# RĂZBOIUL INFORMAȚIONAL, PROPAGANDA, FAKE-NEWS: CONTROLUL ASUPRA PERCEPȚIEI PUBLICE[3]

**Aurelia PERU-BALAN**
Republica Moldova, Chișinău, Universitatea de Studii Europene din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comuicării
Doctor habilitat în științe politice, conferențiar universitar

**Vitalina BAHNEANU**
Republica Moldova, Chișinău, Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Limbi și Literaturi Străine
Doctor în filologie, conferențiar universitar

*Ce qui intéresse et motive les auteurs dans cette recherché, c'est le phénomène très présent et actuel - la communication stratégique. Le concept de communication stratégique est plus large et comprend plusieurs autres concepts dans le domaine de la communication – la guerre informationnelle, les relations publiques, la diplomatie publique, la propagande, PSYOPS.*

*Dans le contexte de la confrontation entre l'Occident et l'Orient, entre la Fédération Russe, d'une part, et les États-Unis, l'Union européenne, d'autre part, le problème de la sécurisation de l'espace européen de l'information et l'espace national d'information est devenue une priorité dans les politiques des Chancelleries Europrène, mais aussi du Parlement de Chisinau.*

*Le concept de sécurité de l'information a été introduit pour la première fois dans le Code de la radiodiffusion en décembre 2017. Le Code permet également la transmission des programmes avec un contenu informatif, l'information analytique, militaire et politique réalisés dans les États membres de l'UE, les États-Unis; au Canada, ainsi que dans les États qui ont ratifié la Convention européenne sur la télévision transfrontière.*

***Cuvinte-cheie:*** *comunicare strategică, război hibrid, război informațional, propagandă, PSYOPS, securitate informațională.*

## *Introducere*

Propaganda și războiul informațional au devenit astăzi, în contextul confruntărilor geopolitice și al partajării sferelor de influență pe diferite meridiane ale globului, cea mai eficientă armă politică. În era modernă, războaiele nu se mai poartă şi câştigă pe frontul clasic de luptă, în plan fizic, ci pe planul informațional, pe planul inteligenței şi al psihicului uman.

[3] *Recenzent - **Victor JUC**, doctor habilitat în științe politice, profesor-cercetător*

Propaganda rusă a ajuns a fi un subiect inclus pe agenda statelor europene. Atât instituțiile europene, liderii europeni, dar și SUA, au recunoscut public impactul dezinformării și fake-news-ului cu care operează Rusia. După ce staffful democraților americani a învinuit Rusia de amestec în alegerile din SUA, se fac auzite acuzații privind influența propagandei ruse în Brexit, dar și în promovarea separatismului catalan. Propaganda a devenit un fenomen important al sistemului internaţional actual şi, după cum afirmă unii cercetători, există premise necesare evoluţiei şi dezvoltării acestui fenomen.

Propagndă, război hibrid, război informațional, război mediatic – un set de concepte utilizate intens de politologi, politicieni, analiști, ziariști, pe care ne propunem să le abordăm distinct în studiul de mai jos.

### *Razboi hibrid vs război informațional*

În anul 2014 am fost martorii apariţiei unei noi sintagme - „război hibrid, pe care unii cercetători o consideră o nouă formă de propagandă [4, p.62].

Războiul hibrid sau „non-liniar" este, potrivit profesorului Mark Galeott [9], un război postmodern, nedeclarat niciodată în mod oficial, dar purtat în permanenţă cu mijloace militare şi non-militare, de la operaţiuni sub acoperire la atacuri cibernetice şi chiar până la operaţiuni masive de lobby. Şi, desigur, vaste ofensive propagandistice îndreptate împotriva Vestului democratic.

Evenimentele din Ucraina, începând din martie 2014 şi până în martie 2015, au fost numite „război hibibrid". În primul rând, ne referim la dominaţia informaţională a Rusiei în timpul operaţiei de anexare a peninsulei Crimeea în 2014. În afară de faptul că atunci Rusia a obţinut controlul asupra mijloacelor de informare scrise şi de televiziune, a controlat cu succes şi telecomunicaţiile, inclusiv pe cele din internet, izolând astfel Crimeea de fluxurile informaţionale din exterior. Rezultatul a fost un anumit grad de control asupra percepţiei publice în Crimeea care, ulterior, a ajutat la legitimarea anexării peninsulei.

O primă caracteristică a *războiului hibrid* este lipsa declaraţiilor formale de război dintre state, ceea ce oferă avantajul oricăror manevre diplomatice şi politice. Spre deosebire de alte forme de război, în cel hibrid componenta economică (sancţiuni, embargouri, fluctuaţia dirijată de preţuri, jocurile pieţei libere) este foarte importantă. În cadrul războiului hibid este masiv utilizată propaganda, ce însoţeşte orice formă de conflict și foloseşte mesaje religioase (ortodoxie vs. catolicism) şi naţionaliste, şi nu ideologice. Războiul propagandistic lansat de Rusia (prin extinderea rolului "televiziunii de ştiri" a Kremlinului şi prin lansarea unui serviciu de radio şi de website-uri de ştiri Sputnik) este parte a unui război hibrid împotriva Occidentului [4, p.60]. O componentă a războiului hibrid o constituie războiul informațional.

### *Războiul informațional*

*Războiul informațional* (electronic, cibernetic) se referă la impunerea voinței politice prin crearea unui sistem informațional impenetrabil, activ, ofensiv și în măsură să asigure dominanța informațională continuă, asigurarea validității informațiilor, folosirea propagandei și a dezinformării pentru a demoraliza sau manipula inamicul și publicul, subminarea calității informațiilor părții adverse și contracararea culegerii informațiilor de către aceasta [10].

Războiul informaţional, așa cum îl definește Iu.Chifu, reprezintă crearea de realităţi alternative prin pervertirea adevărului pe baza datelor, faptelor şi argumentelor concrete şi răstălmăcirea lui prin utilizarea unei combinaţii de fapte, silogisme, sofisme, propagandă, interpretare forţată şi o multitudine de minciuni. Realitatea alternativă perverteşte percepţia unei populaţii vizate, într-o combinaţie de operaţiuni psihologice - ***psyops***, alături de dezinformare şi propagandă, utilizând convingeri fundamentale, sentimente şi imagini cu impact, cu scopul de a duce publicul ţintă spre o percepţie pre-definită.

*Psyops*-ul reprezintă operațiuni psihologice elaborate [10]. În contextul ***psyops***, contează informaţia răspândită, dar mai ales efectul creat de informaţie în publicul ţintă, respectiv naşterea şi crearea sau accentuarea fricilor, crearea emoţiilor colective, pregătirea publicului pentru a reacţiona la viitoare evenimente într-o formulă dirijată, pregătită anterior. Ţinta – subconştientul**.**

Definiţia americană a PSYOP: „operaţii planificate pentru transmiterea de informaţii şi date selectate spre audienţe străine, pentru a influenţa emoţiile, motivaţiile, raţionamentele obiective şi, în ultimă instanţă, comportamentele guvernelor, organizaţiilor, grupurilor şi indivizilor străini”. Operaţiile psihologice – PSYOPS – continuă să deţină locul de frunte în panoplia informaţională, fiind acea capacitate reală de influenţare a percepţiilor, atitudinilor şi comportamentelor audienţelor-ţintă [6, p.304]. Nevoile motivaţionale curente influenţează percepţia, raţionamentul, învăţarea şi alte procese psihologice” [3]. Mecanismul de influenţare folosit încadrul PYOPS se inspiră din teoria nevoilor primare, cre trebuie luate primele în considerare” [10].

### *Obiectivele războiului informaţional*

În cazul Federaţiei Ruse, obiectivul urmărit este mai întâi, *promovarea directă a Rusiei*, prin mesajele sale, cele ale liderilor săi, promovarea versiunii sale. Aici este utilizată cu precădere propaganda şi lobby-ul [11].

