosind informații și argumente false, parțial adevărate, denaturate și exclusive, alături de cele adevărate și însoțite de diverse forme de constrângere și cenzură [4, p.13]. Într-adevăr, definiția autorului este una foarte complexă și conține cele mai importante elemente, precum comunicare persuasivă, informații false, sau cele constituite din o parte de adevăr, exprimând raționamentul funcționării propagandei: pentru a genera efectele necesare, a manipula cu mințile oamenilor și a obține controlul asupra anumitor procese, mesajele trebuie transmise repetat, prin prisma unui anumit punct de vedere.

E. Hlihor a specificat că propaganda are un caracter dual, deoarece, pe de o parte, reprezintă un proces concret, fiind rezultatul unor interacțiuni umane într-o anumită perioadă de timp și într-un spațiu delimitat, specific conjuncturii de manipulare, iar, pe de altă parte, constituie o realitate, bazată pe comunicare și persuasiune [5, p.52]. După cum observăm, elementul de persuasiune este cel mai adesea invocat pentru a descrie propaganda.

O. Kenneth a prezentat propaganda drept o manipulare subconștientă a simbolurilor psihologice pentru îndeplinirea obiectivelor secrete [6], care se concentrează asupra diseminării planificate a știrilor și mesajelor, menite să influențeze credințele, gândurile și acțiunile unor grupuri. Totodată, autorul a introdus în uz științific sintagma "*utilizarea inteligentă a propagandei*" [6], care semnifică că statele, în dependență de potențialul de care dispun, aplică propaganda corect/ util sau incorect/ manipulator.

R. Marlin a precizat faptul că propaganda e mai mult un instrument sesizabil extern, orientat spre a afecta mersul relațiilor dintre actori la nivel internațional [7]. Astfel, reieșind din cele expuse de acest autor, propaganda reprezintă o încercare de comunicare organizată și de manifestare a acțiunilor puterii asupra publicului larg în modalități care ocolesc judecata, raționamentul și reflexia individului. De fapt, cercetătorul a fost printre primii care a susținut că propaganda conține elemente mai degrabă de marketing, decât de influență, orientate spre promovarea imaginii statului la nivel internațional.

J. Brennan a analizat propaganda atât din perspectiva pozitivă, cât și negativă, determinând-o drept angajarea unui ideal politic împotriva lui însuși [8]. În opinia autorului, în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, în SUA, propaganda a fost folosită pentru orientarea trupelor și motivarea populației civile, făcându-se apel la nivelul psiho-emoțional al societății, iar în Germania nazistă, propaganda a luat o amploare deosebită, prin cenzurarea întregului sistemul de transmitere a informațiilor, având drept scop întărirea puterii

hitleriste și suprimarea oricăror puncte de vedere care ar fi venit în contradicție cu aceasta.

Din cele expuse, deducem că *propaganda* reprezintă un fenomen de durată, prezent la nivel internațional în forme și tipuri sofisticate, eufemistice și subtile, generate de capacitățile tehnologice ale erei informaționale, iar efectul asupra societăților, este unul din ce în ce mai distrugător și nociv.

Regulile, principiile și tipurile propagandei. Propaganda a evoluat ca un aspect integru al dezvoltării politice a statelor, influențând discursul politic al actorilor internaționali, în special, odată cu avansarea globalizării în care a demarat procesul de intercalare a culturilor. Astfel, propaganda s-a regăsit rapid printre mijloacele de influențare a societăților străine, constituind o modalitate de a acapara rapid atenția publicului larg. În esență, propaganda se referă la orice acțiune care încearcă să influențeze emoțiile, atitudinile și comportamentul unui grup, pentru a aduce beneficii inițiatorului. Propaganda, ca proces, și-a constituit propriul instrumentar și canale de acțiune, având drept scop schimbarea sau consolidarea opiniilor existente.

În continuare, vom contura câteva *reguli* [5, p.55], pe care se fundamentează *propaganda*:

- *regula orchestrării* presupune adaptarea subiectului propagandei la diferite categorii de public;
- *regula inamicului unic și a simplificării* exprimă răspândirea pe scară largă a mesajului, inclusiv prin simplificarea simbolurilor utilizate;
- *regula deformării și caricaturizării* semnifică extragerea informației din context prin evidențierea masivă doar a informațiilor convenabile;
- *regula transferului* presupune scoaterea în evidență a specificului cultural, a nivelului educației și a informației deja cunoscută de populație;
- *regula unanimității și a contagiunii* semnifică consolidarea și pregătirea unui anumit grup care va insufla mai ușor ideile la restul grupului.

Majoritatea teoriilor prezintă propaganda ca fiind o formă a comunicării persuasive, condusă de scopuri și interese obiective sau subiective, reducându-se adesea la o activitate de manipulare a conștiinței. Din acest punct de vedere, s-au conturat *principiile propagandei* [9, p.272], după cum urmează:

- *simplificarea* – formularea afirmațiilor clare, exprimate în sloganuri scurte, repetate continuu;
- *identificarea* – clasificarea personalităților și a evenimentelor în categorii specifice;
- *dramatizarea* – descrierea minuțioasă a reacției adversarilor, clasificând-o adesea ca dușmănoasă sau ca provocare criminală;
- *dezinformarea* – negarea existenței unei informații contrarii celor pozitive pentru inițiator;
- *dezorientarea* – implicarea sistemelor de referință pentru manipularea informațiilor, creând senzația de judecată independentă a maselor.

Analizând aceste principii, deducem faptul că propaganda nu neapărat este constituită din neadevăruri. De fapt, aceasta operează cu mai multe feluri de adevăr, precum adevăruri prea simple, adevăruri spuse pe jumătate sau adevăruri extrase din context și ajustate scopului urmărit de inițiator. Minciuna, ca parte a acțiunilor propagandistice, a fost introdusă de persoanele implicate în activitățile de propagandă, care aveau drept scop denaturarea viziunilor sau informațiilor necesare.

O primă clasificare presupune delimitarea propagandei în *albă*, *gri* și *neagră* [10, p.63], în corespundere cu *criteriul de recunoaștere a implicării sale în activitatea de propagandă* de către persoana care inițiază o astfel de acțiune.

