

Consolidarea „democrației dirijate” din Rusia prin propagandă și dezinformare.

Studiu de caz: alegerile prezidențiale din anul 2018

■ ADRIAN BASARABĂ, DANIELA GLIGA

[West University of Timișoara]

Abstract

Both disinformation and propaganda are basic means of manipulation in the Russian society, thus contributing to the electoral decision-making process, as well as to the consolidation of the „orchestrated democracy”. In the case of such regimes, both information dissemination technologies and social networks do not embody the citizens’ right to be informed correctly; they rather turn into the state’s right to lie. This paper analyzes the electoral process and the voter manipulation techniques used in the pre-electoral stage of the presidential elections in the Russian Federation that took place on March 18th, 2018, together with the main ways to campaign through which Vladimir Putin managed to win a landslide victory.

Keywords

propaganda; disinformation; elections, „orchestrated democracy”; the Russian Federation

Prolegomene teoretice

Sfârșitul dominației sovietice în Europa de Est, colapsul puterii comuniste în Uniunea Sovietică și dezintegrarea Uniunii însăși pot fi considerate evenimentele politice și economice cele mai importante de după cel de-al doilea război mondial. La 31 ani de la căderea sistemului de tip sovietic în Europa Centrală și de Est și la 19 de la dizolvarea Uniunii Sovietice, studiul de față urmărește tranziția politică post-comunistă a Federației Ruse, unde în ciuda unor urme vagi de pluralism la nivel de conducere, puterea reală tinde să devină mai concentrată și chiar dinastică, deschizând o importanță posibilă de evoluție spre *sultanism*, mai degrabă decât una spre democrațiile de tip vestic. Linz și Stepan¹ propun următoarea tipologie a regimurilor politice: regim democratic, regim autoritar, regim totalitar, regim post-totalitar și regim de tip sultanic. Cei doi analizează aceste cinci tipuri de regimuri prin grila a patru caracteristici: pluralism, ideologie, mobilizare, conducere.

În prezent se constată că? în literatura despre democratizare explicațiile

1 Juan J. Linz, Alfred C. Stepan, *Modern Nondemocratic Regimes in Problems of Democratic Transition & Consolidation*, (Baltimore: John Hopkins University Press, 1996).

2 Peter Mair, „Politica comparată: o perspectivă de ansamblu”, în Robert E. Goodin,

s-au mutat de la accentuarea condițiilor economice și sociale „obiective” pentru democrație la o accentuare a importanței luării deciziei de către elite, a „voluntarismului” și a tipurilor de instituții și structuri politice implicate. Apariția și posibilitățile menținerii democrației sunt percepute a depinde mult mai puțin de nivelurile de dezvoltare socială și economică și mai mult de alegerile politice, de „măiestrie”, de rezultatele informației și acțiunilor raționale³. Așa cum se exprima Karl⁴, „s-a schimbat maniera în care teoreticienii politicii comparate au căutat să înțeleagă democrația în țările în curs de dezvoltare, cercetarea precondițiilor democrației, altădată predominantă, cedând teren în fața unei abordări orientate mai mult pe proces, care accentuează, alegerea contingentă”. Într-un sens asemănător, și chestiunea consolidării noilor democrații este percepută acum ca fiind asociată mult mai strâns cu specificul *instituțiilor* implicate.

În fosta Uniune a Republicilor Sovietice Socialiste (URSS) *instituția Președinției* tinde să devină o afacere de familie. Unul dintre principalele țeluri urmărite de liderii țărilor ex-sovietice este să se asigure că puterea nu va ajunge pe mâini străine, ci o vor păstra ei cât mai mult timp după care fiul sau fiica, soția sau o altă rudă de sânge sau prin alianță vor reuși să se păstreze la conducerea statului, continuând linia predecesorului lor.

Plecând de la ipoteza de mai sus lucrarea de față își propune să analizeze situația politică a unui stat, Rusia, care încearcă să se debaraseze de moștenirea regimului comunist. Ne punem întrebarea dacă ieșirea respectivului stat din regimul comunist a dus, în mod automat, la intrarea acestuia în faza de tranziție spre democrație⁵, iar apoi, în mod firesc, a urmat procesul de consolidare a acesteia.

