

Relația dintre comunicarea de masă și securitatea națională

Ilinca Andreea MARIN

Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică, ICI București

ilinca.marin@ici.ro

Rezumat: În democrațiile capitaliste, mass-media corporatistă reflectă fidel ideologia de clasă dominantă atât în reportaj, cât și în comentarii. În același timp, mass-media lasă impresia că este liberă și independentă, capabilă de acoperire echilibrată și comentarii obiective, dar de fapt formează și menține opinia publică, fiind un posibil aliat, dar și o amenințare pentru securitatea națională. În cadrul acestui eseu voi analiza modalitatea în care comunicarea și mass media influențează securitatea națională, luând în considerare noile canale media.

Cuvinte cheie: globalizare, libertatea presei, război informațional, propagandă, manipulare.

The relationship between mass communication and national security

Abstract: In capitalist democracies, corporate media faithfully reflects the dominant class ideology in both reporting and commentary. At the same time, the media leave the impression that it is free and independent, capable of balanced coverage and objective comments, but actually forms and maintains public opinion, being a possible ally but also a threat to national security. In this essay I will analyze the way in which communication and mass media influence the national security, taking into account the new media channels.

Keywords: globalisation, freedom of the press, informational war, propaganda, manipulation.

Introducere

Societatea de astăzi traversează o perioadă denumită era digitală, o consecință a eforturilor de globalizare din ultimele decenii, dar, mai ales, a avansului tehnologic de vârf fără precedent. Dacă la nivel tehnic, o bună parte dintre dezvoltările tehnologice care au cuprins viața cotidiană, dar și domenii precum medicina, ingineria șamd, au putut fi prevăzute, zona care a vizat comunicarea online a fost și încă este una dintre cele mai mari surprize ale ultimului deceniu, odată cu boom-ul rețelelor sociale și al smartphone-ului.

Interconectivitatea la nivel global a ideilor și oamenilor s-a produs într-un ritm atât de alert și vizând toate aspectele traiului de zi cu zi, incluzând participarea civică a cetățenilor la actul politic, încât guvernele, instituțiile statelor, precum și factorii de securitate și apărare au fost depășite, atât la nivel legislativ, dar mai ales în ceea ce privește reacția la consecințe. Au existat state care au speculat potențialul fantastic al rețelelor sociale asupra securității naționale și internaționale, acționând atât pentru reglementarea spațiului de comunicare online pe plan domestic, în același mod în care cenzura funcționa în regimurile autoritare înainte de era digitală, dar mai ales pentru a declanșa o ofensivă asupra altor state, creând riscuri și vulnerabilități.

Există câteva aspecte sigure în legătură cu știrile și informațiile, primul fiind faptul că publicul are acces la mai puține informații decât există în realitate. De asemenea, marile trusturi de presă vor continua să fie orientate pe profit, prin urmare vor promova știrile care sunt cerute de public. În democrațiile capitaliste, mass-media lasă impresia că este liberă și independentă, capa-

bilă de acoperire echilibrată și comentarii obiective. Ocazional apar inadvertențe în comunicarea prin media, din cauza unor erori de producție sau probleme obișnuite, cum ar fi presiunile termenelor limită, constrângeri bugetare și dificultatea de a reduce o poveste complexă într-un raport concis. În plus, niciun sistem de comunicare nu poate spera să raporteze totul, prin urmare, este nevoie de selectivitate. Însă modalitatea în care se realizează selecția știrilor prezintă atât interesul opiniei publice care urmărește un anumit canal de comunicare, dar mai ales interesul actorilor importanți din trusturile de presă și din politică.

Rolul mass-media în comunicarea de masă

Mass-media și politica au o legătură puternică în mediul strategic contemporan. Rolul inițial al mass-media, de sursă de informații / comunicare între oameni și stat, sau între state, a fost transformat și extins.