Propaganda este calificată ca *albă* în cazul în care sponsorul recunoaște existența propagandei și se poate identifica sursa adevărată. Informațiile oferite sunt corecte, dar nu neapărat verificabile, deoarece orice suspecție de falsitate, duce la subminarea credibilității sursei din care provin acestea. În cele mai dese cazuri, se utilizează pentru a convinge opinia publică în superioritatea și eficiența unui regim politic sau a unei ideologii. Propaganda albă se aplică în timpul sărbătorilor naționale, a competițiilor sportive sau a altor evenimente culturale, pentru a întări spiritul naționalist. Un exemplu elocvent, în acest sens, îl reprezintă mesajele difuzate de către postul de radio Europa Liberă în timpul Războiului Rece.

Propaganda este *gri* în cazul în care are loc distribuirea informației prin persoane sau surse terțe, care sunt considerate mai credibile de populație, nedorindu-se afișarea inițiatorului. Totodată, are loc susținerea grupurilor sociale și politice care au tangențe cu ideile inițiatorului, în acest mod, reușindu-se mai bine să-și păstreze identitatea. Se răspândește prin canale neutre, considerate mai credibile de populație, difuzându-se informație, axată pe demascarea surselor îndepărtate de sponsor.

Din 2014, la categoria de propagandă gri se atribuie și *războiul hibrid* [10, p.63], deoarece acesta combină informațiile reale cu cele false, creând o dificultate în depistarea veridicității. Acest termen este considerat o formă de conflict interstatal nedeclarat și neconvențional, desfășurat deschis sau acoperit pe multiple planuri: politic, militar, diplomatic, economic, energetic, financiar, propagandistic, mediatic, cibernetic, subversiv. Războiul hibrid s-ar putea explica printr-o formă nelegiferată de război informațional care combină elemente de politică, diplomatie și relații internaționale, tehnici și metode subversive de comunicare, dezinformare sau intimidare, amenințări de securitate informațională, precum și atacuri cibernetice, compromitere și destabilizare a societății, cu scopul de a modifica atitudinea, deciziile și comportamentul, în conformitate cu interesele puterii agresoare.

Propaganda neagră este mult mai complexă, derivând din cea gri și urmând aceleași principii – de a nu divulga sponsorul. Particularitatea acestui tip rezidă în faptul că se atribuie caracteristici false unor surse sau persoane, îndreptate spre subminarea credibilității, prin utilizarea de documente falsificate,

zvонuri plantate, simboluri vizuale, generând efecte negative la nivel de societate și guvernare. Un exemplu demonstrativ a fost postul de difuzare radio englezesc New England, aflat sub controlul naziștilor, ce difuza știri care afectau moralul soldaților.

O altă clasificare presupune existența *propagandei rapide și lente* conform criteriului *efectului dorit* [6].

Propaganda rapidă presupune implicarea mass-mediei în difuzarea informației prin multiple platforme și cât mai frecvent, pentru a obține o reacție din partea opiniei publice în cel mai scurt timp, utilizându-se atunci când se dorește distragerea atenției de la evenimente importante precum decizii politice, proiecte de lege, declarații etc.

Propaganda lentă, de asemenea, folosește surse media, dar deja o perioadă mai îndelungată, cu scopul cultivării anumitor idei la publicul larg. Se poate face uz de propagandă lentă în cazul promovării unui partid politic aflat în cursă electorală sau a unei persoane concrete care are drept scop adunarea simpatizanților pentru proiecte ulterioare, implicând activități culturale, educaționale, interviuri etc.

La aceste două tipuri ar putea fi atribuită și *propaganda cu foarfeca* [11] sau *propaganda bazată pe cenzură*, orientată spre eliminarea completă a răspândirii opiniilor negative cu referire la informația sponsorului, de asemenea selectarea și promovarea celei pozitive și atractive.

Propagandiștii acordă o atenție deosebită *simbolurilor*, deoarece îmbină componenta vizuală, auditivă și cognitivă, fiind utilizate pentru a reprezenta ceva atât pozitiv, cât și negativ. Atunci când se operează cu simboluri, se acordă o atenție deosebită *elementelor sale componente: locații* (clădiri, străzi, monumente istorice); *culori; personaje* (persoană, animal, erou, artist); *îmbrăcăminte; gesturi; postură a personajului; circumstanțe* (război, paradă, alegeri); *semne vizuale* (insigne, drapeluri, flori, ziare, desene, accesorii), fiind îndreptate spre atragerea atenției, indiferent de reacția provocată. Așadar, implicarea simbolurilor va permite crearea unor anumite asociații cu aceleași efecte pentru diverse grupuri din societate și consolidarea acestora. Datorită simbolurilor, în societate sunt create stereotipuri ce vizează anumite obiecte sau subiecte care vor fi tratate deja prin prisma simbolurilor propagandistice.

Astfel, *propaganda* constituie un ansamblu de practici, mai degrabă manipulative, care îmbrățișează toate aspectele vieții sociale și politice. Odată cu trecerea timpului, propaganda s-a transformat dintr-un simplu instrument al politicii într-un domeniu specializat, căpătând denumirea de *propagandă politică*.

Într-adevăr, propaganda a căpătat o conotație politică pronunțată, având capacitatea de infiltrare insesizabilă în activități de orice gen, cu o precizie, datorită căreia nimeni nu este în stare să o poată desluși. Totodată, putem caracteriza propaganda nu doar ca o acțiune manipulativă, ci și de studiu a realităților, relațiilor dintre societăți, actori și structuri, urmând anumite legități, principii și o pregătire îndelungată. Propaganda nu se concentrează pe adevăr, ci

mai degrabă pe informații de succes, iar datorită iscusinței de abordare și tacticilor diverse, falsurile devin realități. Anume prin implicarea falsurilor, devine posibilă perturbarea opiniei publice și dezbinarea societăților.

