

SPAȚIUL INFORMAȚIONAL AL REPUBLICII MOLDOVA SUB PRESIUNEA PŢENȚIALULUI MANIPULATIV AL PROPAGANDEI STRĂINE

THE INFORMATION SPACE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA UNDER THE PRESSURE OF THE MANIPULATIVE POTENTIAL OF FOREIGN PROPAGANDA

CZU: 659.4:070.16:004.056.5(478)

<https://doi.org/10.59295/spd2024s.40>

Aurelia PERU-BALAN,
ORCID: 0000-0001-5199-0540
e-mail: peruaurelia@gmail.com
Universitatea de Stat din Moldova

Rezumat. În contextul actual al confruntărilor geopolitice, dezinformarea și propaganda au devenit instrumente esențiale pentru influențarea opiniei publice și subminarea stabilității în țările vizate. Republica Moldova este un exemplu unde aceste tactici sunt utilizate intensiv. În acest studiu de caz ne propunem să examinăm narativele propagandiste care sunt diseminate în spațiul informațional autohton și modul în care Republica Moldova își consolidează reziliența informațională pentru a contracara aceste fenomene și pentru a menține ordinea și stabilitatea în țară.

Cuvinte-cheie: Republica Moldova, propagandă, dezinformare, reziliență informațională, SIS, Comunicare strategică

Summary. In the current context of geopolitical confrontations, disinformation and propaganda have become essential tools for influencing public opinion and undermining stability in targeted countries. The Republic of Moldova serves as an example where these tactics are used intensively. This case study aims to examine the propagandist narratives disseminated in the informational space and how the Republic of Moldova is strengthening its information resilience to counter these phenomena and maintain order and stability in the country.

Keywords: Republic of Moldova, propaganda, disinformation, information resilience, SIS, Strategic Communication

INTRODUCERE

Actualitatea acestui studiu este subliniată de escaladarea tensiunilor geopolitice în Europa de Est și de creșterea complexității tacticilor de dezinformare utilizate. În acest context, Republica Moldova se confruntă cu un flux intensiv de informații manipulative din partea actorilor geopolitici care încearcă să-și extindă influența în regiune. Dezinformarea și propaganda rămânând printre cele mai sofisticate metode ale războiului hibrid, au ca scop slăbirea încrederii în instituțiile puterii, în instituțiile de apărare. Războiul din Ucraina și tensiunile din jurul Transnistriei, atmosfera tensio-

nată din UTA Găgăuzia, adaugă un nivel suplimentar de vulnerabilitate informațională pentru Moldova, făcând necesară consolidarea rezilienței informaționale. *Problema centrală* investigată în acest studiu o constituie identificarea narativelor propagandiste și dezinformarea, care pot afecta stabilitatea informațională și politică a Republicii Moldova. Studiul explorează tacticile de dezinformare utilizate de actorii geopolitici, influența asupra opiniei publice și strategiile adoptate de Republica Moldova pentru a contracara în mod eficient dezinformarea într-un peisaj geopolitic dinamic și complex.

MATERIALE ȘI METODE

Metodologia cercetării. Pentru a răspunde obiectivelor cercetării a fost utilizate metodologic metode specifice științelor comunicării politice – analiza de conținut; investigarea narativelor de propagandă și dezinformare prin intermediul media tradiționale și online; opinia experților în domeniu.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Propaganda politică în contextul actualelor confruntări geopolitice

Fenomenul propagandistic a fost studiat de mai mulți cercetători. Primele abordări și teorii, în perioada de înflorire a regimurilor totalitare, fiind legate de numele lui Harold Lasswell („Tehnicile propagandei în războiul mondial”, 1927) [1] și Edward Bernays („Propaganda”, 1928) [2]. O abordare complexă fenomenului propagandistic oferă J. Ellul (*Propagande: La formation des hommes*, 1973) [3], Gerard Maletzke, în 1972 [4, p. 153-164], care prezintă „propaganda ca încercări planificate de a influența prin comunicare opiniile, atitudinile, comportamentele unui grup țintă, cu scop politic”.

Tab.1 Prin ce se deosebește propaganda sec. XIX de cea actuală?