Un alt obiectiv vizează *sădirea dubiului*, utilizând teoriile conspiraţiei, dar deja utilizând un întreg eşafodaj de instrumente de război psihologic şi de creare a falsurilor şi utilizarea instrumentelor de derutare a populaţiei. Scopul este de a crea o masă de manevră şi persoane care absorb şi vehiculează teoriile conspiraţiei.

A treia componentă vizează *identificarea duşmanului comun* necesar pentru a menţine unită societatea rusă. De regulă, SUA, NATO, UE sunt abordați ca principali duşmani ai societăţii sănătoase, drepturilor omului.

În al patrulea rând, campaniile războiului informaţional îşi propun nu doar atingerea imediată a unor obiective prin conţinutul informaţiilor, ci, *construirea unor stări de spirit* şi abordări bazate pe frici şi reacţii comune, ca efect al contextului creat.

Cel de-al cincilea obiectiv - *identificarea şi preluarea perdanţilor şi nemulţumiţilor* de democraţia liberală, fiind valorificate şi greşelile administraţiei, şi elemente concrete întâmplate, dar interpretate voit eronat, combinate cu minciuni şi dezinformări crase [11].

Războiul informaţional foloseşte trei niveluri distincte de acţiune [10]:

Prima componentă este cea vizibilă și implcă:

– *zona media*, internetul şi *social media care* sunt implicate în injectarea deschisă de propagandă, manipulare şi dezinformare greu de dovedit.

În societăţile dezvoltate, mature, cu o mass-media dezvoltată, bogată şi cu multe alternative, componenta de preluare, dirijare sau control al spaţiului public este mult mai redusă. Contează şi educaţia, şi cultura democratică a populaţiei ţintă, fireşte.

Propaganda îşi are limitele ei, de aceea este nevoie de utilizarea unui set de instrumente integrate, cu destinaţii de public ţintă şi abordare distinctă. Aici ajungem la cel de-al doilea element:

***Lobby-ul, Public Relations.***

Instrumentul are ca scop să fie influenţaţi decidenţii de idei lansate în spaţiul public de către purtători de mesaj legitimi şi credibili, cu impact asupra propriei populaţii şi a decidenţilor ce conduc un stat la un moment dat. În acest scop, se utilizează sume considerabile de bani, pentru ca media plătită sau expertul, analistul să se pronunţe, să construiască o anumită imagine, să apere un anumit actor, să promoveze un anumit mesaj.

Demersurile actuale ale Rusiei în domeniul războiului informaţional mai includ testarea procedurilor şi colectarea de date referitoare la modalităţi eficiente de a ajunge atât la membrii forţelor armate adverse, cât şi la populaţia civilă, precum şi descoperirea vulnerabilităţilor infrastructurii de internet civilă. Preşedintele Vladimir Putin sublinia că abordarea rusă a conflictelor care, în concepţia sa, vor fi asimetrice şi mai puţin costisitoare, este una bazată pe superioritate intelectuală [27].

La rândul său, războiul informaţional include mai multe tipuri de războaie: războiul psihologic, războiul imagologic, războiul electronic, războiul web, război mediatic. Războiul mediatic este nou apărut în marele cadru al războaie-

lor informaţionale. Aceasta datorită atingerii unui grad de globalizare al mijloacelor de comunicare în masă.

În linii mari, războiul informaţional cuprinde acele acţiuni desfăşurate în timp de criză sau război şi îndreptate împotriva informaţiilor sau sistemelor informaţionale ale adversarului (concomitent cu protejarea propriilor informaţii şi sisteme informaţionale) în scopul atingerii unor obiective sau influenţării anumitor ţinte.

Ceea ce este nou şi caracteristic războiului informaţional este posibilitatea de a manipula informaţia vehiculată în sistemele informaţionale şi uneltele necesare pentru a forma şi orienta această informaţie. Informaţia a devenit o adevărată materie primă strategică idispensabilă autonomiei deciziei şi succesului oricărei politici [28].

### *Propaganda în epoca comunicării 2.0*

Într-o definiție a Institutului de Analiză a Propagandei, elaborată sub influența concetului propus de Harold Lasswell în *"Tehnicile* propagandei *în războiul mondial"* (1927), propaganda este considerată *managementul de atitudine colectivă prin manipularea unor simboluri semnificative*. Această definiţie notează că propaganda constă în exprimarea opiniilor sau a acţiunilor efectuate în mod deliberat de către indivizi sau grupuri, cu scopul de a influenţa opiniile sau acţiunile altor persoane sau grupuri pentru scopuri prestabilite prin manipulări psihologice [4].

Un alt cercetător al fenomenului propagandei, Edward Bernays, autorul lucrării *Propaganda* (1928) observă că propaganda apare într-o lume în care *puterea a trecut de la regi la mulţime,* deci de la o minoritate la majoritate. Însă, el atrage atenţia asupra unui mare pericol. Minoritatea a descoperit un puternic ajutor în acţiunea de influenţare a majorităţii. Este posibil să manipulezi gândirea maselor şi acestea îşi vor irosi noua putere în direcţia dorită de tine. Bernays considera că propaganda nu va muri niciodată. Omul inteligent trebuie să realizeze că *propaganda este un instrument modern prin care poate lupta pentru scopuri productive şi să ajute la instaurarea ordinii în faţa haosului* [1, p.15, 16, 19, 25].

Studiind lumea mass-media, într-o lucrare publicată în 1988, politologii americani Edward Herman şi Naom Chomsky au ajuns la concluzia că datorită organizării industriei media în corporaţii, identic cu alte sectoare economice, aceasta a început să fie supusă aceloraşi reguli şi presiuni cărora le este datoare să le facă faţă orice companie multinaţională. Herman şi Chomsky pornesc de la realitatea că mass-media are nevoie constantă de fluxuri de informaţii necesare aprovizionării zilnice cu ştiri. Într-un sistem economic industrializat, în care cererea clienţilor priveşte noutăţi despre evenimente globale multiple, sarcina poate fi îndeplinită doar de sectorul corporaţiilor care dispun de resursele necesare.

Pentru aceasta, promotorii de ştiri, aici incluzând şi guvernele, ajută mass-media folosind mijloace diverse precum: crearea de facilităţi; oferirea jurnaliştilor de copii de pe discursurile oamenilor politici în avans pentru a-şi putea pregăti intervenţiile în avanpremieră; programarea conferinţelor de presă la ore care să coincidă cu transmiterea fluxurilor principale de ştiri; folosirea unui limbaj accesibil pentru redactarea comunicatelor de presă; organizarea atentă a conferinţelor de presă şi a oportunităţilor de imagine [5].

### *Expansiunea propagandei Kremlinului în Europa*

Propaganda, astăzi, reprezintă o activitate fină în câmpul mediatic ce are ca obiectiv formarea opiniei publice. Propaganda constituie totdeauna fie o informație special pregătită, fie o informație trucată în mod premeditat în scopul obținerii unui rezultat politic și care evită o apreciere neutră a acțiunilor și evenimentelor, împedicând interpretarea lor. Propaganda nivelează orice gândire critică. Propaganda determină publicul să renunțe ş̦a întrebări și comparații. Ea utilizează doar două culori: negru și alb.

În Rusia, propaganda demult a substituit știrile, în buletinele de știri se promovează insistent și încontinuu antiamericanismul, se exagerează criza migranților din Europa și degradarea morală, în special, a Uniunii Europene.

Suntem martorii revenirii în câmpul media a retoricii sovietice din perioada *războiului rece*[4].

Propaganda Kremlinului a luat amploare încă 2012 și s–a amplificat, în perioada protestelor din Kiev. Spre deosebire de propaganda sovietică din perioada războiului rece, care propaga realizările Uniunii Sovietice și modul de trai în URSS, actuala retorică propagandistică a devenit mai agresivă și încearcă să provoace un haos informațional.

Internetul s-a transformat într-un instrument foarte puternic în mâna propagandiștilor. Datorită acestuia, propaganda nu cunoaște hotare. Orice dezinformare este răspandită instantaneu în rețeaua globală. Informația falsă - *fake-news* - este tirajată de presa clasică chiar dacă sursele sunt dubitabile, neverificate.