Propaganda în discursul politic extern al Federației Ruse în condițiile Republicii Moldova. Propaganda informațională a Federației Ruse a fost prezentă în Republica Moldova pe parcursul întregii perioade de după declararea independenței, fiind percepută, de cele mai multe ori, drept "o putere soft, aproape inocentă a Kremlinului" [12, p.70], realizată în contextul principiilor democratice și a libertății de exprimare. Astfel, a fost ignorat faptul că Federația Rusă dispune în statul nostru de un număr impunător de consângeni, o parte dintre care și-au luat și cetățenia rusească, că practic toată populația băștinașă cunoaște limba rusă, că numeroasele crize care afectează Republica Moldova, alimentează nostalgia pentru trecutul "la limită", dar, totuși, "asigurat" [13, p.225]. Anume din acea perioadă, au început deja acțiuni de dezbinare a populației în grupări care, pe de o parte, pledau pentru unificarea Republicii Moldova cu România, pe baza factorului identitar și, pe de altă parte, în grupări secesioniste care manifestau nostalgie pentru trecutul comun cu Federația Rusă. Toate aceste acțiuni, precum și sprijinul indirect din exterior, au dus la fragmentarea integrității teritoriale a Republicii Moldova și formarea UTA Găgăuzia și RMN, servind drept canale de răspândire a informațiilor propagandistice din partea Federației Ruse.

Propaganda a început să fie percepută ca un pericol abia atunci, când a avut loc anexarea Crimeei de către Federația Rusă. Drept urmare, Kremlinul a inițiat o campanie de propagandă agresivă cu scopul de a insufla lumii opinia că Ucraina este responsabilă pentru evenimentele întâmplate.

Metodele, utilizate de propaganda rusă, nu sunt nici noi, nici originale, fiind preluate de către ideologii de la Kremlin din 1930 și adaptate în conformitate cu tehnologiile mass-media moderne. Începând cu *al doilea deceniu al sec. XXI*, propagandiștii din Federația Rusă, au conștientizat faptul că puterea hard și politica de influență, în țările post-sovietice, este foarte costisitoare și din ce în ce mai ineficientă [12, p.71]. Din aceste considerente, propaganda rusă s-a reorientat la *politica soft power*, termen inclus în "*Concepția politicii externe a Federației Ruse*" și corelat cu războiul informațional, diplomația publică și promovarea imaginii pe arena internațională [14, p.139], focusându-se pe cultură, limbă și istorie și utilizând un arsenal întreg de mijloace de informare în masă. *Soft power* se realizează prin diverse "mişcări politice loiale, special create", ONG-uri, "schimburi culturale", "expresii de opinii" (de fapt, dezinformare), cultivare a conceptului de patriotism și autoidentificare socială prin utilizarea factorului religios [14, p.139].

Propaganda rusă, în ultimii ani, prin intermediul canalelor sale media, a campaniilor de dezinformare și a sprijinului constant al forțelor politice și autoritare antioccidentale și antieuropene din diferite state, a dus la destabilizarea puterii, divizarea societății și tensiuni în multe țări ale UE și

Parteneriatului Estic [12, p.71]. Criza, provocată de propagandă rusă, a atins un nivel alarmant în ultimii ani, alimentând, în mod constant, spațiul public european cu mesaje de dezinformare, îndreptate spre destabilizarea situației atât în statele membre ale UE, cât și în țările post-sovietice. *Obiectivul principal urmărit al propagandei ruse rezidă în manipularea realității, destabilizarea statelor, stimularea neîncrederii în procesul democratic și influența asupra proceselor electorale.*

Așadar, spațiul informațional al Republicii Moldova, este expus, în mod alarmant, activităților de dezinformare externe și interne. Intensificarea acestor activități are loc, în special, în timpul evenimentelor de interes național cu scopul de a influența deciziile politice ale cetățenilor, dar și de a intoxica spațiul informațional în vederea generării unor nemulțumiri sociale.

L. Barbă este de părerea că, printre forțele de acțiune ale Federației Ruse în țara noastră, sunt: numărul mare de posturi TV și radio rusești; presa rusă cu aplicații locale (Komsomoliskaia Pravda, Trud, Argumenti i Facti etc); presa de limbă rusă în Moldova, sprijinită din diverse fonduri ale Federației Ruse; experții locali sau invitați; forțele politice proruse, la fel sprijinite financiar de Moscova; trollii (un nou instrument, inventat de structurile rusești, abilitat și responsabil de propagandă) [13, p.225].

Cercetătorii delimitează *două arii mari de aplicare a dezinformării și propagandei* [15, p.14], fiind puternic întrepătrunse și influențându-se reciproc:

1) Surse din exterior, care au drept scop influențarea preferințelor geopolitice ale moldovenilor, prin intermediul exportării unui conținut propagandistic, predestinat publicului larg din țara noastră, de către presa controlată de Kremlin și actori afiliați acestuia din interiorul Republicii Moldova.

Dacă propaganda rusă, în interior, urmărește sustragerea atenției cetățenilor proprii de la problemele interne, apoi pentru rușii, sau pentru vorbitorii de limbă rusă, din afară, propaganda este predestinată să-i convingă de faptul că sunt nedreptățiți și umiliți, că drepturile lor civile și umane nu sunt respectate, fiind, în opinia unor cercetători, un prim pas în strategia de pregătire a unificării "lumii ruse" [13, p.225].

Din perspectiva dimensiunii externe, Republica Moldova este o țintă constantă a activităților de dezinformare [15, p.7]. Mijloacele de comunicare și programele de divertisment rusești, redifuzate în Republica Moldova, sunt mai populare decât posturile locale de TV. Având o prezență informațională puternică în Republica Moldova, Federația Rusă a reușit să manipuleze în mod sistematic opinia publică și să diminueze coeziunea socială în țară. În mod tradițional, Federația Rusă promovează diverse narațiuni manipulative, legate de trecutul sovietic, implicat ideea că Republica Moldova aparține așa-zisei lumi rusești, "*Russkii mir*" [15, p.7]. Începând cu anul 2014, în special, când a fost încheiat Acordul de asociere cu UE, Rusia a promovat narațiuni îndreptate împotriva aspirațiilor europene ale Republicii Moldova.

