



CENTRUL DE EXCELENȚĂ

OSINT

Nr. 8/2020

TEHNICI DE PROPAGANDA RUSIA





INTRODUCERE

Folosirea de către Federația Rusă a informației ca armă împotriva adversarilor are o lungă tradiție. Propaganda ca formă a procesului de manipulare prin care se exercită influența socială în vederea schimbării percepției sau comportamentului persoanelor, prin recurgerea la procedee și tehnici diverse, a fost ridicată la rang de artă de Vladimir Ilici Lenin, care, pentru a-și atinge scopurile revoluționare, a înființat chiar o instituție oficială dedicată - *Departamentul de Propagandă și Agitație*.

În timpul Războiului Rece, Uniunea Sovietică a adoptat strategii similare, denumite “măsurile active”, care reprezentau eforturi coroborate ale organizațiilor politice și serviciilor de informații de a influența opinia publică din alte state. În perioada anilor ‘90, deși a avut la dispoziție resurse limitate ca urmare a prăbușirii URSS, Rusia a continuat acțiunile de propagandă și influență, care beneficiază de o abordare diferită din punct de vedere calitativ, odată cu ascensiunea lui Vladimir Putin.

Cunoscute deja ca un *modus operandi* al Kremlinului, pentru atingerea obiectivelor sale politice, propaganda, dezinformarea și manipularea sunt astăzi adaptate la epoca Internetului¹.

Cu o largă expunere, narativele propagandei ruse sunt structurate pe două dimensiuni, care includ mesaje negative anti-UE și anti-NATO, inclusiv prin promovarea unui discurs al urii, și mesaje pozitive care prezintă Rusia și pe Vladimir Putin drept salvatori ai valorilor naționale.

Bazându-se pe o combinație puternică de resurse clasice și moderne, utilizând o varietate de tehnici și perfecționându-și permanent tacticile de disimulare a autorului inițial, propaganda rusă reprezintă una dintre problemele de securitate importante care se află în atenția deopotrivă a organizațiilor internaționale, structurilor militare, serviciilor de informații și societății civile.

ECOSISTEMUL DE PROPAGANDĂ RUS

Kremlinul și-a construit un aparat complex de producție și furnizare de materiale propagandistice care integrează actori clasati pe diferite niveluri în funcție de gradul de transparență privind afilierea la statul rus.

Primul nivel include sursele asumate sau “albe”, printre acestea numărându-se instituțiile de stat ruse, printre care Ministerul Afacerilor Externe, sursele media afiliate, controlate și cenzurate de statul rus, precum RT, Sputnik News și cele aparținând Companiei Panruse de Stat de Televiziune și Radiodifuziune/ VGTRK și *think tank*-uri finanțate guvernamental, precum Institutul Rus pentru Studii Strategice/ RISI și Fundația pentru sprijinirea diplomației publice “A.M. Gorceakov”.

Al doilea nivel este alcătuit din surse “gri” care, deși nu își declară afilierea la instituțiile Kremlinului, promovează un conținut care se pliază pe narativele ruse. Acestea includ site-uri conspiraționiste, de orientare extremistă (atât de stânga, cât și de dreapta), precum și site-uri de tip *data dump*. Actorii a căror asociere cu statul rus este foarte dificil de demonstrat sau sursele “negre” constituie nivelul al treilea și se referă la conturi social media false operate de factorul uman (troli) sau automatizate (boți), care produc conținut propriu sau promovează materiale propagandistice de pe alte surse.

Afectarea obiectivității spațiului informațional pornește de pe **plan intern**, unde sursele de presă finanțate în mod oficial și controlate de autoritățile ruse dețin monopolul, în special pe segmentul de radio și televiziune, dar și în mediul online. Mass-media guvernamentale - afiliate Companiei Panruse de Stat de Televiziune și Radiodifuziune/ VGTRK și Agenției Internaționale de Știri/ MIA “Rossiia Segodnia” - au o linie comună de abordare a subiectelor aflate pe agenda Kremlinului și funcționează după principiul conform căruia “nu există nicio diferență între jurnalism și propagandă”².