---

[4] *Războiului rece (1947-1991) a fost o perioadă de tensiuni și confruntări politice și ideologice, o stare de tensiune întreținută care a apărut după sfârșitul celui de-al Doilea Rzboi Mondial și a durat până la revoluțiile din 1989. În Războiul Rece s-au confruntat două grupuri de state care aveau ideologii și sisteme politice foarte diferite. Într-un grup se aflau URSS și aliații ei, grup căruia i se spunea uzual „Blocul rzsritean” (sau oriental). Celălalt grup cuprindea SUA și aliații săi, fiind numit, uzual, „Blocul apusean” (sau occidental). Războiul Rece a fost un conflict la scară mondială. La nivel economic, Războiul Rece a fost o confruntare între capitalism și comunism. Pe plan ideologico-politic, a fost o confruntare între democrațiile liberale occidentale și regimurile comuniste totalitare. Ambele tabere se autodefineau în termeni pozitivi: statele blocului occidental își spuneau „lumea liberă” sau „societatea deschisă”, iar statele blocului oriental își spuneau „lumea anti-imperialistă” sau „democrațiile populare”.*

Deseori, sunt plasate comentarii ale unor experți, analiști inexistenți. In aceste condiții, este greu de demonstrat relațiile lor cu propaganda oficială. Astfel, începe procesul de persuadare și manipulare a internet-publicului, iar fake news - văzut ca un virus al democrației

În campania prezidențială din SUA, Donald Trump acuza CNN-ul că face „fake news", când îl prezintă pe el într-un mod diferit și critic. Scopul „fake news"-urilor, sau a oricărei dezinformări, astăzi, nu e să te facă să crezi altceva sau să crezi ceva, ci să te facă foarte reticent în a mai crede *orice*. Să te dezorienteze, să te decepționeze. Să ajungi la concluzia că întreaga politică e numai minciuna, că faptele nu mai contează, că nu există legitimitate și așa mai departe. Să nu mai cauți tu, la rândul tău, celelalte viziuni, să nu-ți cauți tu propriile argumentele sau poziția [2, p.191-192].

O comparație relevantă, în acest context, ne oferă și C.Vică, care susține, că „fake news" seamănă mai mult cu hainele false. Ce te deranjează când crezi că ți-ai luat, să zicem, Adidas și îți dai seama că e Adibas? Nu te deranjează neapărat că sunt de proastă calitate, că s-ar putea să fie ca atare mai buni decât originalul. Dar ai fost dezamăgit în așteptarea ta. Asta fac „fake news": nu încearcă sub nicio formă să impună realități alternative, ci să te dezamăgească în raport cu realitatea politică pe care o trăiești, astfel încât să devii cinic. Iar cinicii ce fac? Stau întotdeauna pe margine. Psihologia cinică pe care o ai în raport cu politica e fundamental alimentată de „fake news" din toate părțile [2, p.191-192].

Referindu-se la specificul propaganei ruse, politologul și cercetatroarea propagandei Maria Snegovaia consideră că Rusia nu propune nimic nou, utilizând tehnicile KGB, principalul concept folosit de Kremlin fiind așa-numitul ***control reflexiv.*** Conceptul funcționeazî din anii '60 ai sec.XX și se reduce la ideea potrivit careia cu ajutorul informațiilor minciunoase se manipulează conștiința adversarului pentru ca acesta să ia decizii care nu-l avantajeaza pe el, ci pe cel care lansează informația. Snegovaia consideră ca din tehnicile *controlului reflexiv* fac parte: trucarea informației, exagerarea sau diminuarea propriului potențial, retorica despre posibilitatea utilizării armamentului nuclear [15].

Ca rezultat al intensifăcării propagandei, Rusia a obtinut două lucruri: în primul rând, a atras de partea sa grupurile marginale din țările europene și politicienii populiși, care deasemenea folosesc tehnici de manipulare în retorica electorală; doi, propaganda rusă a atras atenția analistilor, presei și politicienilor din Occident, care s-au unit într-un efort comun de identificare a metodelor de contracarare a fluxului propagandistic al Kremlinului.

Propagandistul instruit se conduce întotdeauna de câteva condiții:

1. Prezența unei idei, a tezei centrale;
2. Prezența publicului;
3. Un public rezistent față de critică.

Ideea trebuie să fie maximal simplă și pe înțelesul publicului larg. Cu cât este mai greu să supui criticii ideea în cauză, cu atât mai mari sunt șansele de supraviețuire în marja acțiunii propagandistice.

Principalele tehnici de propagandă, aplicate în timpul și după Primul Război mondial, au fost deduse de politologul american Harold Laswell. Acestea, în opinia noastră, sunt și astăzi aplicate în contextul conflictelor militare și geopolitice. Principalele reguli de lucru ale propagandei de război în viziunea lui Laswell, elucidate în lucrarea sa "Tehnicile propagandei în rrzboiul mondial" (1927) pot fi comparate cu tehnicile războiului informațional:

- Învinuirea dușmanului pentru declanșarea conflictului și pasarea responsabilității către acesta;
- Accentuarea jertfirii și a luptei, care ar fi consolidate cu valori înalte, sacramentale;
- Diabolizarea dușmanului prin exagerarea calităților vicioase;
- Insuflarea că orice știre despre nereușitele Aliaților sunt innvențiile dușmanului.

Propaganda rusă nu ţintește doar statele din spaţiul post-sovietic sau pe cele din Flancul Estic al NATO, fostele state socialiste, mai expuse propagandei ruse şi operaţiunilor psihologice sofisticate, ci atacă şi inima Europei. A constatat-o Germania, atunci când s-a confruntat cu o adevărată ofensivă menită să o înlăture pe Angela Merkel odată cu valurile de refugiaţi, atunci când media rusă a inventat o fată de 13 ani dintr-o familie originară din Rusia care ar fi fost violată la Koln, şi a provocat manifestaţii publice incitând cele 2 milioane de ruşi cetăţeni germani, care au avut şi o manifestaţie publică, a cărei magnitudine a fost amplificată de reţeaua rusă de ştiri Sputnik. Germania a reacţionat şi a sancţionat operaţiunea informaţională, acuzând-o de fals, însă răul fusese deja produs.

Ministrului de Interne al Olandei, Kasja Ollongren, a adus învinuiri la adresa serviciilor de securitate de la Moscova, care încearcă influențarea opiniei publice din Olanda (Țara Lalelor). Într-un discurs avut în fața deputaților olandezi, ministrul a făcut referire la tentativa Rusiei de a influența opinia publică în legătură cu catastrofa în care a fost implicat avionul malaezian MH17, doborât pe teritoriul Ucrainei de o rachetă de proveniență rusească, Kasja Ollongren menționând existența unui site plin de informații false, dar făcut să pară o operațiune oficială olandeză. Iar în raportul său anual din 2017, serviciul de securitate olandez a menționat că se confruntă tot mai des cu atacuri informatice și cu tentative ilegale de influențare a politicii, mai ales din partea Rusiei [14].

Premierul britanic Theresa May la un dineu organizat de lordul primar al City din Londra, centrul istoric şi financiar al capitalei britanice - a acuzat Rusia că recurge la știri false pentru a submina democrația. Aceasta a prezentat măsurile luate de Regatul Unit pentru a-şi asigura securitatea şi a subliniat că nu

vrea un nou ”Război Rece”: *”Rusia caută să facă din informație o armă, desfășurându-și presa condusă de stat pentru a difuza informații false și imagini contrafăcute cu scopul de a semăna discordie în Occident și de a ne submina instituțiile*”. Între măsurile necesare, ea a citat ”consolidarea” politicii Regatului Unit în domeniul securității cibernetice. *”Nu vrem să ne ontoarcem la Rezboiul Rece și nici să ne aflăm în confruntare perpetuă”* cu Moscova [16].