2) *Surse din interior*, care se ocupă nemijlocit cu subminarea statului nostru. În acest sens, propaganda rusă operează cu mesaje care urmăresc subminarea statului de drept, a sectorului de securitate, a rezilienței și a potențialului economic al Republicii Moldova, având drept scop nepermiterea avansării integrării statului în comunitatea occidentală și europeană.

Totodată, în Republica Moldova, există anumite narative care pot fi considerate "*originale*" [15, p.16], adică produse special pentru a fi propagate aici, de *exemplu*, problema transnistreană, promovându-se ideea legitimității prezenței militare ruse pe Nistru (contrar angajamentelor internaționale), ca garant al păcii și stabilității.

De asemenea, pentru menținerea influenței economice a Federației Ruse, sunt create mesaje propagandistice care încearcă să convingă populația că Republica Moldova trebuie să facă cedări unilaterale și să țină cont de interesele Rusiei în decizii de politică internă și externă, în caz contrar, rămânând fără acces la resurse energetice și piața de desfacere rusă [15, p.16], criza gazului din toamna anului 2021, fiind cea mai recentă dovadă a funcționării instrumentului mediatic de manipulare și presiune al Federației Ruse.

În *noiembrie 2021*, a fost efectuat un *studiu de caz* cu referire la "*Conținuturi cu elemente de propagandă în favoarea Rusiei, retransmise masiv de 3 posturi TV din Republica Moldova*" [16], fiind realizat de *Centrul pentru Jurnalism Independent*. Astfel, urmărind scopul de a cataloga și descrie tendințele propagandistice actuale și efectele acestora asupra opiniei publice, a fost evaluat fluxul informațional politic, economic, militar, cultural, retransmis din Federația Rusă la următoarele posturi TV: *Primul în Moldova, NTV Moldova și RTR Moldova*, furnizori de servicii media audiovizuale ce au înregistrat audiențe importante în Republica Moldova, retransmițând masiv conținut cu tematici din Federația Rusă.

Specialiștii au constatat că *strategiile*, utilizate în cazul Republicii Moldova, nu se deosebesc prea mult de cele sesizate din acțiunile propagandistice hibride, utilizate în cazul conflictului din Ucraina, evidențiindu-se următoarele *trăsături* [16]:

- *abordarea repetitivă a aceluiași teme* (cu referire la situația din regiunea Donbas; procesul de înarmare a Federației Ruse; SUA, care susțin necontrolat Ucraina în conflictul cu Rusia și înaintează militar în Marea Neagră, apropiindu-se periculos și ilegal de frontierele Federației Ruse etc.);
- *etichetarea* (pozitivă în raport cu autoritățile ruse, negativă în raport cu SUA, Ucraina sau Occidentul);
- *transferul de imagine* (pozitivă în cazul Rusiei, negativă în raport cu SUA, Europa, Ucraina și persoanele/ evenimentele aferente acestora);
- *apelarea la cetățeni* pentru a susține mesajele transmise, în special, în cazul tematicilor sociale;
- *selectarea părtinitoare a argumentelor și a faptelor*, în susținerea mesajelor transmise și în defavoarea pluralismului ideilor și opiniilor;

- *utilizarea imaginii dușmanului*, întruchipată masiv de SUA, autoritățile ucrainene și/ sau Europa;
- *utilizarea prejudecăților și stereotipurilor*, pentru a susține un punct de vedere și a discredita altele opuse;
- *recurgerea la discursul instigator la ură, dramatizare și intrigă*, pentru a atrage publicul de partea unei poziții;
- *utilizarea unui model pozitiv* (persoană și/ sau țară), prezentat ca sursă unică a adevărului, deținătoare a unor calități/ caracteristici deosebite (masiv raportată la Vladimir Putin).

Analizând aceste trasături, în corelație cu buletinele de știri, ne convingem că conținuturile propagandistice, transmise din Federația Rusă, prezintă riscuri majore în manipularea opiniei publice din țară. Astfel, odată cu consumul constant al acestor conținuturi, cetățenii își formează o opinie și o viziune eronată, construită din semi adevăruri și falsuri tot mai greu de gestionat, fiind destul de complicat de a-i convinge să recunoască adevărul, chiar dacă este prezentat complet.

Valurile de dezinformare, cu mare impact asupra populației Republicii Moldova, au avut loc în 2022. În acest context, pe parcursul a două luni după izbucnirea războiului din Ucraina, *Asociația Promo-LEX* a analizat presa online, televiziunea, rețelele de socializare și declarațiile publice ale actorilor politici și liderilor de opinie, constatările făcute, fiind îngrijorătoare. Potrivit *raportului* asociației *”Discursul de ură și incitarea la discriminare”*, cea mai frecventă temă, întâlnită în retorica discursului de ură, a fost legată de *naționalitate*, în special, împotriva grupului reprezentat de ucraineni, inclusiv politicieni ucraineni, militari ucraineni, refugiați de diferite etnii. Principalele platforme de răspândire a discursului instigator la ură și a dezinformării, îndreptate împotriva refugiaților ucraineni, în perioada monitorizată, au fost *Telegram* și *TikTok* [17].

Conform *sondajului* din februarie 2023, realizat de *CBS Research*, care *vizează impactul dezinformării și propagandei asupra opiniei publice din Republica Moldova*, doar 40% dintre respondenți consideră că, ceea ce se întâmplă în prezent în Ucraina, este o invazie nejustificată în care nimeni nu a provocat Federația Rusă. Autorii sondajului au remarcat impactul foarte înalt al propagandei Kremlinului pe subiecte care vizează securitatea, agresiunea rusă din Ucraina, relațiile internaționale și subiectele energetice. De asemenea, prezintă îngrijorare tendințele răspunsurilor privind cauzele războiului și atitudinile față de țara victimă a agresiunii [18].