Din păcate, după mai bine de un deceniu de tranziție, politologii ruși au inventat conceptul de „*democrație dirijată*”, tocmai pentru a ascunde absența acesteia. Cu acest concept operează analiștii fie că e vorba de Rusia sau de alte foste republici sovietice. În „*democrația dirijată*”, instituțiile democratice sunt doar obiect de decor. S-au înființat parlamente, însă ele sunt populate de membrii fostei nomenclaturi, oameni programați să lupte împotriva libertății, care se comportă politic precum sovietele față de secretarii generali.

Arhitectul acestei parodii de democrație este fostul KGB. În laboratoarele KGB-ului s-au croit primele proiecte de reforme, care să salveze țara de la un colaps economic ce părea tot mai mult inevitabil. Reformele trebuiau realizate în beneficiul propriu, iar după decenii de teroare, în anii ,80, KGB-ul descoperise ca manipularea putea lua locul coerciției. Exercițiul manipulării a fost fundamental pentru crearea sistemului de „*democrația dirijată*”.

Trăim într-o lume în care mijloacele de comunicare s-au înmulțit – de la ziare la radio, televiziune, telefon și internet, astfel încât transmiterea informației, mesajelor și ideilor circulă cu viteza luminii. În consecință, această revoluție în comunicații aduce o avalanșă de informații, iar oamenii de cele mai multe ori le preiau fără a le înțelege pe deplin și le acceptă fără să le analizeze. Informația este liberă să circule și la rândul ei poate fi folosită ca armă. Prin urmare propaganda,

Hans-Dieter Klingemann (coordonatori), *Manual de știință politică*, traducere colectivă (Iași: Polirom, 2005), 289.

³ Mair, „Politica comparată:”, 289.

⁴ Terry L. Karl, „Dilemmas of democratization in Latin America”, în Dankwart A. Rustow, Kenneth P. Erickson, *Comparative Political Dynamics*, (New York: Publisher HarperCollins, 1991), 163.

⁵ Folosim termenul de democrație în sensul folosit de Robert Dahl în cartea sa *Poliarhiile. Participare și opoziție*, traducere de Mihaela Sadovschi (Iași: Institutul European, 2000) și anume „un regim politic caracterizat de alegeri libere și deschise, cu relativ puține restricții de participare la vot, competiție politică autentică și protejarea largă a libertăților civile”.

dezinformarea, manipularea pot funcționa mai bine în condițiile în care își pot transmite liber mesajul.

Principalul obiectiv al celor care dețin puterea, indiferent în ce domeniu, este să schimbe gândirea și comportamentul celor pe care îi conduc. Garth Jowett și Victoria O'Donnell spun că propaganda este transformată în persuasiune și că propagandiștii folosesc, de asemenea, metode persuasive în construcția discursului lor propagandist. Această teorie semnifică similitudinea și optimizarea propagandei folosind tehnici persuasive în dezvoltarea și cultivarea materialelor propagandiste.⁶

Cercetătorii au căutat să explice modul în care mass-media folosește diverse informații care pot avea impact asupra oamenilor, în urma cărora vor învăța anumite puncte de vedere. Pe lângă discursurile publice, mass-media este mijlocul de bază al răspândirii mesajelor, informațiilor și ideilor care sunt transmise de la lideri spre public. Astfel necesitatea de a răspândi mesajele este o primă motivație a intervențiilor de tip propagandist orientate asupra publicului prin intermediul mass-mediei.

Propaganda în statele moderne este folosită ca un instrument pentru utilizarea strategică a informațiilor publice și punerea în aplicare a controlului indirect asupra mass-media. De asemenea, aceasta include împărtășirea deliberată a ideilor și opiniilor destinate să modifice comportamentul și să stimuleze oamenii să acționeze.⁷

Teoria „*agenda setting*” oferă o explicație de ce anumite probleme sau subiecte sunt mai mult discutate de către public și altele nu, de ce anumite informații creează efecte în societate și altele nu. Astfel stabilirea agendei se referă la influența pe care mass-media o are pe agenda publică, atrăgând atenția asupra problemelor în jurul cărora se formează opinia publică.⁸