În domeniul televiziunii, un rol important îl joacă sursele deținute de grupul Naționalnaia Media Gruppya (REN TV, Pervii kanal, 5Kanal), care aparține omului de afaceri **Iuri Kovalciuk**, prezentat ca fiind „bancherul lui Putin”, în timp ce, **în mediul online**, s-a dezvoltat o serie de surse private (riafan.ru, rueconomics.ru, nation.news.ru, polit.info) afiliate **Grupului Patriot**, controlat de omul de afaceri rus **Evgheni Prigojin**, care promovează o politică editorială “adaptată” politicii oficiale ruse.

La nivel internațional, diseminarea propagandei ruse este asigurată, în principal, prin intermediul surselor mediatice multilingve RT și Sputnik, componente ale conglomeratului media Rossia Segodnia, deținut de statul rus.

Postul de televiziune RT (denumit anterior Russia Today), înființat în anul 2005, are ca scopuri declarate prezentarea unui tablou complet al vieții rusești și schimbarea percepției Occidentului despre Rusia care, potrivit conducerii instituției mediatice, se reduce la trei cuvinte: “comunism”, “zăpadă” și “sărăcie”. Cu toate acestea, Rusia apare foarte puțin în conținutul promovat de RT, principalele subiecte vizând Orientul Mijlociu, disensiunile de la nivelul Uniunii Europene și “inechitatea socială” din SUA.

Ruptly este o filială a RT care, deși se declară agenție internațională de știri independentă din punct de vedere editorial și financiar, este deținută de aceeași organizație non-guvernamentală, ANO “TV-Novosti”, finanțată de statul rus, care controlează și RT³.

Site-ul Sputnik, autointitulat “agenție de știri”, se descrie ca un furnizor de știri alternative având ca motto “Spunem ceea ce alții trec sub tăcere” - o frază care sugerează că este, implicit, exonerat de obligația de a oferi un conținut echilibrat.

TELLING THE UNTOLD

SPUTNIKNEWS.COM

Destinat, de asemenea, unui public extern, **Russia Beyond the Headlines/ RBTH** este un proiect al publicației oficiale ruse Rossiiskaia Gazeta, care se descrie ca un “instrument de soft power” și promovează politicile Kremlinului în Occident prin intermediul celor 18 site-uri al căror conținut este postat în 16 limbi.

Pe lângă resurse propagandistice a căror finanțare guvernamentală este transparentă, la nivel internațional s-a evidențiat o serie de așa-numite **site-uri proxy** care, deși nu sunt asumate de statul rus, sunt controlate indirect de acesta:

News Front - site de dezinformare și propagandă localizat în Peninsula Crimeea care are ca scop declarat furnizarea de “informații alternative” pentru publicul occidental și se axează pe susținerea forțelor separatiste proruse din Ucraina;

SouthFront - resursă propagandistică multilingvă online înregistrată în Rusia care se concentrează pe probleme din domeniul militar și al securității;

Strategic Culture Foundation - revistă online înregistrată în Rusia, asociată Ministerului rus de Externe și posibil coordonată de Serviciul de Informații Externe/ SVR, care promovează adepți ai teoriilor conspirației occidentale;

Geopolitica.ru - platformă de promovare a ultra-naționaliștilor ruși care propagă mesaje inspirate din ideologia eurasianistă a filosofului și ideologului rus Aleksandr Dughin care vizează lumea occidentală, aflându-se într-un permanent război informațional cu idealurile de democrație și liberalism vestice;

New Eastern Outlook - publicație pseudo-academică aparținând Institutului pentru Studii Orientale al Academiei Ruse de Științe, care promovează retorica propagandistică rusă axată pe Orientul Mijlociu, Asia și Africa. Punctele de vedere proruse sunt combinate cu atitudini antioccidentale⁴.