Așadar, propaganda a fost, este și va fi prezentă, în special, în domeniul politic, sesizarea acesteia devenind tot mai complicată. Fie că este folosită pe intern, fie pe extern, propaganda are efecte distructive atât asupra publicului larg, cât și asupra instituțiilor statului. Fluxul incontrollabil de informații poate cauza prejudicii imaginii țării în ansamblu, de asemenea, poate crea diverse stereotipuri, adeseori, nu prea pozitive. Republica Moldova fiind în permanență ținta acțiunilor propagandistice din partea Federației Ruse, se confruntă cu crize economice și

politice, care au generat dezbinarea societății, în pofida eforturilor depuse de guvernare.

Măsurile de contracarare a propagandei de către subiecții relațiilor internaționale. Propaganda abordează practic toate aspectele vieții sociale, vizând problemele în toată complexitatea sa și utilizând toate căile posibile pentru a modifica percepțiile existente ale opiniei publice. Cu trecerea timpului, propaganda a avansat într-o multitudine de forme, căpătând o frontieră extinsă de sensuri și delimitări. Astfel, a apărut, mai ales după *evenimentele din 2014*, când Federația Rusă a anexat Crimeea și a demarat o operațiune de salvare și apărare a minorității ruse din regiunile Donbas și Lugansk, o necesitate stringentă de stabilire a unor mecanisme naționale și internaționale de către subiecții relațiilor internaționale care să combată acțiunile propagandistice.

În 2017, ONU, OSCE, OAS și ACHPR, au semnat o *Declarație Comună privind libertatea de exprimare, știrile false, dezinformarea și propaganda* [19], în textul căreia se recomandă adoptarea, promovarea și respectarea unor principii privind contracararea dezinformării și propagandei.

De asemenea, UE a inițiat un set de măsuri pentru combaterea propagandei. Astfel, în 2015, *Consiliul European* a înființat grupul de lucru *EAST STRATCOM* [20] care, printre altele, este chemat să dezvolte produsele de comunicare, menite să explice valorile, politicile și interesele UE în țările membre ale Parteneriatului Estic și să raporteze tendințele de dezinformare, precum și impactul propagandei Federației Ruse în spațiul informațional estic.

În 2016, reieșind din faptul constatării că propaganda ostilă împotriva UE îmbracă numeroase forme și se folosește de diverse instrumente care sunt adesea adaptate pentru a se potrivi profilurilor statelor membre ale UE, cu scopul de a denatura adevărul, de a diviza statele membre, de a promova decuplarea strategică dintre UE și partenerii săi, de a discredita instituțiile UE și parteneriatele transatlantice, care au un rol recunoscut în arhitectura europeană și de a submina discursul european, bazat pe valori democratice, drepturile omului și statul de drept, *Parlamentul European* a adoptat *Rezoluția referitoare la comunicarea strategică a UE pentru a contracara propaganda părților terțe împotriva sa* [21].

În 2018, a fost elaborat *Planul de acțiune împotriva dezinformării* [22], în care se stipulează că dezinformarea constituie un element al războiului hibrid ce implică atacuri cibernetice și control masiv ale rețelelor de socializare. Desigur, dezinformarea ca parte a propagandei constituie o provocare majoră pentru societatea europeană, deoarece subminează încrederea cetățenilor în democrație și instituțiile sale. În acest context, UE și-a propus implementarea unor mecanisme de creștere a rezistenței la dezinformare atât pentru membri Uniunii, cât și pentru partenerii estici, fapt ce ar însemna eforturi de educație media, a jurnalismului, a cercetătorilor și societății civile.

Drept rezultat, în contextul recunoașterii și demascării războiului propagandistic și de dezinformare al Federației Ruse, UE a adoptat sancțiuni

împotriva mijloacelor de dezinformare și de manipulare a informațiilor, utilizate de Kremlin. Astfel, în *martie 2022*, *Consiliul UE*, a decis să suspende distribuția canalelor mass-media, deținute de stat, *Russia Today* și *Sputnik*, în întreaga UE, canale esențiale, cu rol crucial în promovarea și sprijinirea agresiunii Rusiei împotriva Ucrainei și constituind, de asemenea, o amenințare semnificativă și directă la adresa ordinii și securității publice a UE. Ambele canale se înscriu în eforturile coordonate de manipulare a informațiilor, inclusiv de dezinformare, fapt documentat, încă din 2015 [23]. În *decembrie 2022*, *Consiliul UE*, a decis, în cadrul celui de-al *nouălea pachet de sancțiuni impuse împotriva Rusiei*, suspendarea licențelor de difuzare în spațiul UE a patru canale rusești – *NTV/NTV Mir, Rossiia 1, REN TV și Pervâi Kanal*, percepute ca fiind folosite de Moscova în acțiuni ”continue și concertate” de dezinformare și propagandă de război [24].

De asemenea, în *februarie 2023*, *Consiliul UE*, a decis, în cadrul celui de-al *zecelea pachet de sancțiuni în legătură cu războiul de agresiune al Rusiei împotriva Ucrainei*, impunerea sancțiunilor asupra unor organizații precum *Rossyia Segodnya* și asupra unor persoane fizice, inclusiv scriitori, prezentatori și cadre de conducere de nivel înalt din cadrul principalelor canale de televiziune și grupuri mass-media, propagandiști și alte personalități, argumentându-se prin faptul că aceștia poluează spațiul public prin dezinformare, contribuind la războiul militar printr-un război informațional [25].

Securitatea informațională a devenit un punct pe ordinea de zi și a *NATO*, în contextul multiplelor provocări la adresa securității cibernetice. În *2020*, *NATO* a relevat importanța educării publicului în creșterea rezilienței sociale față de atacurile cibernetice și a campaniilor de dezinformare și propagandă, ca parte componentă a luptei organizației cu amenințările hibride.

Așadar, problema propagandei constituie una dintre preocupările principale ale organizațiilor internaționale, deoarece reprezintă numeroase amenințări la adresa societăților democratice, având drept scop manipularea oamenilor și denaturarea opiniei publice. În acest context, organizațiile internaționale dezvoltă diverse strategii, care conțin metode de luptă cu propaganda și planuri de acțiune împotriva dezinformării.

Măsurile de contracarare a propagandei de către Republica Moldova.