McCombs and Shaw au testat pentru prima dată ipoteza conform căreia mass-media are un impact semnificativ asupra importanței percepute a problemelor publice. Pe scurt, cu cât este mai mare acoperirea mediatică a problemei, cu atât mai mulți oameni vor crede că problema este importantă.⁹

În zilele noastre, *social media* au devenit instrumente puternice de propagandă, deoarece internetul este accesibil la un nivel fără precedent pentru fiecare individ, iar site-urile și rețelele sociale interactive oferă o platformă puternică pentru dezbatere și schimb de opinii. Propaganda, sub formă de videoclip încărcat pe YouTube, postare pe Facebook sau Twitter sau chiar un comentariu, are o eficiență de anvergură pentru diseminarea anumitor valori și credințe.

Marian Voicu, în lucrarea sa despre fake news menționează faptul că „*Fake news* provoacă distorsiuni în țesutul social și în etosul democrațiilor liberale, fiind un simptom al populismului. Pentru regimurile autoritariste, presa nu reprezintă dreptul oamenilor de a fi informați corect, ci mai degrabă dreptul statului de a minți. *Fake news* au devenit motorul unei noi realități, expresia unei noi epoci, cea a postadevărului.”¹⁰

6 Garth Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion. Fourth Edition* (London: Sage Publications, 2006), 1.

7 Renee Hobbs, Sandra McGee, „Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy”, *Journal of Media Literacy Education* 6 (2) (2014): 57.

8 Jörg Matthes, „The Need for Orientation Towards News Media: Revising and Validating a Classic Concept”, *International Journal of Public Opinion Research* 18 (4) (2005): 422.

9 Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, „The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly* 36 (2) (1972): 176–187.

10 Marian Voicu, *Matrișoșka minciñoșilor: Fake news, manipulare, populism*, (București: Editura Humanitas, 2018), 18.

Principalele tehnici de propagandă și dezinformare utilizate de candidatul Vladimir Putin la ultimele alegeri prezidențiale

În această parte a lucrării vom analiza procesul electoral și tehnicile de influențare a electoratului, în timpul alegerilor prezidențiale din Federația Rusă, care au avut loc în 2018. Dezinformarea și propaganda sunt mijloacele de bază ale manipulării societății ruse, contribuind astfel la luarea deciziilor electoratului. Principalele ipoteze pe care le vom analiza sunt:

- 1) Utilizarea tacticii de ascundere a adevărului facilitează păstrarea puterii politice în stat;
- 2) Există o corelație directă între accesul la mass-media și rezultatelor alegerilor prezidențiale;
- 3) Există o legătură între capacitatea mass-mediei de a evidenția anumite subiecte și determinarea publicului în luarea deciziei de vot.

Pentru a testa ipotezele formulate mai sus, vom aplica analiza cantitativă a datelor statistice oferite de către Centrul Levada, o organizație independentă rusă, de sondaje și cercetare sociologică. De asemenea, vom utiliza și analiza calitativă a documentelor și a informațiilor prezentate în mass-media.

Dacă apelăm la experiența organizării alegerilor rusești, se poate remarca faptul că printre candidați există, de obicei, un lider dominant, în timp ce ceilalți „concurenți” oferă alegeri alternative. În acest caz, campaniile electorale sunt organizate conform schemei „cine, dacă nu politicianul N?”, în loc de „care este cea mai bună opțiune pentru dezvoltarea statului de la candidați?”. Drept urmare alegerile devin un instrument pentru a confirma legitimitatea ordinii de lucruri existente și nu o competiție a viziunilor diferite asupra viitorului.

Acest fapt ne este demonstrat și la ultimele alegeri prezidențiale din Federația Rusă, care au avut loc în 18 martie 2018. Opt candidați au fost lăsați să participe la alegeri de către Comisia Electorală Centrală: Sergey Baburin, Pavel Grudinin, Vladimir Zhirinovskiy, Vladimir Putin, Ksenia Sobchak, Maxim Suraikin, Boris Titov, Grigory Yavlinsky.