Termenul „securitate națională” a fost mult timp folosit de politicieni ca o frază simbolică și de liderii militari pentru a descrie un obiectiv politic. Rolul mass-media în război nu este doar de a proiecta activitățile în curs de dezvoltare într-un anumit domeniu, dar și pentru a oferi o imagine cuprinzătoare, care să acopere toate aspectele legate de politicile din țară. În prezent, războiul nu este purtat doar de către forțele armate, ci și întreaga națiune, producțiile economice, științifice, politice și sociale în toate domeniile posibile sunt angajate în desfășurarea acțiunilor militare. Acesta este un obiectiv viabil, care se realizează prin procesul de informare și diseminare a informațiilor prin mass-media. (Hussain, 2008)

Când cele două instituții - militare și mass-media - se întâlnesc în timpul unui conflict, sunt de așteptat conflicte. Mass-media vrea să spună povestea, iar instituțiile militare își propun să câștige războiul și să păstreze numărul de victime la un nivel minim. Mass-media vrea libertate, nu cenzură, acces total și capacitatea de a ajunge la publicul lor rapid. Armata, pe de altă parte, vrea control. Cea mai mare temere a unui comandant militar într-un scenariu de pre-invăzie este că ceva s-ar putea scurge, care ar putea pune în alertă inamicul. Pe de altă parte, mass-media are temerea că ar putea sufoca acțiunile militare cu știri pentru îmbunătățirea imaginii lor publice sau acoperi greșelile lor. În prezent, armata și mass-media au început să lucreze împreună în armonie pentru interesele naționale și ale securității. (Hussain, 2008)

În general, se consideră că presa și mass-media sunt invazive și senzaționaliste. De fapt, se întâmplă mai frecvent ca media să fie oprită sau evazivă. Informații cu adevărat senzaționale (spre deosebire de cele senzaționaliste) sunt minimalizate sau evitate. Uneori, suprimarea include nu doar detalii vitale, ci întreaga știre în sine, chiar și cele de relevanță majoră. Reportajele care ar putea pune sub o lumină slabă a stării de securitate națională au cea mai scăzută probabilitate de a fi publicate. (Parenti, 2001)

Mass-media minimalizează știri importante pentru interesul național. În 1965, armata indoneziană - sfătuită, echipată, instruită și finanțată de către armata americană și CIA – a dat jos președintele Achmed Sukarno și a eradicat Partidul Comunist Indonezian și aliații săi, omorând peste o jumătate de milion de oameni în ceea ce a fost cel mai mare act de ucidere în masă politică de la Holocaustul nazist. Generalii au distrus, de asemenea, sute de clinici, biblioteci, școli și centre comunitare care au fost construite de către comuniști. Această știre ar fi fost senzațională, dar au fost necesare trei luni pentru a fi menționată în revista *Time* și încă o lună până a fost menționată în *New York Times* (5 aprilie 1966), însoțită de un editorial care de fapt a lăudat armata indoneziană pentru că "a jucat pe bună dreptate și cu maximă prudență." (Parenti, 2001)

Exemplele sunt nenumărate și acest fapt demonstrează că nu se poate pune un semn de egalitate între libertatea presei și accesul liber la informație. În ciuda numărului mare de surse de informare, masele au acces doar la acele știri pe care media le promovează. Astfel, puterea presei de influențare a opiniei publice este cu atât mai mare. Promovarea unor mesaje agresive asupra unei categorii sociale determină adoptarea unei atitudini agresive din partea maselor. Promovarea

unor știri care inspiră teamă și teroare determină aversiunea maselor și susținerea acestora în cazul acțiunilor militare.

Un exemplu al influenței comunicării asupra securității naționale este războiul Statelor Unite ale Americii cu Irak. Comunicarea intensă privind pericolul prezentat de existența unor arme biologice de distrugere în masă pe teritoriul Irakului, la scurt timp după atacurile teroriste de pe 11 septembrie 2001, au determinat poporul american să susțină acțiunile militare în Irak, deși ulterior s-a descoperit că Irak nu reprezenta o amenințare pentru Statele Unite ale Americii. Kull (2003) a descoperit că numai o parte din susținătorii președintelui George W. Bush sau susținători ai unui candidat democrat cred că SUA a găsit dovezi ale armelor de distrugere în masă în Irak. Cu toate acestea, de trei ori mai mulți susținători ai lui George W. Bush, ca suporterii unui candidat democrat, susțin această percepție greșită. Treizeci la sută din susținătorii lui George W. Bush cred că SUA a găsit astfel de dovezi, în timp ce doar 10% din suporterii democrați nu cred acest lucru.