În Republica Moldova, dezinformarea este amplă din cauza situației economice dificile, a lipsei deprinderilor de gândire critică, dar și a unui grad tradițional înalt de dependență față de autorități [15, p.9].

Una dintre primele măsuri a fost crearea platformei online *STOP FALS*, în *2015*, care reprezintă un canal de informare privind *fenomenul ”știrilor false”*, demascarea informațiilor false și tendențioase, de instruire și asistență, privind verificarea faptelor și descoperirea tehnicilor de manipulare [26]. Trebuie de menționat faptul că utilizatorii sunt încurajați să semnaleze falsuri în materialele publicate de mass-media autohtonă și cea străină, să răspundă la întrebările sondajelor de opinie, să participe la dezbateri, scopul fiind diminuarea efectelor și

a impactului informației propagandistice și dezvoltarea capacităților cetățenilor de analiză critică a informației recepționate.

Începând cu *24 februarie 2022*, mesajele propagandistice au devenit brusc mult mai complexe și diverse, menite să distragă atenția societății de la situația reală. Republica Moldova, cu teritoriu cel mai apropiat de zona de conflict, cade sub incidența acestui flux masiv de informații false în cel mai drastic mod.

În acest context, statul nostru încearcă să întreprindă anumite acțiuni de contracarare a propagandei și dezinformării, la nivel legislativ. Astfel, în *2017*, *Parlamentul Republicii Moldova* a adoptat legea cu privire la aprobarea *Concepției securității informaționale a Republicii Moldova* [27]. În cadrul acestui document, se regăsește *noțiunea de propagandă* ca gen de activități ce răspândesc sistematic informații, ce pot influența convingerile, atitudinile și comportamentul persoanelor, cu scopul de a susține sau compromite instituții, cauze sau chiar persoane prin manipulare, reflectare selectivă a evenimentelor, subminând interesele naționale ale statului [27]. Totodată, în document se formulează amenințările la adresa securității informaționale, se conțin precizări cu referire la dezinformare și se propun metode de asigurare a securității informaționale, precum criptarea informației, mecanisme de depistare a programelor dăunătoare, conlucrarea cu organismele internaționale, specializate în securitatea cibernetică.

În continuare, putem remarca faptul că autoritățile moldovenești au luat măsuri pentru a îmbunătăți comunicarea dintre mass-media și instituțiile publice. Chiar în prima zi a invaziei rusești în Ucraina, guvernul moldovean a anunțat *crearea unui canal oficial guvernamental, pe Telegram, "Prima sursă"*, cu scopul de a verifica informațiile, fiind administrat de funcționari din cadrul Președinției, Parlamentului și Guvernului. Canalul include informații despre deciziile importante ale Guvernului Republicii Moldova și răspunde la zvonurile false din spațiul mediatic, inclusiv în ceea ce privește situația de securitate din Ucraina [28].

Un alt pas important de combatere a dezinformării, îl reprezintă adoptarea de către *Parlament* a unor modificări la *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova* [29], printre care putem menționa:

- stabilirea unei interdicții privind emisiunile de știri și analitice din țările care nu au ratificat *Convenția privind televiziunea transfrontalieră*, inclusiv Federația Rusă;
- crearea unei distincții pentru dezinformare, care implică sancțiuni aspre;
- stabilirea unui nou prag de sancțiuni pentru cei care nu produc conținut local;
- înzestrarea *Consiliului Audiovizualului* cu autoritatea de a suspenda dreptul de a face publicitate în caz de dezinformare, și a retrage licența unui mijloc de informare în masă.

Drept rezultat, pe *16 decembrie 2022*, *Comisia pentru Situații Excepționale* a decis *suspendarea licențelor de difuzare a șase posturi TV*, printre care *Primul* în

Moldova, Accent TV, TV6, Orhei TV, RTR Moldova și NTV Moldova. Cauza suspendării o reprezintă „lipsa unei informări corecte în reflectarea evenimentelor naționale, dar și a războiului din Ucraina” [30].

La începutul lunii *iulie 2022*, *Codul Penal* a fost completat cu un nou *articol (art.70)*, care impune sancțiuni pentru orice acțiuni care incită la discriminare. Noile modificări legislative impun o amendă pentru comiterea oricăror acțiuni deliberate, cu scopul incitării la discriminare, inclusiv prin intermediul mijloacelor de informare în masă și al difuzării publice a mijloacelor de informare. Amenda este cuprinsă între 1.000 și 4.000 de lei, pentru persoanele fizice și între 6.000 și 10.500 de lei, pentru persoanele cu funcție publică. Totodată, propaganda care ar putea incita la genocid și/ sau la crime împotriva umanității, este sancționată cu o amendă de până la 50 de mii de lei, pentru persoanele fizice și de până la 250 de mii de lei, pentru persoanele juridice [17].

De asemenea, ca o măsură contra propagandei și dezinformării și pentru a crește o generație cu o gândire critică bine dezvoltată și abilități de educație mediatică, a fost *introducerea educației mediatică ca obiect de predare în liceele din republică*, ca disciplină opțională. Potrivit *Centrului pentru Jurnalism Independent*, în *2021-2022*, 128 de instructori, instruiți în domeniul mass-media, au predat un curs de educație mediatică la 4.180 de elevi din 103 licee din întreaga țară [17].

După cum observăm, sunt atestate lacune îngrijorătoare în mediul de securitate informațional. Din *2014*, când ofensiva informațională se manifestă tot mai puternic, iar impactul propagandei este demolator pentru stat și pentru societate, problema cotracării propagandei devine stringentă. Chiar dacă marea majoritate a populației nu posedă o cultură mediatică necesară ca să poată face față mesajelor propagandistice, care duc la dezbinarea societății și relații ostile, instituțiile statale recunosc îngrijorarea față de efectele propagandei și încearcă să găsească pârgii eficiente de garantare a securității informaționale.