Conform datelor furnizate de CEC a Federației Ruse, actualul președinte al Rusiei, Vladimir Putin, a câștigat primul tur cu un rezultat de 76,69% din voturile celor care au participat la vot. Drept urmare a fost ales pentru un al doilea mandat la rând (și pentru un al patrulea în general, dacă se iau în considerare mandatele sale prezidențiale din 2000 până în 2008).

Tabelul 1: Rezultatele alegerilor prezidențiale din Federația Rusă, din anul 2018¹¹

Numele și prenumele candidaților înregistrați pe buletinul de vot	Numărul de voturi exprimate pentru fiecare candidat înregistrat	Ponderea voturilor din total (%)
PUTIN Vladimir Vladimirovici	56 430 712	76.69
GRUDININ Pavel	8 659 206	11.77
ZHIRINOVSKY Vladimir	4 154 985	5.65
SOBCHAK Ksenia	1 238 031	1.68
YAVLINSKY Grigory	769 644	1.05
TITOV Boris Yuryevich	556 801	0.76
SURAYKIN Maksim	499 342	0.68
BABURIN Serghei	479 013	0.65

11 *** „Rezultati vîborov Prezidenta Rossiiskoi Federatii”, *Tsentralinaia izbiratelinaia komissia Rossiiskoi Federatii*, Postanovlenie N°152/1255-7 ot 23.03.2018, <http://www.cikrf.ru/analog/prezidentskiye-vybory-2018/itogi-golosovaniya/>, accesat 12.11.2020.

Tactica de ascundere a adevărului

Pentru a testa prima ipoteză vom aplica metoda calitativă a analizei documentelor, iar pentru aceasta vom analiza programul electoral a candidatului Vladimir Putin și vom analiza informațiile apărute în presă cu privire la acest subiect.

Astfel spre deosebire de alți candidați, V.V. Putin nu a prezentat programul electoral ca document separat. Mesajul său către Adunarea Federală din 1 martie a jucat rolul programului electoral. După ce a abordat o gamă largă de probleme în acest mesaj și în timpul campaniei electorale a insistat pe următoarele aspecte: îmbunătățirea condițiilor de viață ale rușilor, creșterea pensiilor, asistență socială direcționată către cei care au nevoie, dezvoltarea instituțiilor de învățământ preșcolar și a altor domenii ale politicii sociale.

Totuși Putin nu a transmis, rușilor intenția sa, în cazul în care este ales, de a crește imediat vârsta de pensionare în țară, ceea ce este o problemă de o importanță imensă pentru întreaga populație. În mesaj nu existau cuvinte despre modificările viitoare în domeniul legislației privind pensiile, iar cu câteva zile înainte de alegeri, Ria Novosti a publicat o precizare, în care cetățenii erau asigurați că vârsta de pensionare nu ar trebui să se schimbe până în 2030.¹²

În vară, după anunțarea reformei pensiilor, peste 60% dintre ruși au considerat retragerea lui Putin din acest subiect până pe 18 martie ca un pas tactic pentru păstrarea președinției.¹³

Competiția la alegerile prezidențiale organizate pe 18 martie a fost cea mai scăzută din istoria Rusiei. În ciuda numărului mare de candidați, nivelul real al competiției a fost scăzut. Acest lucru se datorează și faptului că unii contracandidați puternici sunt scoși din competiție, cum este cazul activistului anticorupție Alexei Navalny. Acesta a devenit popular datorită publicării investigațiilor sale anticorupție și după o serie de proteste în masă. Ulterior, activitățile sale, inclusiv nominalizarea la candidatura pentru funcția de primar al Moscovei, înmulțite cu carisma personală, i-au adus, pe bună dreptate, lui Navalny titlul de lider al opoziției ruse.¹⁴

După refuzul înregistrării candidaturii, Navalny a lansat o campanie de boicotare a alegerilor, în cadrul căreia a coordonat activitățile observatorilor din secțiile de votare și a organizat proteste în masă: „Greva alegătorilor” din 28 ianuarie 2018 și „Nu este regele nostru” la 5 mai 2018, sunt apeluri pentru care a fost arestat.