**Așadar, propaganda rusă** este un set complex de acțiuni și organizații finanțate, dirijate sau influențate de Federația Rusă, al căror scop este destabilizarea Uniunii Europene ca alianță politică și economică, dar și a NATO, ca alianță politică și militară. Prin propagarea de știri false, prin manipulare și prin susținerea, explicită sau tacită, a partidelor eurosceptice din interiorul statelor membre al Uniunii, propaganda rusă urmărește să contureze la nivelul opiniei publice atât din statele membre ale UE, dar și din Rusia și din alte zone strategic importante pentru Kremlin un curent de respingere a modelului democratic occidental.[5]

Cel mai influent instrument al propagandei ruse este trustul media, deținut de Guvernul Federației Ruse, din care fac parte rețeaua de televiziune Russia Today și Agenție de știri Sputnik News.

În 2013, în Federatia Rusa este lichidată cea mai mare agentie de presa «*РИА Новости*», iar în baza acesteia este fondată Agenția Internațională de Știri «*Россия сегодня*», condusă de Dmitrii Kiseliov. Agenția este finantata din bugetul de stat și a devenit principala tribună propagandistică a Rusiei. Alte canale propgandistice care difuzează în străinatate sunt agentia «*Спутник*» și televiziunea *Russia Today*. Alături de rețeaua de website-uri *Sputnik,* canalul de televiziune *RT,* lansat în engleză în 2005, cu versiuni ulterioare în spaniolă și arabă și în pregătire în germană, este principalul vector de influență al Moscovei în străinătate. Rostul acestor canale media nu este neapărat acela de a arăta cât de bine este în Rusia, ci că în Occident, mai ales în America, lucrurile nu stau deloc mai bine.

Rusia şi-a schimbat strategia media în plan internaţional, pe fondul celor mai încordate relaţii cu Occidentul de la războiul rece încoace. Moscova a crescut bugetul pentru instituţiile sale media din străinătate în 2015, alocând 400 de milioane de dolari pentru canalul de televiziune Russia Today (RT) şi 170 de milioane de dolari pentru Rossiya Segodnya, agenţia de presă de stat care include şi Sputnik News**.** Sputnik News se remarcă prin mărime: este prezent în 34 de ţări, în 130 de oraşe.[6] Birou redacțional S*putni*c este creat și în Chișinău.

[5] *Pe site-ul Serviciului European de Acțiune Externă pentru a citi mai multe exemple de știri false publicate în ultimul an de presa pro-Kremlin și dovezile faptice că nu sunt adevărate [17].*

[6] *Sputnik News va avea redacţii în principalele capitale ale lumii: Washington DC, Berlin, Londra, Beijing, Paris, însă birourile sale sunt în special concentrate în vecinătatea apropiată Rusiei. Cu excepţia Turkmenistanului, fiecare fostă republică sovietică va găzdui o redacţie, la fel*

Russia Today a avut un buget oficial pentru anul 2016 de 247 de milioane de dolari.

Doar o parte din informațiile pe care le transmit posturile acestei rețele sunt știri obiective, mare parte dintre ele, așa cum o dovedesc numeroase studii de specialitate, dar și analizele *Serviciului European de Acțiune Externă*, sunt, de fapt, manipulări și chiar invenții grosolane servite publicului sub forma unei știri.

În 2018, grupul public de televiziune RT (fost Russia Today) dorește să lanseze un canal francofon, numit RT France, pentru ce vor fi investite 20 de milioane de euro. Consiliul Superior al Audiovizualului din Franța a declarat deja că va ține constant sub observație programele viitorului canal rus RT France și va acționa cu promptitudine în cazul unor „anomalii" [18].

### *Rusia învinuiește occidentul de propagandă*

Politologul rus Veaceslav Nikonov învinuiește Occidentul, care ar inventa istorii propagandistice pentru discreditarea Rusiei. Invitat la o emisiune de prime-time la postul national de televiziune, deputatul Nikonov a dezvaluit „mecanismul propagandei occidentale„. Cu vădită expertiză în domeniu, Nikonov arată că principalul criteriu în propagandă este să arunci în direcția inamicului o minciuna atât de mare, încât acesta să nu poată să n-o creadă. Ca exemplu de minciună foarte mare, Nikonov invocă "Holodomorul" din Ucraina. Potrivit nepotului lui Molotov, Holodomorul a fost inventat în Occident, în special de istoricul anglo-american Robert Conquest [19]. Nikonov menționează că aceasta este o invenție, sfidând faptul că istoricii ruși au recunoscut și scris sute de cărți despre Holodomor, după ce au fost deschise arhivele și publicate statisticile victimelor Holodomorului, după ce UNESCO, APCE și parlamentele din multe țări au recunoscut separat ca Holodomorul din Ucraina a fost o crima a regimului comunist.

Pe de altă parte, propaganda rusă chimbă accentele pe urmele istorieie. Astfel, grupul media propagandistic *Life* din Rusia a publicat un vast material în care justifică invazia sincronizată a teritoriului Poloniei din partea Germaniei și a URSS. Textul intitulat „*Invazia URSS on Polonia. Lovitura on spate sau necesitate?*„ susține că invazia sovietică nu a fost o agresiune, potrivit site-ului Life.ru. În opinia propagandiștilor, atacul sovietic asupra Poloniei din septembrie 1939 nu a fost agresiune miitară, deoarece la vremea respectivă germanii deja rupseseră rezistența armatei poloneze. Mai mult decât atât, se susține că ata-

*ca şi regiunile secesioniste georgiene, Abhazia şi Osetia de Sud. Reţeaua de radio va emite în 30 de limbi, inclusiv în engleză, dar şi în limbile tuturor fostelor republici sovietice, cu excepţia celor vorbite în Lituania, Belarus şi Turkmenistan. În schimb va emite şi în limba tătară, sau în cele vorbite în Abhazia şi Osetia.*

cul (în ciuda faptului că a fost prevazut în protocoalele Pactului Molotov-Ribbentrop) a fost o contramăsură a URSS împotriva lui Hitler.

„La 16 septembrie germanii au ajun la Bialystok, Brest și Lvov. În acel moment, în Polonia a intrat Armata Roșie. Teza despre lovitura de cuțit în spate aplicata Poloniei nu rezistă nici celei mai mici critici … nu mai era niciun „spate". De fapt, doar inaintarea Armatei Roșii a oprit avansul trupelor germane. URSS putea merge chiar mai adânc în Polonia, dar Stalin și Molotov au preferat să nu facă acest lucru", încheie textul propagandistic [29].

Și în Basarabia interbelică, ne demonstrează unele mituri, a funcționat propaganda sovietică comunistă.

### *Mitul şăpcii de jandarm în Basarabia*

Autorităţile româneşti din Basarabia interbelică au fost acuzate de abuzuri grave îndreptate împotriva populaţiei locale. Se cunoaște că acesta este un aspect controversat al istoriei României Mari şi este pe de o parte considerat o realitate, iar de cealaltă parte o manifestare a propagandei comuniste a acelei vremi. De altfel, o parte a celor care veneau din Vechiul Regat în Basarabia, o făceau din vocaţie. Mai ales, învăţători şi alţi intelectuali care doreau modernizarea şi integrarea noii regiuni. Pe lângă aceştia au venit însă şi oameni de joasă calitate, trimişi disciplinar în Basarabia. Aceştia au dat şi apă la moară propagandei ruseşti care bineînţeles a exagerat abuzurile.

Comportamentul abuziv al jandarmilor români a rămas, de exemplu, un subiect controversat al Basarabiei interbelice. Bineînţeles, intensitatea abuzurilor a fost accentuată de propaganda rusească. În Basarabia interbelică a existat *mitul şăpcii de jandarm*. Se spunea că jandarmii din Vechiul Regat puneau şăpcile în pari, la răscrucile satelor. Iar oamenii trebuiau să le salute şi să-şi scoată căciulile în faţa beţelor cu şăpci. O umilinţă incredibilă pentru oameni. Această practică a jandarmilor români din Basarabia a făcut înconjurul Europei, mai ales că a fost făcută publică la Paris, prin intermediul broşurii *"Summary of events in Bessarabia"* [13].