Diagrama relațională a surselor mediatice (foto jos) care diseminează retorica rusă la nivel internațional, realizată pe baza citărilor reciproce a surselor, indică drept centre principale de diseminare **RT** și **Sputnik**, precum și site-ului proxy **SouthFront**.

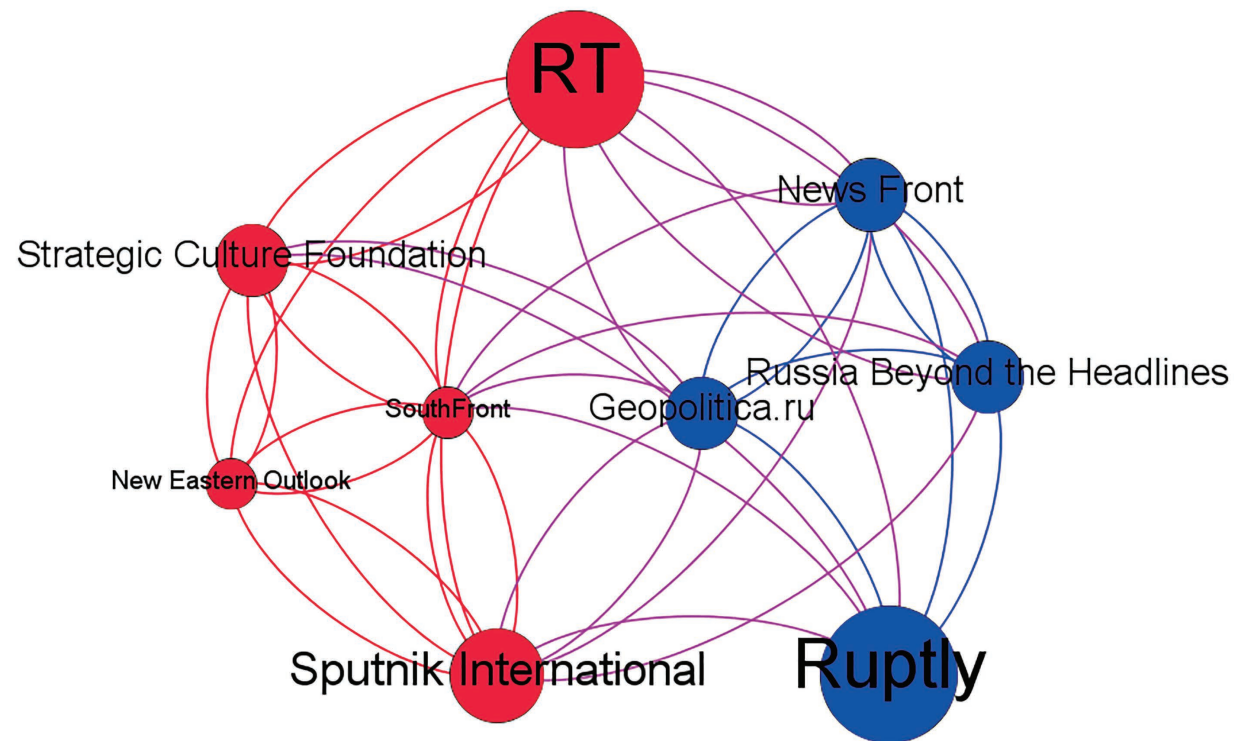


Diagrama relațională a surselor de propagandă ruse

Pe lângă acestea, **conturile false create pe platformele de socializare** au devenit resurse importante de transmitere a propagandei, iar, din cazuistica disponibilă public, reiese că acestea sunt coordonate de Agenția de Cercetare a Internetului/ IRA, supranumită “fabrica de trolî”, care are sediul la Sankt-Petersburg și este controlată de oligarhul rus Evgheni Prigojin, apropiat al președintelui Vladimir Putin.