Concluzii

Reieșind din cele examinate, putem deduce că propaganda reprezintă un fenomen de durată, prezent la nivel național și internațional. Publicul devine tot mai afectat de fluxul informațional, reprezentat, în marea majoritate a cazurilor, din falsuri și semi-adevăruri. Dacă anterior imaginea individului docil era ceea ce părea rămas din timpul Războiului Rece, situația actuală demonstrează inversul – individul devine docil prin nedorința de a se informa și acceptarea oricăror informații. Mijloacele de comunicare, utilizate de indivizi, facilitează activitățile de propagandă, oferindu-i un spațiu larg de manifestare.

În prezent, propaganda este văzută de unele state drept un mijloc eficient pentru promovarea obiectivelor de politică externă. Mediul extern reprezintă o platformă de afirmare a potențialului statelor prin care acestea își pot crea o imagine și o reputație, iar propaganda este cea care poate să aducă prejudicii

acestora. Adesea, acțiunile de propagandă sunt îndreptate spre a discredita anumite evenimente sau decizii interne ale unor state, diminuându-i credibilitatea, la nivel național și internațional. Soluția ar fi monitorizarea fluxului informațional și prevederea anumitor mecanisme de combatere și prevenire a propagandei, cu scopul sesizării influențelor asupra politicilor statului.

Federația Rusă reprezintă un stat care operează cu propaganda în toate modurile posibile, exploatănd la maxim spațiul informațional pentru a distribui informații false. Activitatea propagandistică rusă are impact atât pe intern, cât și pe extern. Populația din Federația Rusă, dar și din afara acesteia, se încrede cu înverșunare în toate miturile lansate despre UE, NATO, Ucraina, SUA și se lasă manipulată deja de mult timp, indiferent de efectele negative care le provoacă aceasta.

În exterior, Federația Rusă încearcă să influențeze statele cele mai apropiate hotarelor sale, ca acestea să devină un scut de apărare contra extinderii UE și NATO, Republica Moldova fiind printre cele mai afectate. Mai remarcăm faptul că, odată ce Republica Moldova și-a stabilit drept direcție prioritară integrarea europeană, s-a confruntat cu răspândirea unor multitudini de mituri ce discreditează UE în ochii populației locale, propaganda rusă continuând să promoveze înțelegerea apartenenței regiunii la Federația Rusă.

Conflictul, escaladat în februarie 2022, a ridicat multiple semne de întrebare la capitolul măsurilor legislative de contracarare a propagandei. În acest context, devine necesară focusarea atenției pe masele largi, deoarece anume indivizii sunt cei care involuntar devin victimele dezinformării și principalele canale de distribuire a informațiilor eronate, majoritatea făcând acest lucru inconștient, fiind lipsiți de cultura mediatică. Astfel, sectorul media are nevoie de o actualizare și ajustare la noile realități cât mai urgent.

Republica Moldova cade direct sub incidența activității de propagandă. Scopul propagandei ruse rezidă în menținerea Republicii Moldova în interesele exclusive ale Federației Ruse. Pentru a atinge acest obiectiv, Rusia a folosit cel mai eficient instrument, reprezentat de mass-media.

Autoritățile moldovenești nu au încă o strategie coerentă de răspuns la propaganda rusă. Acest lucru poate fi explicat, în mare măsură, prin faptul că Republica Moldova nu a formulat o direcție clară pentru politica sa externă și nu a decis cum să facă față propagandei și agresiunii ruse. Cu toate acestea, este important de remarcat faptul că, atât guvernarea cât și organizațiile societății civile, au recunoscut importanța creării unui spațiu informațional cu imunitate împotriva propagandei externe, făcând pași concreți în această direcție, după cum urmează:

a) adoptarea unor prevederi legale pentru reglementarea conținutului media extern;

b) lansarea, desfășurarea și implementarea inițiativelor în domeniul alfabetizării media.

c) Așadar, reieșind din faptul că populația, fiind dezbinată în grupuri, este mai ușor de manipulat, creându-se distorsionări interioare, autoritățile au fost stimulate să ia decizii semnificative în scurt timp: depunerea cererii de aderare la UE; lupta cu canalele media care susțin în continuu dezinformarea populației; o politică externă progresistă îndreptată spre transparență, credibilitate și imagine pozitivă.

d) În baza analizei efectuate, putem schița unele *recomandări*. Astfel, cu *scopul*:

e) generării performanțelor semnificative în domeniul politicii externe, ridicării prestigiului statului, la nivel internațional și valorificării potențialului investițional, *actualizarea Concepției Politicii Externe a Republicii Moldova*;

f) reîntregirii teritoriului Republicii Moldova și a reducerii la minim a influenței Federației Ruse asupra populației, *soluționarea conflictului transnistrean doar prin modalități pașnice*;

g) efectuării procesului de aderare, conform standardelor în vigoare, *realizarea angajamentelor asumate prin Acordul de Asociere Republica Moldova – UE*;

h) realizării unei reforme calitative prin sporirea capabilităților militare a statului și diminuarea riscurilor și amenințărilor la adresa securității Republicii Moldova, *menținerea colaborării cu NATO în domeniul securității și apărării*;

i) diminuării efectelor negative ale propagandei, *elaborarea unui plan de organizare a campaniilor de informare a populației cu privire la dezinformare și efectele acesteia, consolidarea cadrului normativ corespunzător și oferirea suportului necesar în crearea mass-mediei independente, libere și corecte*.

Bibliografie:

1. Pavel C. Publicitatea și propaganda în societatea contemporană: asemănări și deosebiri. În: Management Intercultural Volumul XV, Nr. 3 (29), 2013, p. 255-263.
https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/MI_29_26.pdf
2. Laswell H. Propaganda Technique in the World War. Washington: Martino Fine, 2013. 244 p.
3. Bernays E. Propaganda. New York: IG Publishing, 2004. 175 p.
4. Hentea C. Statul și propaganda. Iași: Institutul European, 2014. 266 p.
5. Hlihor E. Diplomația publică în politica internațională. București: Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, 2017. 190 p.
https://www.academia.edu/39364285/DIPLOMA%C8%9AIA_PUBLIC%C4%82_%C3%8EN_POLITICA_INTERNA%C8%9AIONAL%C4%82
6. Kenneth O. Propaganda. In: Encyclopedia.
<https://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/political-science-and-government/political-science-terms-and-concepts/propaganda#3402300123>

