

EDUCAȚIA MEDIATICĂ ȘI PROVOCAREA GENERATĂ DE ȘTIRILE FALSE

Victoria Bucătaru

Moldova, o țară cu trecut sovietic și speranțe într-un viitor european, nu a evitat nicidecum problema știrilor false și a dezinformării. Având în vedere poziția sa geopolitică, Moldova a fost în ultimii câțiva ani o țintă a activităților ostile, cu excepția acțiunilor militare convenționale, după ce evoluțiile în domeniul politicii interne și externe au redirecționat atenția Rusiei asupra țării. Tranziția îndelungată la economia de piață și moștenirea unei societăți strict controlate din timpul comunismului au împiedicat până la acest moment desfășurarea în societate a discuțiilor aprofundate despre democrație și principiile sale fundamentale, cum sunt libertatea de exprimare și libertatea presei.

Spațiul informațional al Moldovei, de la proclamarea independenței, a fost expus influențelor externe. Acest lucru nu a fost neapărat în detrimentul dezvoltării Moldovei. Totuși, vulnerabilitatea țării a devenit evidentă atunci, când actorii externi au început să profite în mod agresiv de această deschidere pentru a influența opinia publică. Prin crearea unor realități paralele și utilizarea unor narațiuni înșelătoare - fie situaționale (legate de un anumit eveniment), fie strategice (legate de tradiții, convingeri, obiceiuri), actorii externi au încercat să controleze, să manipuleze și, tot mai mult, să perturbe ordinea existentă în Moldova.

Elementele războiului hibrid în Moldova

Valorificarea narațiunilor strategice

Termenul de „război hibrid”, care include elemente precum propaganda, știri false și manipulare, este un fenomen global. Totodată, prevalența sa a sporit semnificativ pe continentul european în ultimii ani, odată cu reapariția confruntării „est-vest”. Obiectivul principal al propagandei a vizat, printre altele, opțiunea suverană a țărilor Parteneriatului Estic¹ pentru angajare într-o cooperare politică și economică mai strânsă cu Uniunea Europeană (UE) și încheierea acordurilor comerciale și de asociere. În lipsa unei comunicări adecvate cu UE și a unei înțelegeri comune în câteva

domenii strategice, Rusia a interpretat noile parteneriate drept o amenințare la adresa securității sale și o incursiune în sfera sa istorică de influență.

Publicul a înțeles cât de distructiv poate fi un război hibrid în 2014, când acesta a fost complementat cu acțiuni militare convenționale și a dus la revizuire teritoriale în Europa de Est. Anexarea Crimeei și războiul din Donbas au demonstrat că guvernele nu mai pot ignora amenințările pe care le implică dezinformarea și știrile false, având în vedere puterea lor de a influența cetățenii și de a duce la înlocuirea guvernelor suverane și crearea vidurilor de putere sau a zonelor gri.

1 Moldova, Ucraina și Georgia

Situată în vecinătatea imediată a Ucrainei, Moldova s-a confruntat în ultimii ani cu un masiv atac propagandistic și o avalanșă de știri false. Aceste atacuri încearcă să exploateze vulnerabilitățile instituționale, societale și emoționale, inclusiv lipsa instituțiilor consolidate și a unui cadru legal actualizat; sistem educațional slab; societate divizată din punct de vedere etnic și lingvistic, care este foarte sensibilă la mesajele geopolitice; și o nostalgie marcată pentru trecutul sovietic.