De asemenea, este de menționat faptul că data alegerilor a fost reprogramată din 11 martie în 18 martie. Această dată a coincis cu aniversarea anexării Crimeei la Federația Rusă. Potrivit unor experți, amânarea datei alegerilor a fost făcută în mod intenționat pentru a spori participarea și numărul de voturi pentru Vladimir Putin, întrucât va asocia aderarea Crimeei la Federația Rusă susținută de ruși, ceea ce va oferi un bonus electoral actualului președinte.¹⁵

12 *** „Povišenie pensionnogo vozrasta ne obsjudatseja, zaiavili v Sovfede”, *Ria Novosti* (13.03.2018), <https://ria.ru/20180313/1516297639.html>, accesat 18.11.2020.

13 *** „Opros Rosbalt: Putin molceal o pensionnoi reforme, boiasi provala na vıborah”, *Rosbalt* (17.07.2018), <https://www.rosbalt.ru/russia/2018/07/17/1717862.html>, accesat 25.11.2020.

14 Stanislav Bișok, Alexei Semenov, *Navalinii Celovek, kotorii ukral les. Istoria blogera i politika* (Moscv: Knijnii mir, 2014), 315.

15 Mihail Rubin, „Kriımskaia kampania Putina: pocemu vıborı prezidenta perenesut na 18 marta”, *Dojdi* (2017) https://tvrain.ru/teleshov/notes/elections_crimea-429204/, accesat 30.11.2020.

Corelația între accesul la mass-media și rezultatelor alegerilor prezidențiale

Pentru a testa cea de-a doua ipoteză, vom folosi metoda analizei cantitative a datelor statistice oferite de către Centrul Levada, o organizație independentă rusă, de sondaje și cercetare sociologică.

Prin intermediul mass-mediei se influențează comportamentul electoral al oamenilor, iar acoperirea media activă poate crea beneficii suplimentare pentru politicieni. Pe lângă creșterea faimei și recunoașterii, mass-media formează imaginea candidaților, scot la iveală calitățile lor personale, care sunt uneori și mai importante în alegerea electorală decât calificarea profesională a unui politician.¹⁶

Drept urmare, putem constata faptul că prin intermediul mass-mediei și prin intensitatea acoperii media a participanților din cursa electorală se poate influența percepția și deciziile electoratului în alegeri. În mare parte, instituțiile media se află, în prezent, sub supravegherea și controlul guvernului. Mass-media și rețelele de internet sunt principalul teren unde are loc dezinformarea intensă a societății aflată sub controlul lui Vladimir Putin.

Domeniul TV este dominat de o serie de posturi, cum sunt: Pervii Kanal, Rossia 1, NTV, iar toate acestea sunt controlate de către stat. Postul TV Dojdi este considerat singurul post de televiziune independent, dar care a fost eliminat de rețelele de cablu și este difuzat exclusiv online.

Conform unui studiu realizat în 2018 de către Centrul Levada, observăm cum influențează mass-media percepțiile și deciziile electoratului, prin numărul de mesaje ale candidaților din perioada campaniei (tabelul 2).

Tabelul 2: Numărul de mesaje despre candidații la alegerile prezidențiale, 2018¹⁷

Numele, Prenumele candidaților înregistrați pe buletinul de vot	Rezultatele la alegeri (Vot %)	Numărul de mesaje		
		Presa Federală (Presa_1)	Presa Regională (Presa_2)	Televiziune (Pervii Kanal și Rossia 1) (Presa_3)
PUTIN Vladimir Vladimirovici	76.69	1389	11190	519
GRUDININ Pavel	11.77	247	1398	75
ZHIRINOVSKY Vladimir	5.65	161	958	82
SOBCHAK Ksenia	1.68	203	971	76
YAVLINSKY Grigory	1.05	102	585	66
TITOV Boris	0.76	69	522	82
SURAYKIN Maksim	0.68	58	417	79
BABURIN Serghei	0.65	51	472	71

¹⁶ Anastasia Kazun, Oksana Dorofeeva, „Soobșenia CMI i rezultati kandidatov na vıborah prezidenta Rossiiskoi Federatii 2018: Dlea kogo vsego vajnee regionalinıe novosti?”, *Vestnik obșeestvennogo mnenıea. Dannıe, Analiz, Discussii* 3-4(127) (2018): 174.