De asemenea, Kull (2003) a arătat că în perioada premergătoare războiului cu Irakul și în perioada de după război, o parte semnificativă din publicul american a continuat diseminarea percepțiilor greșite care au jucat un rol cheie în generarea și menținerea aprobării deciziei de a merge la război. Porțiuni semnificative ale publicului au crezut că Irakul a fost direct implicat în atacurile din 11 septembrie și că au fost găsite dovezi ale legăturilor dintre Irak și al-Qaida, precum și că au fost găsite armele de distrugere în masă în Irak după război și că Irak a utilizat efectiv armele de distrugere în masă în timpul războiului.

Gradul de percepții greșite ale americanilor variază semnificativ în funcție de sursa lor de informare. Cei care urmăresc cele mai multe știri de la *Fox News* au mai multe șanse decât media cetățenilor de a avea percepții greșite. Cei care primesc cele mai multe informații de la NPR sau PBS sunt mai puțin susceptibili de a avea percepții greșite. Aceste variații nu pot fi pur și simplu explicate ca rezultat al diferențelor în caracteristicile demografice ale fiecărei public, pentru că aceste variații pot fi, de asemenea, găsite atunci când se compară subgrupurile demografice ale fiecărei public. (Kull, 2003)

Nu se poate condamna numai mass-media pentru implicarea în război, ca motivul din spatele unui astfel de eșec militar. Cu toate acestea, din cauza inundării cu imaginii de război din mass-media pe ecranele de televiziune din America, publicul american a răspuns și a răspuns rapid la atrocitățile ce aveau loc. În timp ce o acțiune rapidă și eficientă este ideală, este nevoie de timp pentru a examina întotdeauna situația prezentată, mai ales într-o țară străină pentru a utiliza eficient și cu succes cele mai bune resurse miliare. Dar mass-media a continuat să explice publicului american că introducerea forțelor SUA a fost de succes. Datorită lipsei oricărei alte informații în ceea ce privește războiul peste mări, publicul nu a avut de ales decât să accepte reportajele drept adevăr. Un alt aspect negativ de acoperire a războiului de către mass-media este dezinformarea, în ceea ce privește statutul soldaților, dacă sunt în viață, decedați sau lipsesc. Dick Sherman, un prizonier de război în timpul celui de-al Doilea Război Mondial afirmă că mass-media este o cauză de deteriorare, cu raportare că „soldații probabil lipsesc chiar înainte de a confirma activitatea militară către mass-media. Reportajele uneori ajung la membrii familiei înaintea informării oficiale”. El continuă: „Dacă rapoartele sunt greșite, dăunează familiilor. Indiferent cât de dur ar suna, e mai bine să nu știe.” (Smith, *apud* Guiboa, 2003).

Mass-media duce războiul propriu pentru a contracara propaganda ostilă din lungul frontierelor. Rolul jucat de mass-media electronice este de factor de consolidare a moralului. În limbajul militar, moralul este voința de a lupta pentru cauza națională. Astfel, în război, operațiunea psihologică nu este singura funcție pentru care mass-media este chemată să lucreze în folosul securității naționale, dar trebuie să acționeze ca o punte de legătură între forțele armate și civili.

Unul dintre cele mai eficiente mijloace de război este propaganda, o știință complicată și un exercițiu planificat pentru a submina voința poporului. Principalul instrument de propagandă este mass-media. Machiavelli și Chanakya au dedicat volume întregi de artă și înșelăciune prin propagandă. Unele dintre tehnicile adoptate într-un conflict prin mass-media pentru a obține

rezultatele dorite sunt repetarea minciunilor, prezentarea opiniei personale deghizată ca un fapt, propaganda, controlul selectiv al informațiilor din presă. Mulți lideri militari au devenit conștienți de faptul că acoperirea mass-media poate fi un multiplicator de forță. (Hussain, 2008)

Astăzi, mass-media este mijlocul cel mai eficient și puternic de motivare a maselor, un exemplu recent fiind alegerea președintelui României, Klaus Iohannis. O națiune nemotivată suficient pentru a rezista la agresiune, nu poate aspira să își păstreze libertatea, credința și ideologia pentru mult timp.