Presa europeană scria despre abuzurile şi torturile medievale aplicate de jandarmii români în Basarabia. "În Basarabia poliţia română pune în aplicare metode de tortură din evul mediu. Metodele includ smulgerea unghiilor şi zdrobirea degetelor. Alţi oameni sunt bătuţi cu bastoane de cauciuc, unii sunt legaţi cu picioarele de cap şi ţinuţi aşa întreaga zi", se arăta în "*Morning Post*" din anul 1919. Într-un alt articol, de această dată din New York în anii 20 apare şi povestea şăpcii de jandarm pusă în vârful parului pe care localnicii trebuiau să o salute. Cine nu saluta parul cu şapca, era bătut crunt.

Cu toate acestea, abuzurile au fost mult exagerate de propaganda sovietică. Inclusiv de foşti moşieri din Basarabia deposedaţi de o parte a moşiilor în timpul împroprietăririi. De exemplu, la baza poveştirilor cu şapca de jandarm sa-

lutată de ţărani în vârful parului, dar şi cele cu unghii smulse din broşura ”Summary events of Bessarabia” ar fi stat Aleksandr Krupensky, mareşal al nobilimii basarabene, dar şi fostul primar al Chişinăului, Alexander Schmidt. Ambii au dus o intensă campanie împotriva unirii Basarabiei cu România, fiind bineînţeles filoruşi [13].

### *Și Rusia luptă cu propaganda străină*

La finele lui noiembrie 2017, Duma de Stat de la Moscova a adoptat în unanimitate în a treia și ultima lectură, amendamentele prin care instituțiile de presă străine pot fi declarate drept agenți străini**.** Vicepreședintele Dumei, fostul telejurnalist de la ORT Piotr Tolstoi, a declarat înaintea votului că „nu va afecta libertatea de expresie în Rusia”. Potrivit proiectului publicat în ajun, „agenți străini” pot deveni mediile de informare înregistrate pe teritoriul unei alte țări sau care sunt finanțate de peste hotare, inclusiv prin intermediul companiilor rusești cu capital străin. Liderul fracțiunii partidului de guvernare „Edinaia Rossia”, Serghei Neverov, a declarat că noua lege nu va viza presa rusească ce are capital străin. Dreptul de a declara o instituție media drept agent străin îl va avea ministerul justiției [30].

Legea adoptată în Duma de Stat este urmarea deteriorării, în continuare, a relaţiilor dintre Rusia şi SUA. Washington acuză Moscova că a influenţat alegerile prezidenţiale din 2016, inclusiv cu ajutorul postului rusesc de televiziune RT, finanţat de stat. Acesta a fost nevoit să se înregistreze pe 13 noiembrie ca "agent străin", conform prevederilor "Foreign Agents Registration Act" (FARA). Kremlinul a intrepretat aceasta ca pe un atac asupra mediilor şi intereselor ruseşti. Preşedintele Putin a anunţat că se vor lua contramăsuri.

Legea din 1938 a fost gândită pentru organizații care reprezintă interesele unui guvern străin în America. Legea a fost rareori utilizată, dar a redevenit de actualitate pe fundalul anchetelor din Statele Unite privind posibila implicare a Rusiei în alegerile prezidențiale americane din 2016. Ministrul adjunct al justiției Dana Boente a subliniat că înscrierea ca „agent străin” nu limitează cu nimic activitatea organizațiilor media sau libertatea de expresie. Alte organizații media străine sunt deja înregistrate ca agenți străini în SUA, între care CBC Canada, NKK din Japonia și „Daily China”.

Noile măsuri ruseşti împotriva mass media internaţionale se sprijină pe o lege adoptată de Duma de Stat încă în 2012. Potrivit acesteia, ONG-urile finanţate din străinătate trebuie să se înregistreze ca reprezentanţi ai unor organizaţii străine. Pe atunci, Kremlinul a reacţionat la o serie de demonstraţii împotriva lui Vladimir Putin. Guvernul acuza ONG-urile că se află în spatele acestor demonstraţii. Între timp, în Rusia au fost declarate "indezirabile" 11 ONG-uri. Unele şi-au închis birourile din Rusia. Dar niciuna din paginile lor internet nu a fost blocată.

Aparent, ar exista similitudini clare între cele două situații. Numai că sunt diferențe esențiale între regimul în care lucrează RT si Sputnik în America și cel în care încearcă să lucreze Radio Europa Liberă / Svoboda sau Vocea Americii, în Rusia. RT nu are nici o problemă de distribuție în Statele Unite, spre deosebire de „Svoboda" sau Vocea Americii în Rusia. Încă din 2012, Radio Europa Liberă / Svoboda a fost scoasă (prin diverse măsuri administrative) de pe unde, iar programele de televiziune nu pot fi distribuite pe cablu.

### *Propaganda SUA în Europa?*

Washingtonul a lansat un concurs pentru proiecte destinate creșterii accesului cetățenilor la o informare obiectivă în Ungaria, proiecte în valoare de 700.000 de dolari (590.000 de euro)[7].

În legătură cu acest fapt, în noiembrie 2017, Ungaria acuză SUA de „imixtiune în afacerile interne. Guvernul de la Budapesta a reacționat vehement împotriva acestui proiect american de finanțare a unei prese obiective în Ungaria, în contextul unei concentrări crescute a media în mâinile apropiaților premierului ungar Viktor Orban. Ministrul de Externe Szijjarto a subliniat că acest demers este asemănător unei tentative de a interveni în campania electorală din Ungaria, țară unde se vor desfășura în aprilie alegeri legislative la care Orban va candida pentru un al treilea mandat consecutiv.

### *Combaterea propagandei ruse în UE*

La nivelul UE pericolul propagandei ruse a fost recunoscut oficial prin Concluziile Consiliului European din 19-20 martie 2015, document prin care s-a pus baza creării *Grupului Operativ de Comunicare Strategică în Est* (East StratCom) care are ca obiect de activitate lupta împotriva dezinformării. Serviciul de Acţiune Externă al UE acționează pentru a găsi modalități de contracarare a campaniilor de dezinformare ale Rusiei. Au fost angajați 5 experți din Cehia, Danemarca, Estonia, Letonia și Marea Britanie pentru a conduce această celulă de comunicare strategică și contracarare a războiului informațional, numită ***East StratComTeam*** [20]. Partea cea mai importantă a muncii lor va fi să decripteze și să expună relatările și poveștile mincinoase ale media Rusiei și a propagandei oficiale purtată de oficiali ruși, informație care să fie livrată statelor membre, reprezentanților diplomatici ai UE, mass-mediei și statelor partenere din spațiul post-sovietic.

Prin urmare, alături de prioritățile actuale al Uniunii Eurepene de creștere economică și siguranță a cetățeanului, este și combaterea mai fermă a propagan-

[7] *Washingtonul şi-a manifestat de altfel preocuparea în legătură cu publicarea, în septembrie, în Ungaria, a unei liste cu jurnaliști calificați 'agenți' ai miliardarului american de origine ungară George Soros, care devenit de mai multe luni ținta guvernului naționalist al lui Viktor Orban.*

dei antieuropene venită din afara Uniunii, în special dinspre Federația Rusă. Propaganda rusă din ultimul deceniu, alături de retorica partidelor populiste, au pompat încontinuu în spațiul public european mesaje de dezinformare cu scopul de a destabiliza instituțiile UE, pentru subminarea proiectului european.

La 24 noiembrie 2017, opt state membre au cerut Serviciului European de Acțiune Externă să-și extindă în mod semnificativ activitatea de combatere a propagandei ruse. Cu o Scrisoare adresată Înaltului Reprezentant pentru Politică Externă și de Securitate, Federica Mogherini, s-au adresat miniștrii de externe din șase state care s-au aflat sub umbrela comunistă – Croația, Republica Cehă, Letonia, Lituania, Polonia și România. Scrisoarea a fost, de asemenea, semnată de miniștrii de externe ai Suediei și Marii Britanii. Aceștea au precizat că "este nevoie de consolidarea capacităților **StratCom**, în fața campaniei de dezinformare practicată de un stat terță". Scrisoarea solicită lansarea la capacitatea maximă "a două noi filiale ale Grupului operativ *StratCom al Balcanilor de Est și Sud".* De asemenea, mai este precizat că ar trebui să dispună de "resurse suficiente" pentru a putea achiziționa "tehnologii inovatoare, cum ar fi analiza massmedia, evaluarea riscurilor și instrumente de date" [21].