Propaganda sec.XIX	Propaganda contemporană
<p>Canale de distribuire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mass-media tradițională: presa scrisă, radioul, filmele și televiziunea. Propaganda se baza pe controlul strict al acestor canale. • Publicitate: Mijloace vizuale și auditive erau folosite pentru a crea mesaje persuasive, adesea unidirecționale. 	<p>Canale de distribuire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet și Social Media: platformele digitale (Facebook, Twitter, YouTube) au devenit principalele canale pentru distribuția propagandei. Acestea permit o distribuție rapidă și pe scară largă. • Tehnologii avansate: Inteligența artificială și algoritmi de personalizare (targetare) sunt folosiți pentru a direcționa mesaje specifice către grupuri demografice particulare.

<p>• Control și Manipulare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cenzură și control centralizat: statele totalitare (e.g., Germania nazistă, URSS) controlau strict informațiile, folosind propaganda pentru a promova ideologii specifice și pentru a descuraja disidența. • Campanii de dezinformare: descriau inamicii într-o lumină negativă și foloseau stereotipuri și mesaje simpliste pentru a influența opinia publică. 	<p>• Control și Manipulare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manipulare descentralizată: spre deosebire de controlul centralizat, propaganda modernă poate fi generată și distribuită de multiple entități, inclusiv actori non-statali și persoane particulare. • Deepfakes și dezinformare digitală: tehnologia permite crearea de conținut fals (e.g., videoclipuri deepfake) și campanii de dezinformare sofisticate, care sunt greu de detectat.
<p>Mesaje și obiective:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naționalism și ideologie: propaganda era adesea utilizată pentru a promova ideologii politice (fascism, comunism) și pentru a mobiliza populația în timp de război. • Crearea de culturi ale personalității: Liderii erau adesea glorificați, iar imaginea lor era folosită pentru a simboliza statul sau ideologia. 	<p>• Mesaje și obiective:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Polarizare și fragmentare: mesajele sunt adesea menite să polarizeze și să divizeze populația, să discrediteze adversarii politici sau să destabilizeze societăți. • Influență electorală: utilizarea propagandei pentru a influența alegerile și opiniile politice.
<p>Impact:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Într-o perioadă cu acces limitat la surse alternative de informare, propaganda avea un impact puternic asupra formării opiniilor și comportamentelor. 	<p>Impact:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Într-o epocă a informației abundente, propaganda contribuie la crearea de “bule informaționale” și poate provoca supraîncărcare informațională și confuzie. • Rezistență la fact-checking: Propaganda modernă este adesea rezistentă la demascare datorită complexității și răspândirii rapide a dezinformării.

Sursa: tabel realizat de autor

Prin urmare, propaganda din secolul XX a fost mai controlată și unidirecțională, bazându-se pe mass-media tradițională pentru a modela opinia publică în mod centralizat și coerent. Propaganda actuală, pe de altă parte, este mai dispersată, se folosește de tehnologia digitală pentru a personaliza și fragmenta mesajele, și poate fi generată și diseminată de o gamă mai largă de actori. Aceasta face ca detectarea și combaterea propagandei moderne să fie mai complexe și mai provocatoare.

În contextul actualelor confruntări geopolitice, propaganda a cunoscut o intensificare și o sofisticare fără precedent, influențată semnificativ de conflictul militar dintre Rusia și Ucraina. Astfel, „Propaganda a evoluat într-o formă hibridă, combinând tehnici tradiționale cu tactici moderne de dezinformare digitală. Aceasta nu doar distorsionează realitatea, ci creează o multitudine de narațiuni paralele pentru a dezorienta publicul și a submina consensul global.” [5, p.142-145] În opinia lui Thomas Rid „Propaganda pe timpul războiului din Ucraina reflectă o schimbare de paradigmă, în care accentul este pus pe manipularea informației și pe războiul informațional. Acest tip de propagandă exploatează vulnerabilitățile rețelelor sociale și ale media tradiționale pentru a amplifica tensiunile și a dezinforma” [6, p.310-312].

Principalele narative ale propagandei Kremlinului atât către Est, cât și pentru Vest pot fi deduse și din scandalosul interviu pe care Vladimir Putin l-a acordat, la Moscova, în 7 februarie 2024, prezentatorului de televiziune american Tucker Carlson [7]. Printre narativele asupra cărora Putin a insistat, experții în dezinformare ai think-tankului Global Focus au identificat câteva care au fost ulterior preluate de cei care promovează mesajele Rusiei în spațiul informațional: pacifismul toxic (răspândește teama de război global și susține că doar Ucraina ar trebui să facă compromisuri sub pretextul păcii); revizionismul teritorial (în beneficiul țărilor vecine- Polonia, României); ideea că Rusia este neînțeleasă; acuzațiile că CIA ar fi aruncat în aer conductele Nord Stream; teza că Occidentul este de fapt agresorul prin faptul că s-a apropiat prea mult de granițele Rusiei.