IRA a fost în centrul a numeroase investigații ale serviciilor de informații, companiilor digitale și jurnalistice, care au arătat implicarea în susținerea, prin rețele de conturi false, a unor acțiuni propagandistice ruse, în diverse contexte, precum criza din Ucraina, intervenția în Siria, referendumul pentru Brexit, scrutinul prezidențial din SUA din 2016, campaniile electorale desfășurate în state din Africa în 2019 și, recent, contextul electoral american din 2020.

TEHNICI DE CONSTRUIRE A CONȚINUTULUI PROPAGANDISTIC

Fiecare actor din lanțul de transmisie propagandistic are un rol bine definit, acțiunile fiind derulate etapizat. În prima fază, conținutul înșelător este creat și postat pe: surse afiliate statului rus, precum canalele mediatice RT și Sputnik News; conturi ale unor utilizatori ai social media; site-uri clonate de grupări de hackeri.

În a doua etapă, multiplicatori de forță, precum boții și trolîi, diseminează și amplifică conținutul, adăugându-i comentarii. Trolîi postează atacuri gratuite la persoană, comentarii malițioase, inflamatoare, voit jignitoare, de regulă fără legătură cu subiectul, menite a distrage atenția sau a-i provoca pe ceilalți utilizatori la răspunsuri emoționale. Mesajele sunt partajate în grupuri de utilizatori a căror orientare îi predispune la o aderență mai mare la retorica rusă.

Cercetătorii din cadrul Centrului de Excelență pentru Comunicare Strategică al NATO au identificat 5 tipuri de trolîi: trolîi care învinovătesc SUA de toate problemele globale; “bikini-trolî”, cărora le sunt asociate fotografii ale unor femei tinere care solicită reconsiderarea unor opinii; trolîi agresivi, care încearcă eliminarea altor utilizatori din discuțiile de pe forumuri; “trolîi Wikipedia”, care editează blog-uri și pagini web în favoarea Rusiei; “trolîi cu atașamente”, care postează în mod constant link-uri către articole și clipuri video.

În faza a treia, entități digitale operate de “idioti utili” sau persoane cu afinități ideologice culeg și perpetuează narativul. Aceste entități includ: bloguri și site-uri de extremă dreapta sau stânga, surse mediatice care nu sunt asociate în mod evident statului rus, precum și conturi ale unor useri de platforme de socializare atrași de titluri de *clickbait* care le reconfirmă opiniile⁵.

Propaganda rusă modernă se bazează pe exploatarea disfuncțiilor și înșelăciune, în conformitate cu principiile directoare ale vechii *maskirovka* („arta înșelăciunii și a disimulării”)⁶, și apelează la cele mai diverse procedee oferite de epoca modernă: de la titluri înșelătoare postate pe site-uri la tehnici specifice social media pentru a da impresia unei “majorități” care înțelege, în același fel, o temă aflată pe agenda publică⁷.

NARRATIVE LAUNDERING/ CAMUFLAREA SURSEI

Această tehnică are ca scop **disimularea sursei originale a mesajului**, fiind comparată ca mod de operare cu infracțiunea de spălare de bani. Materiale propagandistice create și postate pe site-uri de sorginte rusă sunt preluate de utilizatori obișnuiți ai platformelor de socializare și, în acest mod, sursa originală a alegațiilor devine rapid obscură.

Un exemplu de utilizare al acestei tehnici îl constituie un clip video postat de agenția de știri Ruptly la 1 august 2020, referitor la incendiarea unei Biblii în timpul protestelor americane din orașul Portland de către un grup restrâns de persoane. Materialul a fost reluat repetitiv, în cadrul unui montaj video, pentru a crea impresia că au existat mai multe incidente de acest fel și că scena ar fi constituit evenimentul central al protestelor. Videoclipul a fost preluat de un utilizator al platformei Twitter care l-a distribuit în masă, adăugându-i un comentariu inflamator potrivit căruia “activiștii de stânga ard Biblii” în fața

Curții Federale din Portland. Postarea a generat ample mediatizări negative din partea publicațiilor de dreapta, precum și un subiect dezbătut intens în registru critic de politicieni și analiști de aceeași orientare⁸.