În România, ministrul Afacerilor Externe, Teodor Melescanu a creat un departament de comunicare strategica în cadrul MAE pentru a analiza și contracara știrile false [22]. Aceasta structura funcționează în cadrul Departamentului de analiză politică și sinteză al MAE. Aici se analizeaza toate știrile false, vectorii care le propagă și se propun știri de presă cu informații credibile și adevărate care sa poată să contrabalanseze acest tip de atac.

Actualmente, UE întreprinde un șir de măsuri concrete în vederea contracarării acțiunilor de dezinformare ale Rusiei. Astfel, bugetul UE adoptat de către Parlamentul European la finele lui 2017, prevede pentru următorii 5 ani peste 1 million EURO anual care vor fi folosiți pentru instuirea în domeniul contracarării știrilor false, în specia în Europa de Et și Balcanii de Vest. De asemenea, circa 3,8 milioane EUR vor fi direcționați pentru îmbunătățirea comunicării strategice către Comisia Europeană și Serviciul European de Acțiune Externă. Totodată, Comisia Europeană a demarat lucrul la noua strategie pentru gestionarea problemei legate de răspândirea știrilor false. Un Grup de Experți de nivel înalt, constituit din mediul academic, platforme online, ONG-uri etc., selectat de Comisie, urmează să dezvolte strategia până în primăvara lui 2018.

### *Cât de important este subiectul Comunicării Strategice?*

Conceptul de ***comunicare strategică*** mult mai general, care acoperă deopotrivă conceptele de operaţii informaţionale, relaţii publice, diplomaţie publică, operaţii psihologice, a devenit un punct de confluenţă între NATO şi Statele Unite. Definiţia americană, din 2004, a acestui concept, cuprinsă în Report of the Defence Science Board Task Force on Strategic Communication, Depart-

ment of Defense, Washington, este: „*O varietate de instrumente utilizate de guverne pentru înţelegerea şi explicarea unor atitudini şi culturi globale, pentru angajarea unui dialog de idei între oameni şi instituţii, pentru consilierea liderilor politici şi militari, a diplomaţilor, privind efectele unor opţiuni politice asupra opiniei publice, precum şi pentru influenţarea atitudinilor şi comportamentelor prin strategii de comunicare"* [8].

La nivelul Uniunii Europene, *Comunicarea Strategică* a apărut sub forma *Planului de Acțiune privind Comunicarea Strategică,* prezentat de Comisia Europeană în iunie 2015, și își propune trei mari obiective:

- eficientizarea comunicării și promovarea politicilor UE în relație cu Vecinătatea Estică;
- Întărirea zonei media în Vecinătatea Estică și în statele membre, inclusiv sprijin pentru libertatea presei și consolidarea presei independente;
- Îmbunătățirea capacității UE de a prevedea, aborda și răspunde la activitățile de dezinformare derulate de actori externi.

Totodată, a fost dezvoltat de către EEAS (Serviciul de Acțiune Externă al UE) „*East StratCom Task Force"*, care se adresează problemelor specifice venite din est și „*Arab StratCom Task Force",* care este dedicat problemei radicalismului în lumea arabă.

Ulterior, în 2016, în fața presiunii crescânde și sistematice asupra UE de a combate dezinformarea și propaganda din est și sud, Parlamentul European, prin Raportul referitor la comunicarea strategică a UE pentru contracararea propagandei părților terțe împotriva sa, a recunoscut impactul extrem de serios al propagandei ostile la adresa UE și a solicitat ca ***StratCom*** să se transforme într-o structură cu drepturi depline în cadrul EEAS, cu un personal și resurse bugetare adecvate.

### *Electoratul din Republica Moldova sub influența propagandei ruse și a fake-news*

În sfera politică, uneori, fake -urile sunt generate inconștient sau premeditat de către actorii politici. Astfel, în contextul scandalului diplomatic produs între Republica Moldova și Federația Rusă, după ce guvernul de la Chișinău l-a declarat pe vice-premierul Dmitrii Rogozin *persona non grata, o* declarație care poate adera la categoria fake-news îi aparține președintelui Igor Dodon: *"Nu văd niciun motiv pentru introducerea vizelor. Nu văd la ce ar servi asta Republicii Moldova şi relaţiilor noastre bilaterale, mai ales că on Federaţia Rusă se află peste 500 de mii dintre cetăţenii noştri. E limpede că, atunci cənd cineva promovează asemenea idei, nu se gəndeşte că asta oi va afecta on primul rənd pe cetăţenii noştri*", a declarat Igor Dodon pentru "Izvestia".

Publicația rusească insinuează că, în acest fel, autoritățile moldovene ar intenționa să agraveze relația cu Moscova. Potrivit vice-președintelui comisiei pentru țările din CSI, Viktor Vodolațki, un asemenea scenariu ar fi logic, guver-

narea de la Chișinău fiind inspirată de „patronii din Occident". În felul acesta, în spațiul informațional moldovenesc s-a născut un *fake*.

Ca urmare, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene al Republicii Moldova a fost nevoit să difuzeze un comunicat de presă prin care să dezmintă această informație fake: „*Aduce la cunoștință că informațiile apărute în presă privind intențiile autorităților moldovenești de a modifica regimul de vize dintre Republica Moldova și Federația Rusă nu corespund adevărului*" [23].

Dezvoltarea internetului, a *social media*, în special, a favorizat construcția și distribuirea fake-news. În decurs de opt ani, procentul moldovenilor care declară că se informează în primul rând de pe Internet a crescut simţitor, de la 5% în martie 2009 până la 24% în aprilie 2017. Paralel a crescut şi încrederea cetăţenilor în conţinutul online – 22% spun că au cea mai mare încredere în Internet (aprilie 2017). Doar campania prezidenţială din toamna anului trecut a decredibilizat mult online-ul, mai ales din cauza campaniilor de manipulare lansate de factorii politici [24].

Tot din aceste sondaje aflăm că 18% dintre respondenţi declarau că se informează despre evenimente direct de pe social-media. Creşterea este sesizată mai ales în mediul rural (de la 3,3% în aprilie 2015 la 15% în aprilie 2017) şi în rândul tinerilor cu vârsta cuprinsă între 18 şi 29 de ani (35% dintre aceştia au declarat că citesc ştiri direct de pe reţele sociale). Se înţelege de la sine că ponderea acestora ar putea depăşi şi 30% până la sfârşitul anului 2018, mai ales că a început să crească şi procentul utilizatorilor care se conectează la Internet direct de pe telefon sau tabletă (peste 40% din internauţi).

Iar pentru că ponderea televiziunii scade şi a Internetului creşte, propagandiştii de serviciu din mediul online autohton creează, după model rusesc, diferite site-uri fantomă, preluând şi adaptând nume cunoscute de organizaţii şi instituţii media pentru a părea cât mai credibili (Jurnal – *Jurnalul*; Ziarul Naţional – *Ziarul Naţiunii,* clona site-ului publicaţiei „Ziarul de Gardă", etc.) [24].