¹⁷ Kazun, Dorofeeva, „Soobșenia”, 176.

Tabelul 3: Calcule proprii ale coeficientului de corelație dintre rezultatele la vot și Presa 1, 2, 3

		Presă_1	Presă_2	Presă_3
Vot	Pearson Correlation	,995**	,997**	,989**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000

Coeficientul de corelație al lui Pearson ne arată dacă există o legătură și intensitatea acesteia între numărul de apariții în presă și televiziune și rezultatele la alegerile prezidențiale. Cu cât valoarea coeficientului de corelație Pearson se apropie de 1 (valoarea absolută), cu atât intensitatea relației dintre cele două variabile va fi mai mare. Conform datelor din tabelul 3 se confirmă ipoteza privind existența unor relații de asociere între variabilele luate în calcul. Prin urmare numărul de apariții în presă este corelat puternic pozitiv cu rezultatele alegerilor.

Drept urmare, observăm că înaintea desfășurării alegerilor, președintele actual Vladimir Putin, cel care a și câștigat alegerile, avea un avantaj clar în mediatizare în presă și pe cele mai mari posturi de televiziune.

De menționat este faptul că o parte semnificativă a mesajelor politice nu a putut fi direct legată de campania electorală, deoarece mass-media a acoperit acțiunile lui Vladimir Putin nu numai ca și candidat la alegeri, ci și în calitate de șef al statului. Aceasta atrage mai multă atenție la activitățile președintelui și îl prezintă drept cel mai activ și competent candidat.

Drept urmare televiziunea acoperă activ ocupațiile actualului lider național, în timp ce ceilalți candidați primesc mult mai puțină atenție, lucru care poate oferi spectatorilor impresia că există un singur candidat, deoarece restul sunt practic absenți de pe ordinea de zi, iar numărul scăzut de mesaje despre participanții la cursa electorală creează iluzia că nu există nicio alternativă. De fapt, canalele de televiziune subliniază că există un președinte actual și niciunul din toți ceilalți candidați nu poate fi perceput ca un rival demn. Drept urmare, mai mult de jumătate dintre ruși nu văd o altă alternativă decât pe cea a lui Vladimir Putin – președinte al Federației Ruse.

În presă, Vladimir Putin este la fel cel mai discutat candidat, iar atenția față de ceilalți participanți la cursa electorală variază. Acest lucru sugerează că totuși alți politicieni, sau cel puțin unii dintre ei, au și propria lor agendă în presa scrisă și nu sunt doar menționați ocazional în lista generală a alternativelor pentru președinția statului.

Al doilea cel mai mare număr de mesaje din presa scrisă îl are candidatul partidului comunist Pavel Grudinin, urmat de candidații care erau deja cunoscuți rușilor: V. Zhirinovskiy, deputatul și șeful facțiunii LDPR din Duma de stat și K. Sobchak, care nu a ocupat posturi guvernamentale, dar era familiară populației în calitate de jurnalistă și prezentatoare TV. G. Yavlinsky, care a participat deja la alegerile prezidențiale anterioare, a primit, de asemenea, mai multă acoperire decât candidații care nu au luptat anterior pentru președinție și nu erau cunoscuți publicului larg – M. Suraikin, B. Titov și S. Baburin.

În consecință, putem concluziona că în mare măsură dacă candidatul în trecut era cunoscut publicului, el primește mai multă atenție din partea mass-mediei, consolidându-și pozițiile, iar cei care sunt mai puțin cunoscuți întâmpină dificultăți în desfășurarea campaniei electorale.

Capacitatea mass-mediei de a evidenția anumite subiecte

Pentru a constata validitatea celei de-a treia ipoteze, cea a existenței unei legături între capacitatea mass-mediei de a evidenția anumite subiecte și determinarea publicului în luarea deciziilor vom folosi metoda cantitativă de analiză a datelor statistice oferite de Centrul Levada, privind mediatizarea activă a mesajului președintelui către Adunarea Federală din 1 martie.