UTILIZAREA “EFECTULUI ‘BANDWAGON’”

Prin intermediul **acestuia** se intenționează convingerea audienței să adere la ideea/ atitudinea propagandistului, aducându-se ca argument faptul că marea majoritate este de acord cu aceasta; **opinia opoziției sau a minorității este automat exclusă**, urmărindu-se instituirea unei “spirale a tăcerii” față de o majoritate “unită și puternică”. Dorința naturală a omului de a fi de partea învingătorului (efectul “carului triumfal”) stă la baza acestei tehnici.

PROMOVAREA DE TEORII ALE CONSPIRAȚIEI

Implică utilizarea zvonurilor, a miturilor **pentru a distrage sau a provoca panică**.

Pandemia de coronavirus a constituit un teren fertil pentru propaganda de stat rusă. Media controlate de Kremlin au lansat, chiar de la debutul pandemiei, teorii ale conspirației care au vizat UE, NATO și SUA. Unele dintre acestea, chiar contradictorii, sugerau că: noul coronavirus nu există; SARS-Cov-2 a fost creat de SUA, Marea Britanie, Letonia, NATO sau opoziția belarusă. În ceea ce privește scopurile presupusei arme biologice, acestea au variat în funcție de imaginația autorilor teoriilor: să prejudicieze Rusia, să distrugă țările prietene Moscovei, să restrângă drepturile și libertățile omului din Europa sau să confirme că statele liberale sunt incapabile să gestioneze o provocare atât de mare⁹.

ETICHETAREA

Se referă la marginalizarea faptelor, declarațiilor sau a persoanelor prin utilizarea unor sintagme specifice (etichete) cu impact emoțional negativ; acestea deseori iau forma unor atacuri la persoană, **cu scopul de a submina autoritatea** sau legitimitatea **unei persoane sau a unui grup**.

Schema de diseminare este următoarea: o acuzație falsă este pusă în circulație în social media prin intermediul trolilor și boților care o promovează, uneori adăugându-i și un *hashtag*. În faza a doua, publicații *mainstream* o mediatizează ca fiind o știre veridică care este ulterior preluată și de alte canale mediatice, determinând o discuție publică pe marginea subiectului. Chiar dacă știrea falsă este dezmințită ulterior, asocierea persoanei sau instituției cu obiectul acuzației rămâne în conștiința publică. Această tactică a fost utilizată în perioada campaniilor electorale prezidențiale din SUA (2016) și Franța (2017) împotriva candidaților Hillary Clinton, respectiv Emmanuel Macron.

FABRICAREA CONTEXTULUI

Se **crează** un **context fals care va încadra conținutul unei știri**, astfel încât **să schimbe sensul acesteia**.

De exemplu, pentru a transmite mesajul că atacurile teroriste din Bruxelles (2016) au fost rezultatul refuzului statelor europene de a colabora cu Rusia, în preambulul știrilor au fost inserate comentarii privind succesul Rusiei în Siria și eficacitatea “superioară” a Moscovei în combaterea organizațiilor teroriste.

PREZENTAREA DE FALSE COMPARAȚII/ SIMILARITĂȚI

Presupune alăturarea prin comparație a unor evenimente **pentru a justifica artificial fapte/ politici**.

Sunt elocvente mesaje precum: “în cazul alipirii Crimeii s-a procedat la fel ca în cazul invadării Irakului”; “recunoașterea Abhaziei și Osetiei de Sud de către Rusia e asemănătoare cu recunoașterea Kosovo de către occidentali”.

UTILIZAREA TITLURILOR FALSE

Propaganda rusă utilizează în general titluri lungi, generalizatoare, care **reflectă deformat subiectul articolului**, în scop de *clickbait*.