Pe aceste site-uri sunt publicate, între alte informaţii, mesaje de promovare a partidului, a liderului de partid, sau de defăimare a oponenţilor politici ai acestuia. Ulterior, informaţiile sunt preluate şi de posturile audiovizuale, cu trimitere la sursă sau cu menţiunea „după cum informează presa".[8]

Iată un exemplu de utilizare a site-urile suspect: *PresaIndependenta.com*. Atrage atenţia sloganul portalului, publicat pe pagina de Facebook: „Noi suntem alternativa presei captive!". „Presa captivă, stat captiv"– asta seamănă mai mult cu sloganurile Platformei Demnitate şi Adevăr. La prima vedere, ar părea un site afiliat opoziţiei, dar la o analiză mai atentă ne dăm seama că e mai degrabă o

[8] *În Republica Moldova nu există reglementări referitoare la online. Practic, oricine poate crea un site ascunzându-se în spatele anonimatului, iar conţinutul portalului poate fi chiar calomnios, indecent, situat dincolo de normele deontologiei jurnalistice.*

încercare de sabotare online a opoziţiei, mai ales că se promovează în subsidiar necesitatea adoptării sistemului electoral mixt (promovat de PD-PSRM) [24].

### *Contracararea propagandei ruse din audiovizual moldovenesc*
### *Legea privind modificarea și completarea Codului Audiovizualului*

Republica Moldova a făcut primul pas concret în combaterea războiului informațional [12].

Deputații din PDM au propus o modificare a Codului Audiovizual prin introducerea unui termen nou – cel de ***securitate informațională***. Astfel, în art.2 se propropune introducerea următoarei definiții: ***Securitate informațională*** *înseamnă "ansamblu de măsuri în vederea asigurării protecției persoanelor, societății și statului de eventuale tentative de dezinformare și/sau de informare manipulatoare din exterior și neadmiterii provocărilor cu caracter mediatic îndreptate împotriva Republicii Moldova"* [25].

Iar securitatea informațională devine temei de intervenție a statului în activitatea mass mediei străine, care nu respectă prevederile legislației europene în materie de emisiuni cu transmisie transfrontalieră.

Legiuitorii au propus completarea Art.9 din Codul Audiovizualului, care reglementează „*Libera recepționare a serviciilor de programe",* cu un alineat care *permite radiodifuzorilor transmisia doar a programelor TV și radio cu conținut informativ, analitic, militar și politic care sunt produse în statele UE, SUA, Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția Europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră"***.**

Noile prevederi nu vizează în mod expres mass-media rusă, dar se referă la produsele media (de natură informațional-analitică, politică, militară) din țări care nu au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră. Din acest grup de țări face parte Rusia, dar și alte state din CSI (4 țări) și chiar din UE (7 state), precum și Georgia.[9]

Tabelul: Țările care nu aplică Convenția European cu privire la televiziunea transfrontalieră (nesemnat, neratificat)

| **Țara** | **Convenția nesemnată** | **Convenția semnată, dar neratificată** |
|---|---|---|
| *Comunitatea Statelor Independente* | | |
| Armenia | X | |
| Azerbaijan | X | |
| Rusia | | X |

[9] *Legea a fost adoptată de către 61 de parlamentari din 87 prezenți, opoziția extraparlamentară (PAS și Platforma DA) a lăsat subiectul fără reacție oficială imediată, la fel cum a făcut-o Delegația UE și Ambasada SUA. Unicele forțe politice care și-au manifestat dezaprobarea deschis sunt PSRM și Igor Dodon, PCRM și Vladimir Voronin și liderii din autonomia găgăuză.*

| | | |
|---|---|---|
| Belarus | X | |
| *Alte țări din Europa de Est și Caucaz* | | |
| Georgia | | X |
| *Uniunea Europeană* | | |
| Belgium | X | |
| Denmark | X | |
| Grecia | | X |
| Irlanda | X | |
| Luxembourg | | X |
| Olanda | | X |
| Suedia | | X |

*Sursa: Consiliul Europei*

Pentru încălcarea modificărilor propuse, inițiativa prevede aplicarea unei amenzi de la 40.000 la 70.000. Documentul propune chiar retragerea licenție de emisie în cazul aplicării graduale a sancțiunilor propuse. Pentru încălcarea repetată amenda va constitui de la 70.000 până la 100.000 lei. Retagerea licenței de emisie – dupa sanctionarea graduala conform prevederilor art.9 al 2(1).[10]

Prin aceste măsuri, liderii PDM au dorit să transmită partenerilor occcidentali că statul moldovenesc este supus *războiului hibrid* din partea Federației Ruse, care cuprinde instrumente de presiune în comerțul bilateral, mediatice și de securitate (prin refuzul de evacuare a forțelor militare ruse în regiunea transnistreană și este nevoiut să întreprindă măsuri de securizare, iar autoritățile moldovene sunt ferm decise să urmeze cursul european.

Astfel, în ajunul votării legii în cauză, într-un articol publicat pe *euobserver.com*, din 13 decembrie 2017, în contextul summit-ului Parteneriatului Estic, Vladimir Plahotniuc menționa: "*Atât țara mea, Moldova, cât și Ucraina și Georgia, au pornit pe calea construirii unei relații mai apropiate cu UE*"... "*Într-adevăr, dorim să introducem o schimbare în Constituție care va face din integrarea europeană o prioritate națională și obiectivul extern de bază al Moldovei, izolând această ambiție de politizare".* În articol, liderul PDM vorbește și despre "*campanii de dezinformare care ar putea submina instituțiile și sistemele noastre politice, într-un moment crucial*".[11]

---

[10] *În motivația legii intră referiri extinse la acte ale Parlamentului European și Consiliul Europei - Analiza Parlamentului European, Strategia de comunicare a UE cu o viziune pentru contracararea propagandei; Studiul Consiliului Europei - Libertatea de exprimare și media audiovizuală, luând act și de jurisprudența CEDO, aprilie 2016.*

[11] *"Țările din Parteneriatul Estic și UE trebuie să lucreze împreună pentru a identifica priorități comune și o vecinătate mai stabilă și sigură, arătând prin asta că nu vom fi descurajați de comportamentul agresiv din partea Rusiei".*

### *Reacții adverse*

Adunarea Populară a Găgăuziei și-a exprimat îngrijorarea și dezacordul cu legea adoptată, atenționând asupra limitării exprese a garanțiilor constituționale privind libertatea de exprimare, libertatea de opinie, dreptul la informare, libertatea presei, totodată fiind instituită cenzura, fapt inadmisibil într-un stat democratic. Totodată, Președintele Igor Dodon a criticat dur această lege, afirmând că democrația înseamnă pluralism de opinie, ceea ce înseamnă că fiecare decide ce dorește să privească, și acest lucru nu poate fi impus de o majoritate de la guvernare care nici nu se bucură de susținerea poporului. Șeful statului declară că „așa-numita lege anti-propagandă" este una neconstituțională și va fi restituită Parlamentului cu argumentele corespunzătoare[12].

### *Reacția Ambasadei SUA*

Ambasadorul SUA în Republica Moldova J.Pettit a decarat că Statele Unite înțeleg cu siguranță riscurile pe care le prezintă dezinformarea rusească. În opinia diplomatului american, propaganda străină este o problemă în Moldova, dar Moldova se confruntă, de asemenea, cu probleme de control intern asupra mass-mediei.

Amintm, că Freedom House afirmă că concentrarea proprietății, mai ales în sectorul televiziunii, este unul dintre cele mai mari obstacole în calea independenței mass-media în Moldova - estimând că 80% din posturile de televiziune naționale sunt deținute de persoane afiliate cu partide politice. Această situație nu numai că amenință independența mass-mediei în Moldova, ci și generează mesaje care pot fi caracterizate ca un tip diferit de propagandă, din surse interne. "*De aceea, răspunsul SUA și al Uniunii Europene este de a spori protecția pentru vocile independente de aici. Nu vom folosi lupta împotriva propagandei ca pretext pentru a închide vocile de alternativă. Mai mult, experți internaționali precum Consiliul Europei și OSCE au declarat că interdicțiile extensive nu sunt eficiente în lupta împotriva propagandei rusești."* [26].