La începutul anilor 2000, odată cu schimbarea priorităților politicii externe a Republicii Moldova după accesarea comuniștilor la guvernare, s-au ciocnit două modele concurente de integrare, Uniunea Europeană și ceea ce numim astăzi Uniunea Eurasiană. În 2009, protestele în masă care au avut loc după alegerile considerate frauduloase au evidențiat dorința poporului de a avea o Moldovă cu adevărat democratică și au pus bazele unei politici externe și interne orientate spre Europa. Instituțiile moldovenești, inclusiv societatea civilă, mass-media, ONG-urile, biserica și partidele politice, au jucat ulterior un rol important în amplificarea și promovarea narațiunilor propagandistice sau, dimpotrivă, demistificarea acestora. Însă țara nu dispunea de o narațiune și o strategie bine-definită, menite să-i consolideze decizia de a urma o cale europeană, iar mesajele pro-Europa fie erau slabe, fie au apărut târziu în procesul de reformă.

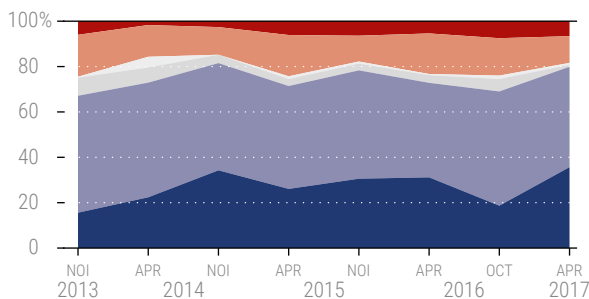
Puterea limbii ...

Dat fiind trecutul său sovietic, piața mediatică restrânsă și slab dezvoltată a Moldovei a fost ușor de exploatat și a devenit una dintre primele ținte ale Rusiei în războiul hibrid în curs de desfășurare. Sentimentele pro-rusești printre populația țării, diversă din punct de vedere etnic - combinate cu nostalgia pentru trecut, puternică în special printre generația mai în vârstă - au simplificat răspândirea informațiilor false în întreaga țară. Unicitatea mass-media rusești rezidă în zona lor vastă de acoperire și în valoarea lor de divertisment. Calitatea lor este superioară față de cea a canalelor locale, facilitând consumul de știri false, odată cu emisiunile nocturne de sâmbătă. Astfel, canalele de televiziune rusești din Moldova au devenit un mijloc de difuzare a narațiunilor false și a propagandei, o „conductă de aur” foarte controlată și centralizată.

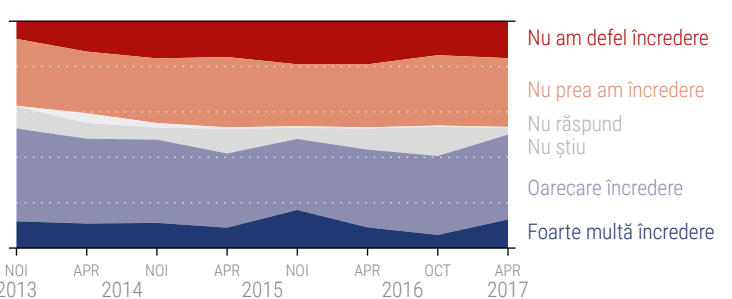
Telespectatorii din Moldova, din motive precum nostalgia, calitatea superioară, obișnuință sau chiar o adevărată lipsă de interes pentru alte canale, rămân fideli televiziunii rusești; de fapt, încrederea lor în informațiile pe care le primesc de la aceste surse mass-media a crescut. Potrivit Barometrelor de Opinie Publică (aprilie 2017), 71,6% din respondenți se informează în mod regulat din mass-media (TV și radio) moldovenești, 43% din cele rusești și 21,8% din cele românești (europene).

Câtă încredere aveți în mass-media (TV, radio, ziare, internet) din Rusia?