De exemplu, Sputnik.md a publicat un articol cu titlul “În ce condiții moldovenii cu pașaport biometric pot munci oficial în UE”. Textul articolului contrazice informația din titlu, precizându-se că Regulamentul UE care prevede abolirea regimului de vize pentru Republica Moldova se referă exclusiv la dreptul la călătorii, nu la dreptul de muncă¹⁰.

AMALGAMAREA FAPTELOR CU EMOȚIILE

Informațiile sunt prezentate într-o modalitate în care emoțiile transmise sunt atât de puternice încât faptele își pierd importanța. Se recurge, de multe ori, la: **selectarea subiectivă** - faptele sau afirmațiile prezentate sunt parțial adevărate; **informațiile sunt corecte, dar sunt prezentate selectiv**, fiind omise aspecte esențiale, pentru a conduce audiența spre o concluzie convenabilă Rusiei;

PROPAGANDA



utilizarea cuvintelor cu încărcătură emoțională sau metafore - expresiile și metaforele sunt folosite pentru a susține un narativ fals sau a ascunde unul adevărat (ex. “moarte misterioasă” în loc de “otrăvire” sau “crimă”).

CONSTRUIREA FALSEI AUTORITĂȚI

Utilizarea falsului expert este o tehnică frecventă prin care propaganda rusă prezintă și analizează faptele prin prisma unui “expert” (uneori chiar occidental) cu o credibilitate sau notorietate discutabilă sau chiar controversată prezentat drept “unul dintre cei mai importanți politologi” sau “celebrul avocat”. Uneori acesta nu poartă un nume (ex. „surse din domeniul militar românesc”, „medici de renume”).

O tactică similară este **“totum pro parte”**, care presupune reflectarea opiniei unui jurnalist sau expert ca fiind punctul de vedere oficial al autorităților unui stat.

TEHNICI DE DISIMULARE PE SOCIAL MEDIA

Instrumentarul propagandistic rus este perfecționat continuu, adaptându-se progreselor tehnologice, pe măsură ce programele informatice își îmbunătățesc capacitatea de a depista mai eficient urme ale manipulărilor în social media.

La vulnerabilitățile legate de erorile de semantică sau de utilizarea unor *hashtag*-uri specifice, operatorii conturilor false au răspuns prin copierea, de pe alte surse, a unor fragmente de text, evitarea postării de texte de mari dimensiuni, preferând să partajeze capturi de ecran de pe conturile unor utilizatori reali și folosirea a cât mai puține *hashtag*-uri.

Comportamentul neobișnuit al conturilor false ruse de a indexa un număr mare de *followers*, detectat la acțiunile din anii 2014-2017, surclasând uneori paginile oficiale ale unor organizații pe care le disimulau (precum pagina Blacktivist), s-a modificat în prezent, trolii ruși încercând să își mențină un profil discret.

Unul dintre indicatorii conținutului manipulator este considerată utilizarea de *watermarks* - inscripționări de logo-uri sau texte imprimate pe o imagine - tehnică utilizată de trolii în anii anteriori pentru atragerea audienței. În prezent, aceștia folosesc în continuare conținut foto pentru un impact mai mare, dar evită inscripționarea imaginilor.

Dacă în anii trecuți, trolii ruși obișnuiau să-și creeze direct pe platformele de socializare propriile conturi pentru a-și exercita influența, în prezent, aceștia se orientează către angajarea de persoane din diferite zone îndepărtate de Rusia, practică cunoscută sub numele de *francizare*, și care asigură o camuflare mai bună.

Această tehnică a fost relevată de cazurile de rețele ruse închise de Facebook, care încercau să influențeze persoane din Africa (2019)¹¹ sau din SUA (în 2020)¹² în context electoral.