Diseminarea narativelor propagandiste către consumatorii de informație din Republica Moldova s-a intensificat odată cu obținerea statutului de țară candidată la aderare la UE (la 23 iunie 2022, Consiliul European a acordat Republicii Moldova statutul de țară candidată) și în contextul demarării propriu-zise a negocierilor de aderare (24 iunie 2024), care au coincis cu prefaza alegerilor prezidențiale și a referendumului constituțional, preconizate pentru 20 octombrie 2024. Astfel, într-o conferință de presă privind *Evaluarea implicării Federației Ruse în procesele electorale din Republica Moldova, în 2024-2025*, Alexandru Musteața, directorul Serviciului de Informații și Securitate, declara că „influențele hibride din partea Federației Ruse au la bază imixtiuni în afacerile interne ale Republicii Moldova, cu implicarea actorilor politici, structurilor asociative/grupurilor pro-ruse de influență, companiilor informativ-analitice, conectate factorului rus, precum și grupurilor separate de cetățeni finanțați clandestin de către centrele subversive externe” [8]. Pentru a-și atinge obiectivele, forțele ostile, Kremlinul mizează pe o strategie ce include trei elemente principale, și anume:

- Susținerea actorilor politici aflați sub control direct sau indirect al Federației Ruse;
- Crearea mai multor crize în mai multe domenii ale vieții socio-politice;
- Atac informațional de amploare pentru a amplifica efectul psihologic al crizelor [9].

Procesele de integrare în Uniunea Europeană și de colaborare cu NATO pentru întărirea capacității de apărare a Republicii Moldova au făcut ca propaganda rusă, ca parte a războiului hibrid, să devină o problemă majoră de securitate a statului. Scopul propagandei, dezinformării și manipulării reprezintă deturnarea vectorului de politică externă al Republicii Moldova, păstrarea dependenței energetice și economice de Rusia. Astfel, narativele despre militarizare, consolidarea capacităților de apărare ale armatei naționale, dar și prezența de trupe străine au inundat spațiul online. De exemplu, în iunie, pe canalele de Telegram este răspândită o știre falsă care face referire la o revistă franceză, potrivit căreia Franța a trimis 500 de soldați în Moldova și că aceștia ar fi în pericol de a fi atacați de Rusia, într-un context legat de Transnistria. Într-o notă informativă ministrul Apărării precizează că aceasta este o dezinformare cu caracter provocator și manipulator”. În calitate de „argument plauzibil” servește comunicatul oficial despre Acordul de cooperare între Guvernele Republicii Moldova și Republicii Franceze în domeniul apărării, semnat în 7 martie 2024, la Paris [10].

În condițiile amplificării propagandei străine, un rol determinat îi revine comunicării strategice și mecanismelor de combatere a dezinformării. Comunicarea strategică reprezintă un set de practici și tehnici utilizate pentru a transmite mesaje clare și eficiente în scopul influențării percepțiilor, modelării comportamentelor și contracarării dezinformării și propagandei.

Conceptul de comunicare strategică este studiat astăzi de mai mulți autori, dintre care Christopher Paul [11], Philip Seib[12], Bogdan Țuțuianu[13]. Philip Seib descrie comunicarea strategică ca fiind o abordare intenționată și bine planificată a comunicării, concepută pentru a influența percepțiile și comportamentele publicului țintă în vederea atingerii obiectivelor politice și de securitate, accentuând utilizarea comunicării în contexte precum diplomația publică și influențarea opiniei publice internaționale. Seib subliniază necesitatea integrării comunicării strategice în strategiile de securitate națională și internațională pentru a avea un impact semnificativ asupra opiniei publice și pentru a contribui la o lume mai stabilă și sigură.

Pentru consolidarea rezilienței informaționale în fața narativelor propagandiste și a dezinformării, la 22 decembrie 2023, Parlamentul RM a aprobat *Conceptia de comunicare strategică și contracarare a dezinformării, a acțiunilor de manipulare a informației și a ingerințelor străine pentru anii 2024-2028*. Conceptția își propune să instituționalizeze și să integreze eforturi în lupta împotriva dezinformării și manipulării informației. Ca măsură de reziliență sub presiunea război informațional și a dezinformării, în iulie 2024, la inițiativa președintei Maia Sandu, în Republica Moldova a fost creat Centrul pentru Comunicare Strategică și Combatere a Dezinformării. În [Legea privind Centrul pentru](#)

Comunicare Strategică și Combatere a Dezinformării, comunicarea strategică este definită ca fiind „aplicare strategică, planificată, țintită și coordonată a mijloacelor de comunicare pentru a atinge obiectivele strategice ale autorității și ale statului” [14].