Răspunsurile date de ruși, ucraineni și alții

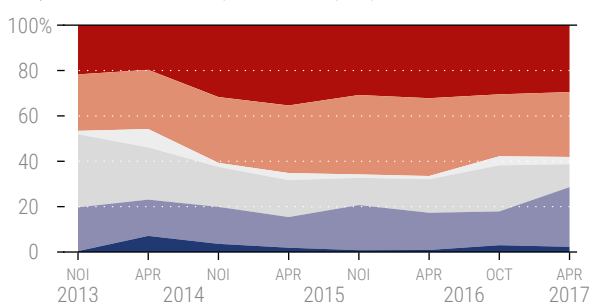


Răspunsurile date de moldoveni, români

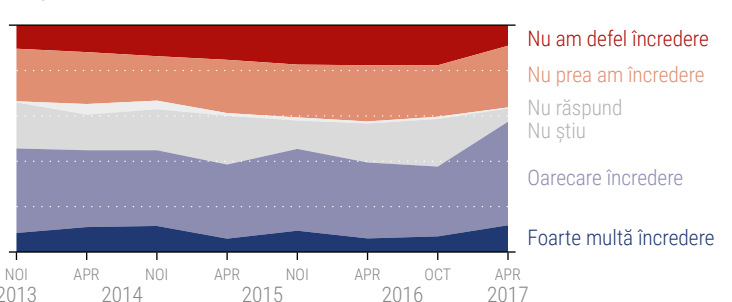


Câtă încredere aveți în mass-media (TV, radio, ziare, internet) din Uniunea Europeană?

Răspunsurile date de ruși, ucraineni și alții



Răspunsurile date de moldoveni, români



Datele Barometrelor Opiniei Publice, Institutul de Politici Publice; <http://bop.ipp.md>

Credibilitatea mijloacelor de informare rusești se bazează înaintea de toate pe cele două elemente majore ale statalității: etnicitatea² și limba. Conform recensământului din 2014, 75,1% din populație se autoidentifică ca moldoveni, 7% - ca români, 6,6% - ca ucraineni, 4,6% - ca găgăuzi, 4,1% - ca ruși, 1,9% - ca bulgari și 0,3% - ca romi.³

Deși comunitatea rusă este destul de mică, limba rusă este a doua cea mai vorbită limbă în țară.⁴ Lipsa unei veritabile bariere lingvistice facilitează promovarea mesajelor în limba rusă, precum și consumul de informații false. Știrile sunt comunicate într-o limbă pe care oamenii o înțeleg - un fapt care deja le sporește autenticitatea și credibilitatea.

Analiza datelor Barometrului Opiniei Publice din perioada 2013-2017 (vezi diagramele) arată că minoritatea rusească, ucraineană și alte minorități au început să aibă încredere și mai mare în mass-media rusești după anexarea Crimeei în martie 2014. Punctul culminant a fost atins în noiembrie 2014, când Rusia a fost percepută drept un puternic actor regional, capabil de a întreprinde acțiuni militare. Alinierea cu o națiune puternică a fost o strategie utilizată zeci de ani de către țările slabe sau societățile eterogene.

În aprilie 2015, însă, nivelul de încredere a scăzut rapid, probabil din cauza luptelor continue din Donbas și a crizei economice emergente din Rusia, generată de sancțiunile occidentale. Impasul economic din Rusia a afectat temporar migrații moldoveni în căutarea muncilor sezoniere. Către sfârșitul anului 2016, coerența și susținabilitatea eforturilor propagandistice ale Rusiei, de rând cu o serie de evoluții interne - inclusiv „furtul unui miliard de dolari” și dezamăgirea considerabilă față de calea europeană - au contribuit la creșterea încrederii.

Comparativ cu minoritățile, populația de etnie moldovenească / românească pare a fi ceva mai atentă față de mass-media rusești, deși încă mai acordă o înaltă rată de credibilitate acestor mijloace de informare.

În același timp, a crescut semnificativ procentajul celor care au încredere în mijloacele de informare din Europa, fiind recunoscute eforturile acestor țări de a-și prezenta propriile narațiuni în spațiul informațional al Republicii Moldova.

Cu toate acestea, convingerea populației vorbitoare de limba rusă din țară - care, bazându-se pe experiența din perioada războiului rece, manifestă tendința de a nu avea încredere în informațiile ce vin din „cealaltă parte” - rămâne a fi o provocare.