7. Marlin R. Propaganda and the Ethics of persuasion. Canada: Carleton University, 2013. 392 p. <https://broadviewpress.com/product/propaganda-and-the-ethics-of-persuasion-second-edition/#tab-about-the-author>
8. Brennan J. Propaganda about propaganda. In: Critical review, a journal of Politics and Society, v.29, 2017. <https://scihub.se/https://doi.org/10.1080/08913811.2017.1290326>
9. Cristal O. Utilizarea propagandei în Republica Moldova (1998-2001). În: Analele științifice ale Universității de Stat din Moldova, Seria "Lucrări studentești" Științe socioumanistice. Chișinău: CEP USM, 2002, p. 270-271.
10. Roșca S. Reflecții conceptuale asupra noțiunii de propagandă: istorie și actualitate. În: Revista științifico-practică, nr.1, 2016, p. 51-67. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/51_67_Reflectii%20conceptuale%20asupra%20notiunii%20de%20propaganda_istorie%20si%20actualitate.pdf
11. Почепцов Г. Инструменты пропаганды: от ножниц и меча к нарративам. <https://psyfactor.org/lib/propaganda40.htm>
12. Готишан В. Российская пропаганда в Республике Молдова и соответствующие контрмеры. В: Характеристика прокремлевской пропаганды в центральной и восточной Европе и примеры как с ней справиться, Брно, 2018, с. 70-80. <https://cestainiciativy.cz/wp-content/uploads/2020/06/pro-Kremlin-propaganda-RU.pdf>
13. Barbă L. Propaganda - un pericol pentru securitatea statului. În: Valori ale mass-mediei în epoca contemporană, volumul 6, Chișinău, 20 septembrie 2016, p. 224-231. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/224-231_6.pdf
14. Putină N. Republica Moldova în contextul provocărilor și riscurilor în domeniul securității informaționale. În: Materialele Conferinței "Modernizarea guvernării din Republica Moldova: aspecte teoretico-aplicative", Chișinău, Moldova, 27 mai 2022, p. 134-143. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/134-143_9.pdf
15. Analiza și strategia de sporire a rezilienței la dezinformare în Republica Moldova. Chișinău, decembrie, 2021. 40 p. https://www.ipis.md/wp-content/uploads/2021/12/ANALIZA-SI-STRATEGIA_compressed.pdf
16. Centrul pentru Jurnalism Independent. Conținuturi cu elemente de propagandă în favoarea Rusiei retransmise masiv la trei posturi TV din Republica Moldova. https://mediacritica.md/studiu-de-caz-continuturi-cu-elemente-de-propaganda-in-favoarea-rusiei-retransmise-masiv-de-trei-posturi-tv-din-republica-moldova/?fbclid=IwAR211asPW15_z6zpyonckS8-1RPGxh8Ra8s1aUcXAZzNF1UDE1JbREF1jvI
17. Cravcenco-Zaharia L. Contracararea dezinformării în Republica Moldova. În: Media Forward, nr. 18, noiembrie 2022.

- https://freedomhouse.org/sites/default/files/2022-12/fh-pb_18-Society-wide-Battle-Against-Disinformation_Rom-v3.pdf
18. Gherța T. Percepția moldovenilor față de războiul din Ucraina, influențată grav de dezinformare și propagandă. 03 februarie 2023. <https://anticoruptie.md/ro/stiri/perceptia-moldovenilor-fata-de-razboiul-din-ucraina-influentata-grav-de-dezinformare-si-propaganda>
 19. OSCE. Joint declaration on freedom of expression and "fake news", disinformation and propaganda. 2017. <https://www.osce.org/fom/302796>
 20. European Union. Why and when east stratcom task force created? https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en
 21. Parlamentul European. Rezoluția Parlamentului European din 23 noiembrie 2016. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_RO.html
 22. European Union. Action Plan against Disinformation. 2018. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_against_disinformation.pdf
 23. Ucraina: sancțiuni împotriva canalelor mass-media susținute de Kremlin Russia Today și Sputnik, 2 martie 2022. https://romania.representation.ec.europa.eu/news/ucraina-sanctiuni-impotriva-canalelor-mass-media-sustinite-de-kremlin-russia-today-si-sputnik-2022-03-02_ro
 24. UE suspendă licența de emisie pentru posturi TV din Rusia, în cadrul celui de-al nouălea pachet de sancțiuni, 17 decembrie 2022. <https://replicamedia.md/ro/article/Oj01Z2qjL/ue-suspenda-licenta-de-emisie-pentru-patru-canale-rusesti-de-televiziune.html>
 25. Cel de al zecelea pachet de sancțiuni în legătură cu războiul de agresiune al Rusiei împotriva Ucrainei: UE include alte 87 de persoane și 34 de entități pe lista de sancțiuni a UE. În: Consiliul UE, comunicat de presă, 25 februarie 2023. <https://www.consilium.europa.eu/ro/press/press-releases/2023/02/25/10th-package-of-sanctions-on-russia-s-war-of-aggression-against-ukraine-the-eu-includes-additional-87-individuals-and-34-entities-to-the-eu-s-sanctions-list/>
 26. Stop Fals. <https://stopfals.md/ro/about-us>
 27. Concepția securității informaționale a Republicii Moldova. Legea nr.299 din 21.12.2017. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro#
 28. Prima Sursă – официальный Telegram-канал молдавских властей. 24 februarie 2022. <https://trm.md/ru/social/prima-sursa-canal-oficial-de-telegram-lansat-de-autoritati>
 29. Parlamentul a adoptat modificări la Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova. 3 noiembrie 2022.

<https://multimedia.parlament.md/parlamentul-a-adoptat-modificari-la-codul-serviciilor-media-audiovizuale-al-republicii-moldova/>

30. Popescu a calificat închiderea celor 6 posturi TV drept măsură de "menținere a calmului și stabilității în Republica Moldova". 22 martie 2023. <https://primul.md/popescu-a-calificat-inchiderea-celor-6-posturi-tv-drept-masura-de-mentinere-a-calmului-si-stabilitatii-in-republica-moldova>