Centrul pentru Comunicare Strategică și Combatere a Dezinformării va avea misiunea de a consolida cooperarea între instituții în lupta împotriva dezinformării, manipulării informațiilor și ingerințelor străine, care prezintă pericol sau pot prejudicia securitatea națională și periclita realizarea intereselor naționale. Instituția va implementa măsurile ce se impun pentru a asigura securitatea spațiului informațional și pentru a crește gradul de reziliență a societății în fața amenințărilor [15].

La ora actuală, pentru a spori capacitatea de reziliență informațională a Republicii Moldova, legislația națională include: *Legea nr. 242/2023 privind Centrul pentru Comunicare Strategică și Combatere a Dezinformării*; *Concepția securității informaționale a Republicii Moldova*, aprobată prin Legea nr. 299 din 21.12.2017 [16]; *Strategia securității informaționale a Republicii Moldova pentru anii 2019–2024 și Planul de acțiuni pentru implementarea acesteia*, aprobate prin Hotărârea Parlamentului nr. 257 din 22.11.2018 [17]; *Concepția de comunicare strategică și contracarare a dezinformării, a acțiunilor de manipulare a informației și a ingerințelor străine pentru anii 2024–2028*, aprobată prin Hotărârea Parlamentului nr. 416 din 22.12.2023 [18]. *Codul serviciilor media audiovizuale*, *Monitorul Oficial Nr. 462-466* [19].

CONCLUZII

Dezinformarea, alături de ingerințele și acțiunile străine de manipulare a informațiilor, reprezintă o amenințare gravă la adresa societăților noastre. Acestea pot submina instituțiile și procesele democratice (cum ar fi alegerile), împiedicându-i pe cetățeni să ia decizii în cunoștință de cauză sau descurajându-i să voteze. De asemenea, pot polariza societățile creând conflicte între comunități. Noile tehnologii le-au permis părților ostile să răspândească dezinformarea și să manipuleze informațiile la scară largă și cu o viteză nemaivăzută anterior. Prin urmare, combaterea dezinformării și a manipulării informațiilor este una dintre cele mai presante probleme pentru securitatea națională.

La ora actuală, Republica Moldova rămâne, deocamdată, vulnerabilă la presiunile narativelor propagandiste. Pentru a face față acestor provocări, este esențial ca autoritățile să continue să întărească instituțiile democratice, să consolideze încrederea și susținerea cetățenilor și să colaboreze strâns cu partenerii internaționali. Pe măsură ce platformele digitale amplifică și diversifică fluxul informațional, riscul dezinformării crește. Prin urmare, combaterea dezinformării prin mecanisme instituționalizate va contribui la apărarea și promovarea intereselor naționale, prevenind amenințări precum erodarea încrederea publicului în stat și instituții, afectarea integrității proceselor electorale și exacerbarea diviziunilor sociale. Integrarea comunicării strategice în eforturile de combatere a dezinformării este vitală pentru menținerea stabilității și încrederii publice.

16. Concepția securității informaționale a Republicii Moldova, aprobată prin Legea nr. 299 din 21.12.2017; În: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105660&lang=ro Strategia securității informaționale a Republicii Moldova pentru anii 2019–2024, aprobată prin Hotărârea Parlamentului nr. 257 din 22.11.2018. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.13-21 din 18.01.2019; În: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=111979&lang=ro
17. Concepția de comunicare strategică și contracarare a dezinformării, a acțiunilor de manipulare a informației și a ingerințelor străine pentru anii 2024–2028, aprobată prin Hotărârea Parlamentului nr. 416 din 22.12.2023;
18. Codul serviciilor media audiovizuale; În: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120081&lang=ro

NOTĂ. Articolul este elaborat în cadrul subprogramului 01.05.01 „Securitatea națională a Republicii Moldova în contextul aderării la Uniunea Europeană: abordări juridice, politologice și sociologice”, realizat de Institutul de Cercetări Juridice, Politice și Sociologice al Universității de Stat din Moldova. cercetareusm@gmail.com