... și puterea bisericii

Alegerile prezidențiale din 2016 au scos în evidență rolul bisericii în modelarea discursului public și transmiterea mesajelor de natură politică în mod vizibil. Biserica ortodoxă joacă un rol major în viața socială din Moldova; majoritatea cetățenilor se identifică drept creștin-ortodocși. Folosirea religiei pe post de armă într-o țară în care biserica este instituția ce beneficiază de cel mai înalt nivel de încredere ar putea fi considerată drept un „jackpot” și nu doar pentru actorii interni. Mitropolitul Moldovei se subordonează Patriarhului Bisericii Ortodoxe Ruse, o figură crucială în “Russkiy Mir” („Lumea rusă”).⁵

Interferența dintre politică și religie a funcționat în favoarea actualului Președinte, Igor Dodon, care s-a înfățișat împreună nu doar cu Președintele rus, Vladimir Putin, care se bucură de o mare popularitate printre moldoveni, dar și cu Patriarhul Kiril al Moscovei. Se poate afirma că actuala retorică

2 Identificarea și sentimentul de apartenență la un anumit teritoriu, stat sau chiar regiune.

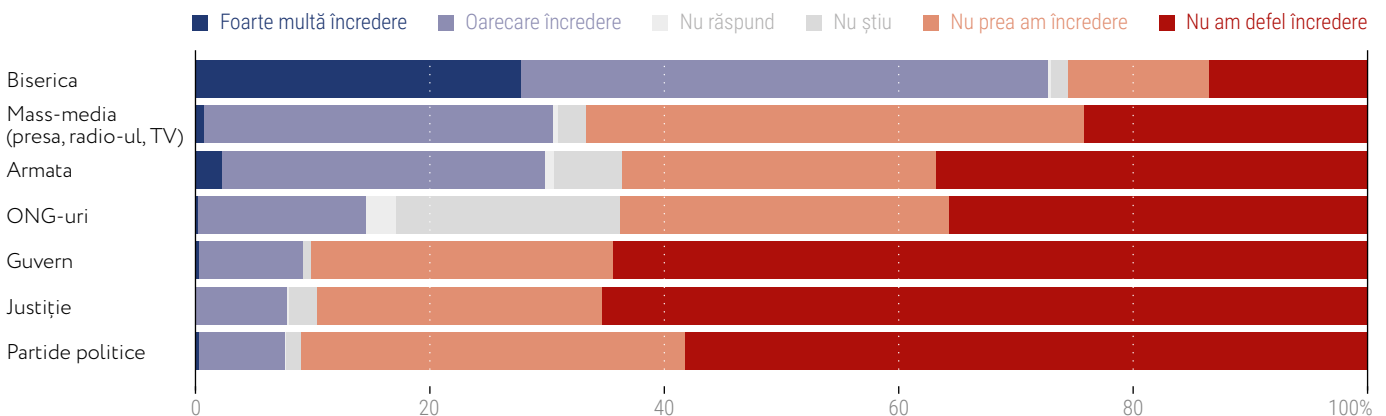
3 Recensământul populației și locuințelor din Republica Moldova, 12-25 mai 2014 <http://www.statistica.md/pageview.php?l=en&idc=479>

4 Conform Recensământului din 2014, limba rusă este limba principală vorbită de 14,5% din populație. Totodată, o parte considerabilă a populației vorbitoare de limbă română de asemenea folosește sau înțelege și limba rusă.

5 Lumea rusă reprezintă totalitatea comunităților de ruși care locuiesc în vecinătatea apropiată. Acest concept definește politicile Rusiei în relațiile cu țările care au comunități vorbitoare de limba rusă.

Câtă încredere aveți în următoarele instituții?