---

[12] *Proiectul de lege privind interzicerea propagandei a fost respins de două ori de către Președintele Igor Dodon, chiar dacă el era obligat să îl semneze după ce deputații și-au menținut votul. Pentru refuzul premeditat de a-și exercita atribuțiile prevăzute de lege, Curtea Constituțională l-a suspendat temporar pe Igor Dodon. Ca urmare, proiectul de lege a fost promulgat de către speakerul Parlamentului, Andrian Candu, la 12 ianuarie. Prin urmre, începând cu 12 februarie, emisiunile analitice și militare rusești nu vor mai apărea la televiziunile și radiourile din țară. Legea privind modificarea Codului Audiovizualului, care prevede interzicerea propagandei rusești a fost publicată în Monitorul Oficial și va intra în vigoare peste 30 de zile. Ca urmare, posturile de radio și TV din Moldova nu vor avea dreptul să difuzeze programe cu un conținut informativ, analitic, militar și politic din statele care nu au ratificat Convenția Europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră.*

### *Concluzii*

Războiul informațional a devenit astăzi principala formă de război. Puterile politice se luptă pentru sfere de influență, pentru mandatele guvernării, pentru dominație în sistemul politic național, regional sau global prin obținerea unei percepții pozitive. Se dă lupta pentru conștiință și pentru subconștient. În acest sens, principala armă a devenit propaganda și operațiunile psihologice.

Teoria şi practica războiului informaţional se bucură în ultimul timp de o atenţie crescândă din partea politicienilor, strategilor, oamenilor de ştiinţă şi mijloacelor de informare în masă din diverse ţări, îndeosebi din spaţiul nord-atlantic și european. Războiul informaţional este tratat ca război politic, ca parte componentă a politicii statului, atât pentru promovarea, cât şi pentru protejarea intereselor naţionale.

Astfel, s-au creat premise obiective pentru dezvoltarea noilor tehnologii de comunicare în masă. În limbajul politic apare un concept nou – cel de ***comunicare strategică***. O noțiune care întrunește mai multe fenomene din câmpul comunicațional: razboi informațional, diplomație publică, realații publice, propagandă, operațiuni informaționale.

Dezvoltarea mijloacelor de comunicare şi a cercetării ştiinţifice face posibilă elaborarea unor strategii de manipulare informaţională atât la nivel planetar, cât şi la nivel naţional sau chiar individual. Prin controlul mass-media se pot manipula cetățenii în așa mod, încât atitudinea acestora față de anumite probleme, față de actori politici să fie favorabilă manipulatorului. Vestul și Estul se confruntă în prezent prin război informațional, iar tehnicile acestuia amintesc deseori de razboiul rece.

*Concepţia occidentală* actuală este una de contracarare a dezinformării prin difuzarea adevărului. Aceasta se bazează pe presupunerea că propaganda eşuează din cauza lipsei de credibilitate şi că toate informaţiile false nu sunt eficiente pentru că nu pot influenţa populaţia inteligentă.

### *Bibliografie*

1. Bernays E. Propaganda. - New York, 1928.
2. Iancu B. Post-adevăr și „Fake news“. De la tribalizare la filtre. (Interviu cu Constantin Vică). // «Sfera Politicii», nr.1-2, 2017, pp.191-192.
3. Neculau A. Psihologie socială. Aspecte contemporane. - Iaşi, Editura Polirom, 1996.
4. Roșca S. Reflecții conceptuale asupra noțiunii de propaganda: istorie și actualitate. //
5. Relaţii Internaţionale Plus, Nr.1 (9), 2016, pp.55-65.
6. Hermann E., Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. - Pantheon Books, 1988.
7. Hentea C. Arme care nu ucid. - Bucureşti, Editura Nemira, 2004.

8. Doctrine for Information Operations, Joint Pub 3–13, USA, 1998.
9. Report of the Defence Science Board Task Force on Strategic Communication, Department of Defense, Washington D.C., september 2004.
10. https://cersipamantromanesc.wordpress.com/tag/agresiunea-rusa-inucraina/, accesat la 25.11.2015.
11. Chifu I. Războiul informațional. Tipizarea războiului informațional al Rusiei, https://www.semperfidelis.ro/e107_files/public/1467775245_2186_FT4490_iulian_chifu_-_tipizarea_razboiului_informational_al_rusiei.pdf, accesat 16.11.2017
12. Chifu I., Nantoi O. Războiul informațional: tipizarea agresiunii informaționale a Federației Ruse. – Bucuresti, Editura Institutului de Ştiinţe Politice şi Relaţii Internaţionale Ion I.C.Brătianu al Academiei Române Bucureşti, 2016.
13. Chifu I. Războiul informațional consacrat prin lege la Chișinău. Lupta contra propagandei ruse din audiovizual, https://deschide.md/ro/stiri/editorial/13297/Iulian-CHIFU--R%C4%83zboiul-informa%C8%9Bional-consacrat-prin-lege-la-Chi%C8%99in%C4%83u-Lupta-%C3%AEmpotriva-propagandei-ruse-din-audiovizual.htm, accesat 16.06.2017
14. http://adevarul.ro/locale/botosani/adevarul-despre-abuzurile-comise-romani-basarabia-marturiile-crunte-despre-jandarmii-smulgeau-unghiile-oamenilor-1_5a2ea1ac5ab6550cb8159030/index.html, accesat 12.12.2017.
15. ps://deschide.md/ro/stiri/externe/21325/O-altă-țară-europeană-acuză-Rusia-de-manipulare-și-răspândire-de-informații-false.htm, accesat 14.11.2017.
16. http://www.ruslo.cz/index.php/arkhiv-zhurnala/2016/item/479-propaganda-segodnya, accesat 15.11.2017.
17. http://www.hotnews.ro/stiri-international-22111121-theresa-may-avertisment-dur-pentru-rusia-lui-vladimir-putin-stim-faceti-nu-veti-reusi.htm, accesat 4.11.2017.
18. https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en/9443/Disinformation%20Review
19. https://deschide.md/ro/stiri/externe/22191/Canalul-propagandistic-Russia-Today-France-luat-la-ochi-de-Audiovizualul-din-Paris.htm, accesat 29.11.2017.
20. http://www.bbc.com/news/magazine-33788518, accesat 23.12.2017.
21. https://www.dcnews.ro/comunicarea-strategica-raspunsul-european-la-razboiul-hibrid_557981.html? accesat 13.09.2017.
22. http://www.caleaeuropeana.ro/romania-si-alte-sapte-state-membre-ue-scrisoare-catre-federica-mogherini-pentru-sporirea-eforturilor-de-a-combate-propaganda-rusa/, accesat 23.10.2017

23. http://www.hotnews.ro/stiri-politic-21939555-melescanu-creat-departament-comunicare-strategica-cadrul-mae-este-nevoie-stirile-false-fie-contracarate.htm, accesat 5.08.2017.
24. http://10tv.md/2017/08/16/dodon-minte-maeie-dezminte-informatiile-despre-impunerea-unui-regim-de-vize-pentru-rusi/, accesat 16.08.2017
25. STOP FALS // „Site-urile fantomă", ca instrument de manipulare, https://www.ziarulnational.md/stop-fals-site-urile-fantoma-ca-instrument-de-manipulare/, accesat 23.08.2017
26. http://www.parlament.md/LinkClick.aspx?fileticket=tz6%2bH3AFTNA%3d&tabid=255&language=ro-RO, accesat 23.12.2017.
27. https://www.facebook.com/U.S.EmbassyMoldova/, accesat 14.12.2017.
28. Centrul de Excelenţă NATO pentru Comunicaţii Strategice Colegiul NATO de la Roma Conflictul din Ucraina dezinformare diversiune manipulare propagandă agresivă război informațional sabotaj, http://presamil.ro/razboiul-informational-dus-de-rusia/
29. http://www.universulromanesc.com/ginta/threads/2190-Mass-mediile-reprezinta-a-patra-putere-in-stat-instrumente-de-modelare-dezinformare
30. http://www.paginaderusia.ro/cum-justifica-propaganda-rusa-invazia-urss-in-polonia-in-1939/
31. https://www.europalibera.org/a/duma-obliga-presa-straina-sa-se-inregistreze-ca-agenti-straini-in-rusia/28855347.html, accesat 15.11.2017

30.12.2017