Conform art. 84 din Constituție, șeful statului este obligat să raporteze anual situația din țară, principalele direcții ale politicii interne și externe. Totuși, în 2017 nu a existat niciun mesaj. Vladimir Putin a decis să amâne data mesajului până la 1 martie 2018, ceea ce a alertat opoziția, pentru că șeful statului era suspectat de dorința de a transforma mesajul într-un discurs de campanie. Cu toate acestea, Comisia Electorală Centrală a dat asigurări că Vladimir Putin nu a încălcat Legea electorală.

În timpul discursului său, președintele a vorbit despre principalele sarcini ale politicii sociale din țară pentru următorii ani. Așadar, a fost vorba despre pașii importanți în domeniul demografiei, nevoia de credite ipotecare accesibile și despre importanța creșterii volumului construcțiilor de locuințe și dezvoltării asistenței medicale.

Prin urmare ne punem întrebarea dacă mediatizarea activă a acestui eveniment a determinat publicul în luarea deciziilor. Astfel teoria „*stabilirii agendei*” ne oferă o explicație la faptul de ce anumite subiecte au un efect mai mare asupra deciziilor și altele nu. Astfel stabilirea agendei este o tehnică a mass-mediei cu ajutorul căreia atrage atenția la anumite subiecte. Mass-media are capacitatea de a evidenția și a scoate în prim plan subiecte specifice, astfel forțând publicul să perceapă ca acestea sunt extrem de importante.

Astfel conform unui studiu realizat de către organizația independentă și ne-guvernamentală de sondaje și cercetare sociologică, Centrul Levada, observăm o mediatizare activă a mesajului președintelui către Adunarea Federală. Deci majoritatea copleșitoare a rușilor (70%) sunt familiarizați cu textul mesajului președintelui către Adunarea Federală și susțin măsurile de dezvoltare ale țării propuse de către șeful statului la 1 martie.¹⁸

După cum au arătat sociologii din Centrul Levada, cetățenii au primit informații despre mesajul șefului statului din programele de televiziune, l-au ascultat complet sau aproape complet în timpul difuzării la TV și radio, iar unii ruși au aflat detaliile din ziare. În același timp, majoritatea celor care au luat cunoștință de discursul președintelui au avut o idee clară despre direcțiile de dezvoltare ale țării propuse de șeful statului. Rezultă că teoria stabilirii agendei nu și-a pierdut actualitatea nici la aceste alegeri prezidențiale.

Concluzii

În urma cercetării efectuate credem că am atins scopul propus, acela de a analiza tehnicile prin care a avut loc influențarea electoratului în campania electorală pentru alegerile prezidențiale din Federația Rusă, în anul 2018.

În primul rând, menținerea legitimității este adesea o sarcină-cheie a guvernului actual rus și pentru aceasta sunt cheltuite resurse imense. Alte sarcini cheie sunt: o scădere a concurenței politice și o creștere a barierelor în calea participării la alegeri.

18 *** „Rossiyane podderjali kurs prezidenta”, *Levada Tentr* (20.03.2018), <https://www.levada.ru/2018/03/20/rossiyane-podderzhali-kurs-prezidenta/print/>, accesat 8.12.2020.

Prin aplicarea metodei calitative a analizei documentelor, am constat că programul electoral prezentat de către Vladimir Putin a ascuns adevăratele intenții în cazul realegerii sale privind viitoarea reformă a pensiilor, ceea ce a reprezentat un pas tactic important pentru păstrarea președinției.

Analizând datelor statistice oferite de Centrul Levada cu privire la numărul de mesaje apărute în presa federală și regională și pe televiziune am observat o corelație strânsă între aparițiile din mass-media și rezultatul alegerilor.

În urma analizei efectuate privind capacitatea mass-mediei de a evidenția anumite subiecte, prin prisma teoriei stabilirii agendei, am determinat impactul mediatizării active a unui subiect în formarea opiniei publice, analizând datele publicate de către Centrul Levada, din care rezultă o mediatizare activă a mesajului președintelui către Adunarea Federală, acest mesaj ajungând în cele din urmă la majoritatea publicului (70%).