Perioada: octombrie 2016



Datele Barometrului Opiniei Publice, Institutul de Politici Publice; <http://bop.ipp.md>

rusească a valorilor tradiționale și acționarea ca „salvatori” ai creștinismului au fost pilotate în Moldova, utilizându-se instrumente precum discursul instigator la ură și xenofobia. În campania electorală din 2016, cu ajutorul bisericii și al preoților, au fost răspândite știri false împotriva rivalului electoral al lui Dodon, Maia Sandu. Deși biserica întotdeauna a jucat un rol în campaniile electorale din Moldova, reprezentanții religioși niciodată mai înainte nu utilizaseră mass-media ca un canal suplimentar pentru dezinformarea în masă.

Narațiunea strategică centrată pe religie și așa-numitele valori tradiționale nu doar reprezintă o amenințare, dar și influențează asupra orientării geopolitice a Republicii Moldova. Opoziția bisericii ortodoxe din Moldova față de Legea 121 cu privire la asigurarea egalității - o lege din 2012 care vizează combaterea discriminării pe mai multe criterii, dar cunoscută în special ca “legea privind minoritățile sexuale” - a periclitat implementarea planului de acțiuni privind liberalizarea regimului de vize și desfășurarea negocierilor asupra Acordului de Asociere, doi pași majori în relațiile UE-Republica Moldova. În aceste cazuri, era evident că biserica folosește pârghiile sale instituționale și politice pentru a împiedica integrarea europeană a Moldovei. În comparație cu un partid politic, biserica ortodoxă cuprinde mai mulți oameni datorită existenței a cel puțin unei parohii în fiecare comunitate.

Atât în 2012, când a fost adoptată Legea 121, cât și în timpul campaniei electorale din 2016, reprezentanții bisericii ortodoxe au valorificat temerile societale legate de cuplurile de același sex, căsătoriile de același sex și adopțiile de către asemenea cupluri. Ei au descris scenarii apocaliptice, care au influențat asupra publicului larg, datorită lipsei unor narațiuni alternative și a unei înțelegeri a conceptului de discriminare.

Crearea știrilor false în baza narațiunilor strategice

Narațiunile strategice sunt deseori considerate drept un teren fertil pentru apariția narațiunilor situaționale, mesaje care apar în anumite circumstanțe, coincid cu anumite evenimente sau derivă din acțiuni concrete. Republica Moldova s-a confruntat cu provocări generate de știrile false și propagandă în momente cruciale pentru viitorul țării și relațiile sale regionale. Narațiunile false au perturbat parteneriatul UE-Moldova, securitatea regională a țării și, nu în ultimul rând, afacerile sale interne.

De rând cu cadrul slab de reglementare a mass-media, lipsa unei abordări strategice din partea guvernului oferă un

teren fertil pentru exploatarea vulnerabilităților societale, economice și politice. Narațiunile situaționale au succes în cazurile, când narațiunile strategice sunt bine înrădăcinate, iar educația mediatică, gândirea critică sau pluralismul nu contribuie la abordarea informațiilor false. Mai jos, prezentăm câteva exemple de narațiuni situaționale.

Uniunea Europeană: În timpul negocierii Acordului de Asociere - inclusiv a Acordului de liber schimb aprofundat și cuprinzător (ZLSAC/DCFTA) și a planului de acțiuni privind liberalizarea regimului de vize - autoritățile moldovenești, preocupate mai întâi de toate de comunicarea lor externă, au ignorat câteva procese interne în desfășurare, care erau infuzate cu propagandă. Astfel, în toată țara s-au răspândit o serie de mituri legate de tradițiile, credințele și valorile societății moldovenești. Uniunea Europeană a fost descrisă ca o instituție ce privează țările de suveranitate și integritatea lor teritorială și au fost proliferate afirmații, precum că „cooperarea extinsă” va necesita renunțarea la cultura, religia și tradițiile țării.⁶ Pentru ca aceste mesaje să fie mai atrăgătoare pentru cetățenii de rând, mass-media au distorsionat faptele reale și le-au amestecat cu jumătăți de adevăruri. De exemplu, propaganda a prezentat criteriile de aderare, care prevăd existența unui stat unitar fără pretenții teritoriale, ca o condiție ce va duce la dizolvarea Moldovei și renunțarea la Transnistria; a susținut că noile cerințe în cadrul Acordului ZLSAC periclitau activitatea producătorilor autohtoni și exporturile către Rusia⁷; a susținut că semnarea Acordului de Asociere presupunea aderarea la NATO și retragerea din Comunitatea Statelor Independente⁸; și că liberalizarea regimului de vize cu UE va genera fluxuri masive de migrație, care vor duce la depopulare⁹. Scenariile xenofobe, nerealiste și apocaliptice, precum că Moldova va fi invadată de persoane LGBT și de reprezentanți ai diferitor grupări religioase, în special musulmani, au constituit o componentă-cheie a campaniei de propagandă.