Spre exemplu, cazul Peace Data, făcut public în luna septembrie 2020 de compania Facebook, a reliefat că o rețea de trolii ruși lucra pentru a influența alegerile SUA, sens în care a recrutat, în mod disimulat, cetățeni americani, vorbitori nativi ai limbii engleze, familiari cu cultura americană, angrenați în crearea și diseminarea de conținut în mediul virtual.

Aceștia au fost abordați pe platformele Twitter și LinkedIn sau prin anunțuri de angajare pe site-uri gen Guru.com, Upwork, corespondența privind tematica s-a purtat prin intermediul Gmail sau Protonmail, iar plata pentru materiale a fost realizată prin Paypal¹³.

După angrenarea trolilor și boților în ecosistemul propagandistic, în ultima perioadă a fost observat interesul Kremlinului de a utiliza Inteligența Artificială/IA, în special a tehnologiei **deepfake**.

Aceasta presupune trucarea unor imagini, clipuri video sau audio pentru a reprezenta afirmații sau evenimente care în realitate nu s-au întâmplat. *Deepfakes* pot fi utilizate în campaniile propagandistice și pentru a conferi un plus de credibilitate conturilor false, oferind posibilitatea generării de fotografii fictive.

Fotografie falsă - Nicu Goncear



O anchetă jurnalistică a site-ului de specialitate Stopfals.md a relevat că fotografia de prezentare asociată semnatarului Sputnik Moldova Nicu Goncear este falsă, fiind manipulată digital prin combinarea fotografiilor a două persoane reale.

Fostul director al Sputnik.md, Vladimir Novosadiuk, a confirmat că Nicu Goncear era un pseudonim despre care a declarat că l-ar fi folosit autorii din redacția Sputnik. Un alt caz de utilizare a tehnologiei AI în generarea de fotografii false a fost semnalat de societatea Graphika specializată în analiza rețelelor de socializare. Programul Generative Adversarial Networks a fost folosit pentru generarea automată de fotografii de profil aparținând unor membri ai echipei (foto jos) site-ului Peace Data



Fotografii false - site *Peace Data*

(“Alex Lacusta”, “Salim Mokhtari”, “Alice Schultz”, “Jake Sullivan”, “Ali Ahmed Ghanem” și “Albert Popescu”), demascat ca având legătură cu IRA.

Recent, Renne diResta, cercetător în domeniul manipulării tehnologice la Stanford Internet Observatory, a atras atenția asupra apariției unei alte forme de IA, **deepfake text**, care ar fi mult mai periculoasă decât materialele video și audio false, prin prisma faptului că este foarte dificil de detectat. Aceasta se referă la generarea automată de articole în mediul online sau comentarii pe platformele de social media, care ar putea să înlocuiască conținutul propagandistic de factură umană. Chiar dacă au un grad de credibilitate mai redus comparativ cu cele de natură umană, mesajele generate automat sunt produse într-un timp mai scurt și mai economic¹⁴.

Materialele *deepfake* ajung la publicul vizat cu un grad ridicat de precizie, datorită avansului tehnologic în ceea ce privește rețelele de distribuție a conținutului.

Potrivit cercetătorului Alina Polyakova, directorul *think tank*-ului american Center for European Policy Analysis, „propaganda de precizie” reprezintă un set de instrumente interconectate care permit comunicări politice extrem de bine direcționate, mesaje personalizate ajungând la milioane de oameni. Acest ecosistem, care include colectarea de date, utilizarea platformelor de publicitate și optimizarea motoarelor de căutare, are drept scop analiza în detaliu a publicului și identificarea de noi audiențe receptive care vor fi „supra-alimentate” prin intermediul progreselor înregistrate în IA. Alina Polyakova a apreciat că operațiunile informaționale ruse utilizează deja o parte din instrumentele “propagandei de precizie”.