Se remarcă faptul că, în practica alegerilor rusești, printre candidați există, de obicei, un lider dominant în timp ce „conurenții” nu oferă alegeri alternative. În consecință, alegerile devin un instrument pentru a confirma legitimitatea ordinii de lucruri existentă și nu o competiție a viziunilor diferite asupra viitorului.

În urma testării ipotezelor putem afirma că alegătorul își ia decizia conform informațiilor pe care le primește, iar propaganda și dezinformarea exercită o influență directă asupra opțiunilor electoratului. De aceea în cazul regimurilor de tip „democrație dirijată”, tehnologiile de răspândire a informațiilor și rețelele sociale nu reprezintă dreptul oamenilor de a fi informați corect, ci devin mai degrabă dreptul statului de a minți.

BIBLIOGRAFIE

Anastasia Kazun, Oksana Dorofeeva, „Soobșenia CMI i rezultati kandidatov na vıborah prezidenta Rossiiskoi Federatii 2018: Dlea kogo vsego vajnee regionalinıe novosti?”, *Vestnik obșeestvennogo mnenıea. Dannıje, Analız, Discusii* 3-4(127) (2018): 174-182.

Garth Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion. Fourth Edition* (London: Sage Publications, 2006).

Jörg Matthes, „The Need for Orientation Towards News Media: Revising and Validating a Classic Concept”, *International Journal of Public Opinion Research* 18 (4) (2005): 422-444.

Juan J. Linz, Alfred C. Stepan, *Modern Nondemocratic Regimes in Problems of Democratic Transition & Consolidation*, (Baltimore: John Hopkins University Press, 1996).

Marian Voicu, *Matrioșka mincinoșilor: Fake news, manipulare, populism*, (București: Editura Humanitas, 2018).

Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, „The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly* 36 (2) (1972): 176-187.

Peter Mair, „Politica comparată: o perspectivă de ansamblu”, în Robert E. Goodin, Hans-Dieter Klingemann (coordonatori), *Manual de știință politică*, traducere colectivă (Iași: Polirom, 2005), 279-299.

Renee Hobbs, Sandra McGee, „Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy”, *Journal of Media Literacy Education* 6 (2) (2014): 56-67.

Robert Dahl, *Poliarhiile. Participare și opoziție*, traducere de Mihaela Sadovschi (Iași: Institutul European, 2000).

Stanislav Bișok, Alexei Semenov, *Navalinii Celovek, kotorii ukral les. Istoria blogera i politika* (Moscvă: Knijnii mir, 2014).

Terry L. Karl, „Dilemmas of democratization in Latin America”, în Dankwart A. Rustow, Kenneth P. Erickson, *Comparative Political Dynamics*, (New York: Publisher HarperCollins, 1991), 163-191.

Mihail Rubin, „Křimskaja kampania Putina: pocemu vřborř prezidenta perenesut na 18 mar-
ta“, *Dojdi* (2017), https://tvrain.ru/teleshov/notes/elections_crimea-429204/

***, „Opros Rosbalt: Putin molceal o pensionnoi reforme, boiasi provala na vřborah“, *Ros-
balt* (17.07.2018), <https://www.rosbalt.ru/russia/2018/07/17/1717862.html>

***, „Poviřenie pensionnogo vozrasta ne obsujdaetsea, zaiavili v Sovfede“, *Ria Novosti*
(13.03.2018), <https://ria.ru/20180313/1516297639.html>

***, „Rezultatř vřborov Prezidenta Rossiiskoi Federatřii“, *řentralinaia izbiratelinaia komissia
Rossiiskoi Federatřii*, Postanovlenie Nř152/1255-7 ot 23.03.2018, [http://www.cikrf.ru/analog/
prezidentskiye-vybory-2018/itogi-golosovaniya/](http://www.cikrf.ru/analog/prezidentskiye-vybory-2018/itogi-golosovaniya/)

***, „Rossiiane podderjali kurs prezidenta“, *Levada- řentr* (20.03.2018), [https://www.levada.
ru/2018/03/20/rossiyane-podderzhali-kurs-prezidenta/print/](https://www.levada.ru/2018/03/20/rossiyane-podderzhali-kurs-prezidenta/print/)