NATO: Descrierea aderării potențiale la NATO drept un pericol serios - deși prezentată recent ca narațiune situațională - consolidează cu siguranță narațiunea strategică moștenită de la Războiul Rece. Prin mesaje bine-direcționate, aceasta a fost prezentată, pe de o parte, ca o amenințare la adresa neutralității Republicii Moldova, iar pe de altă parte, s-a afirmat că o cooperare mai strânsă va declanșa confruntarea directă cu Rusia. Conform Barometrului Opiniei Publice din perioada 2006-2007, 30% dintre respondenți nu știu care este misiunea și scopurile NATO¹⁰; fapt care denotă o lipsă semnificativă de informații.

6 Mituri și realități despre integrarea europeană a Republicii Moldova, https://www.publika.md/mituri-si-realitati-despre-integrarea-europeana-a-republicii-moldova_1968321.html

7 Cinci mituri despre Acordul de Asociere cu Uniunea Europeană, <https://expert-grup.org/ro/activitate/item/881-cinci-mituri-despre-acordul-de-asociere-cu-uniunea-european%C4%83>

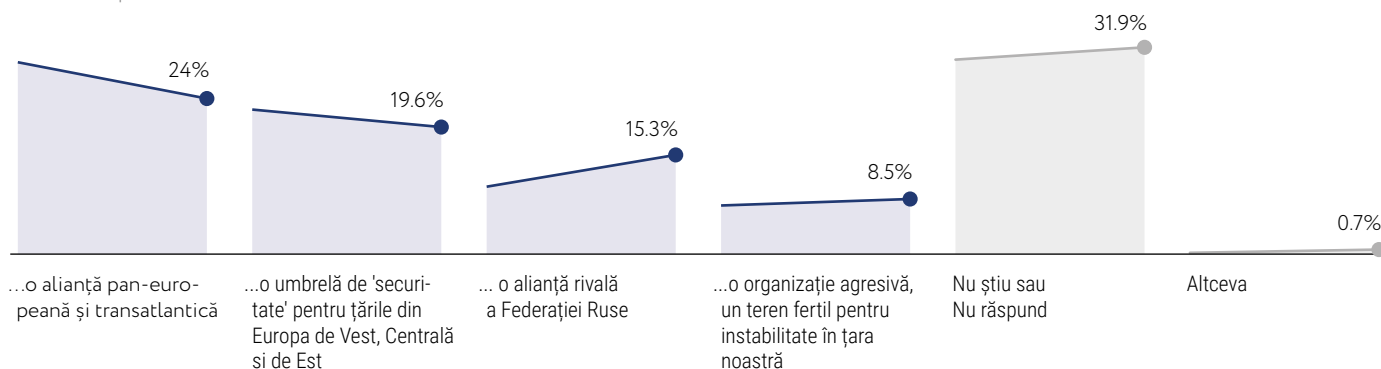
8 Ibid.