MODALITĂȚI DE CREȘTERE A REZILIENȚEI

Abundența de informație ar trebui să însemne libertate, însă, în egală măsură, sub impactul avansului tehnologic, a permis mijloacelor de propagandă să se extindă și să se dezvolte. Ca urmare, la nivel societal se dezbate tot mai intens necesitatea implementării, printr-un efort comun între autorități, societate civilă și companii private, actori naționali și internaționali a unor măsuri de conștientizare și contracarare a fenomenului propagandei. Este necesar ca măsurile să pornească de la educație, să includă programe pentru instruirea și dezvoltarea gândirii critice, modelate pe specificul segmentelor de public cărora li se adresează și să stimuleze consolidarea cercetării academice în domeniu și informarea opiniei publice. Eforturile ar trebui dublate de reglementări legislative, care să permită o mai bună gestionare - prevenire și contracarare a fenomenului, precum și de o comunicare strategică coerentă.

În România, un prim pas îl constituie Strategia Națională de Apărare a Țării pentru perioada 2020-2024, care prevede dezvoltarea de instrumente capabile să conducă la consolidarea rezilienței societale, care includ:

îmbunătățirea nivelului de conștientizare cu privire la acțiuni ostile/ de influență derulate în spațiul public prin intermediul mass-media clasice sau online ori a *think-tank*-urilor, dificil de gestionat atunci când apar și factori noi cu impact în plan securitar, precum *fake news*, a căror sursă de proveniență este adesea greu de identificat și atribuit;

facilitarea dimensionării unor **instrumente publice accesibile și transparente** prin care să fie expuse sursele de dezinformare, produsele și narativele acestora;

creșterea capacității instituțiilor de învățământ, cercetare, a *think-tank*-urilor și media **de a identifica și combate mișcările de dezinformare** susținute de actori statali sau non-statali ostili;

creșterea nivelului de alfabetizare funcțională pentru dezvoltarea gândirii critice și pentru reducerea gradului de vulnerabilitate a populației în fața fenomenului de răspândire de informații false, care pot avea consecințe negative pentru securitatea națională;

demararea unor programe ample de educație în ciclul gimnazial și cel liceal, în sfera competențelor digitale și a securității online, precum și pentru dezvoltarea deprinderilor necesare pentru combaterea informațiilor false, astfel încât să se diminueze vulnerabilitatea tinerei generații la asemenea provocări de tip hibrid.

SURSE

¹*"Handbook of Russian Information Warfare", Keir Giles, 2016*

²*Center for International Relations/ 2019 - "The Kremlin's master narrative" - infowar.cepta.org; Vilnius Institute for Policy Analysis/ 2020 - "Russian propaganda efforts in the Baltics and the wider region" - vilniusinstitute.lt*

³*rtd.rt.com/about/contact*

⁴*Global Engagement Center/ august 2020 - "Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem"*

⁵*Rand Corporation - "Russian Social Media Influence" - rand.org/ 2018*

⁶*Spanish Institute for Strategic Studies, „Russian National Security Strategy"*

⁷*Center for European Policy Analysis, "Disinformation Techniques"*

⁸*New York Times/ 11.08.2020 - "Russia disinformation election meddling"*

⁹*IE University/ 15.04.2020 - "Fear, Confusion, and Russian Propaganda"*

¹⁰*stopfals.md/ 11.03.2019*

¹¹*New York Times/ 29.03.2020 - "How Russia Trolls Farm is Changing Tactics Before the Fall Election"*

¹²*New York Times/ 29.03.2020 - "How Russia Trolls Farm is Changing Tactics Before the Fall Election"*

¹³*CNN/ 04.09.2020, Forbes/ 02.09.2020, NBC/ 02.09.2020*

¹⁴*Australian Strategic Policy Institute/ 29.04.2020 - "Weaponised Deep Fakes", Wired.com/ 31.07.2020 - "AI-Generated Text Is the Scariest Deepfake of All"*

ÎNDRĂZNEȘTE. ÎNVAȚĂ. INOVEAZĂ.
WWW.ANIMV.RO