9 Mituri și realități despre integrarea europeană a Republicii Moldova, https://www.publika.md/mituri-si-realitati-despre-integrarea-europeana-a-republicii-moldova_1968321.html

10 Republica Moldova, Barometrul Opiniei Publice, <http://bop.ipp.md>

Care din afirmațiile de mai jos este cea mai apropiată de opinia Dvs.? NATO este...

Perioada: aprilie 2006 – noiembrie 2007



Datele Barometrului Opiniei Publice, Institutul de Politici Publice; <http://bop.ipp.md>

Ucraina: Anexarea Crimeei în 2014 și conflictul ce persistă în Ucraina au mărit volumul de știri false și propagandă ce pătrund în spațiul informațional al Moldovei. În pofida apropierii imediate a țării, precum și a prezenței unei comunități ucrainene, cetățenii Republicii Moldova s-au arătat confuzi cu privire la ceea ce se întâmplă pe teren. Potrivit Barometrului Opiniei Publice din aprilie 2014, 34,9% din etnicii ucraineni

consideră că anexarea Crimeei la Rusia este justificată, iar 27,8% din ei au afirmat că nu a existat nici-o intervenție¹¹. Spre comparație, în rândul etnicilor moldoveni / români – care urmăresc mai mult sursele mass-media românești și cele din UE - 43.7% la sută au considerat că intervenția nu este justificată.

Concluzii și recomandări

Nefiind membră a UE sau NATO, dar situată totuși la frontiera lor, Moldova rămâne a fi vulnerabilă la influențele externe. Rusia va continua să țintească această țară și va încerca să aprofundeze diviziunile societale prin subminarea încrederii instituționale, de rând cu alte mijloace. Pentru Rusia, această abordare evidențiază atât frustrarea legată de sfera de influență pierdută, cât și intențiile de a fi considerată drept un actor puternic pe arena regională și internațională.

Cu suportul partenerilor săi, guvernul Moldovei a demarat reforme importante în cadrul Acordului de Asociere. Progresele obținute până în prezent au fost insuficiente, avansându-se puțin spre unul dintre cele mai importante criterii de asistență financiară, independența mass-media și pluralismul de opinii. Deși Parlamentul Republicii Moldova a făcut un prim pas încurajator, adoptând recent un amendament la Codul Audiovizualului, care include termenul de „securitate informațională” și abordează problema propagandei externe, prevederile respective nu oferă o protecție reală pentru spațiul informațional al țării.¹²

Lupta împotriva știrilor false și a propagandei nu doar solicită mult timp și este uneori lipsită de sens, dar e și irelevantă, când vine vorba de promovarea gândirii critice și a pluralismului de opinii. Analiza mesajelor bazate pe percepțiile, temerile

și nevoile cetățenilor moldoveni legate de anticiparea unei schimbări societale ar putea servi drept un prim pas spre diminuarea influenței externe și crearea propriilor narațiuni.

Știrile false și propaganda, împreună cu populismul, au constituit provocări pentru guvernele din întreaga lume și au reanimat necesitatea pentru o sensibilizare civică sporită și un jurnalism de calitate, atât în mass-media străine, cât și în cele din țară. Evaluarea critică a informațiilor și a surselor acestora a devenit un instrument indispensabil în lupta împotriva știrilor false; iar ridicarea nivelului de educație mediatică și acordarea suportului în vederea înțelegerii mesajelor complexe vor contribui la construirea unor democrații solide în viitor.

Recomandarea 1: Identificarea educației mediatică drept un pilon strategic pentru perpetuarea democrației.

1. Dezvoltarea programelor efective de instruire în domeniul educației mediatică pentru cadrele didactice din învățământul liceal și încurajarea tinerilor să elaboreze proiecte ce ar aborda în mod critic tematica mass-media, la etapa când profilurile din rețelele de socializare, vlogurile sau blogurile sunt părți importante ale identității lor sociale;¹³

¹¹ Republica Moldova, Barometrul Opiniei Publice, aprilie 2014, <http://bop.ipp.md>

¹² Proiectul legii cu privire la modificarea și completarea Codului audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260/2006 (art.2, 7, 9, ș.a.), <http://www.parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelelegislative/tabid/61/LegislativId/3792/language/ro-RO/Default.aspx>

¹³ Centrul Baltic pentru Excelență în Media, Raport anual 2016, <https://baltic.media/about>

2. Abordarea în mod public a subiectelor, cum ar fi consumul critic de mass-media, știrile false, propaganda și dezinformarea, prin exemple din viața de zi cu zi, care țin cont de contextul profesional, religios, etnic și lingvistic;
3. Introducerea educației mediatică la nivelul universitar pentru a dezvolta abilitățile legate de analiza sursei, verificarea faptelor și analiza datelor.

Recomandarea 2: Adoptarea unei abordări strategice în comunicarea și promovarea interesului național.

1. Elaborarea unei strategii naționale de comunicare, care ar pune în evidență interesul național al Republicii Moldova, atât în domeniul politicii externe, cât și celei interne;
2. Crearea și difuzarea narațiunilor naționale bazate pe elemente societale, culturale și emoționale caracteristice societății moldovenești, care abordează lacunele și controversele existente legate de istorie, religie, limbă, etnie sau contexte sociale, economice și politice;
3. Încurajarea creării consorțiilor civile, care ar promova educația mediatică și sensibilizarea civică la nivel regional (inclusiv în Găgăuzia și Transnistria, pe cât este posibil) și la nivel local (orașe, sate);

4. Elaborarea cursurilor și platformelor speciale de educație mediatică pentru liderii de opinie publică, cum ar fi primari, profesori, personal medical, lucrători sociali, reprezentanți ai bisericii, etc.

Recomandarea 3: Sporirea gradului de conștientizare a problemei știrilor false, propagandei și dezinformării prin intermediul planurilor strategice naționale și locale.

1. Revizuirea planurilor strategice cheie și identificarea amenințărilor hibrid la nivel local și central;
2. Modificarea actualului cadru normativ în domeniul audiovizualului pentru a reglementa aspectele legate de știrile false, propagandă și dezinformare, după o analiză amplă a amenințărilor și a percepției societale;
3. Dezvoltarea unor oportunități reale de diversificare a mass-media, profesionalizare a jurnalismului și acces la informații;
4. Crearea parteneriatelor instituționale cu centrele de comunicare strategică ale UE¹⁴ și NATO¹⁵, interacționând în acest fel în cadrul platformelor ce abordează la nivel multinațional războiul informațional.

14 Direcția Comunicare strategică ("StratComms")

15 Centrul de excelență NATO pentru comunicare strategică cu sediul la Riga



Victoria Bucătaru

Victoria Bucătaru este directoarea executivă a Asociației pentru Politica Externă din Moldova. Este autoarea mai multor publicații privind politica externă și de securitate și relațiile Republicii Moldova cu Uniunea Europeană; a oferit expertiză organizațiilor naționale și internaționale, printre care Freedom House, Ministerul Apărării al Austriei, Institutul de Afaceri Internaționale din Letonia, Universitatea din Leipzig și altele. Dna Bucătaru este alumnă din 2017 a programului Marshall Memorial Fellowship al fundației The German Marshall Fund din Statele Unite.

Ciclul de sinteze de politici Media Forward este posibil datorită suportului generos acordat de poporul american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Responsabilitatea pentru conținut le revine autorilor și conținutul nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Freedom House, Internews, USAID sau ale Guvernului Statelor Unite.



Freedom House este o organizație nonprofit, nepartizantă, care susține schimbările democratice, monitorizează libertatea și promovează democrația și drepturile omului.

1850 M Street NW, 11th Floor
Washington, DC 20036

120 Wall Street, 26th Floor
New York, NY 10005

www.freedomhouse.org
Facebook.com/FreedomHouseDC
@FreedomHouse
202.296.5101
info@freedomhouse.org