Rolul social media în comunicarea de masă

Odată cu creșterea recentă a social media în ultimii zece ani ca un nou pilon în cultura noastră modernă, social media a apărut și ca o amenințare tot mai mare pentru securitatea națională. Cum Internetul și social media sunt în mod constant în creștere și schimbare, securitatea națională a rămas în urmă. Experții în securitate națională și factorii de decizie politică trebuie să se adapteze rapid la amenințările ce apar sau să facă față breșelor majore de securitate națională.

Există trei caracteristici de bază care definesc social media:

- un spațiu virtual unde utilizatorul poate activa și seta propriul profil;
- posibilitatea de a face un profil public, parțial sau total, conectându-l cu alte profiluri și, astfel, utilizatorul poate comunica cu celelalte profilurile conectate la rețeaua sa;
- posibilitatea de a manipula propria rețea, dezvoltând-o și actualizând-o în mod constant.

Câteva fapte demografice importante despre social media care demonstrează relevanța Internetului și a prezenței instituțiilor care se ocupă de securitatea națională în mediul virtual (Montagnese, 2011):

- mai mult de 75% din utilizatorii de internet au cel puțin un profil activ de social media;
- aproximativ 40% din utilizatorii de social media își accesează profilul *via* telefon mobil;
- oamenii cu vârsta peste 55 de ani sunt deosebit de activi pe social media de pe telefonul mobil;
- utilizatorii de social media sunt în cea mai mare proporție femei;
- majoritatea utilizatorilor au vârsta cuprinsă între 18-34 ani.

Deși social media are potențialul de a fi o amenințare la adresa securității naționale, ea are, de asemenea, posibilitatea de a consolida securitatea națională și să fie utilizate în beneficiul guvernului. Unul dintre modurile de folosire cel mai eficient al social media de către guvern este ca un instrument de avertizare sau prevenire. Ca instrument de monitorizare, guvernul este capabil să recunoască primele semne de orice activitate ostilă sau potențial periculoasă, prin colectarea și analizarea mesajelor pentru a încerca să prezică evenimente care ar putea fi un pericol pentru securitatea națională. (Montagnese, 2011)

O altă utilizare importantă a social media de către guvern este ca un instrument de comunicare instituțională. Social media oferă un mediu care creează coeziunea între agențiile guvernamentale prin creșterea comunicării și transparenței. Utilizarea social media poate, de fapt, să contribuie considerabil la schimbul rapid de informații din cadrul fiecărei agenții guvernamentale unice și pentru a crește fluxul de comunicare inter-constituțional. Social media poate garanta astfel o informare eficientă și schimbul de conținut între birourile ale aceleiași agenții sau între diferite agenții și de acord în îmbunătățirea performanțelor agențiilor publice. (Montagnese, 2011)

De asemenea, social media a devenit un mediu pentru promovarea amenințărilor internaționale precum: grupurile teroriste internaționale (Al-Qaeda, grupuri jihad) sau organizații criminale transnaționale. În cazuri specifice, cum ar fi terorismul, toate amenințările nu ar trebui să fie considerate ca fiind amenințări de către public. Cu toate acestea, agențiile care se ocupă de securitatea națională trebuie să fie în alertă, cum ar fi în cazul unui război de informații, iar toate amenințările la adresa securității naționale menționate mai sus ar trebui să fie recunoscut ca atare.

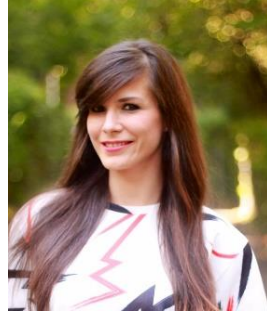
Cea mai comună amenințare la adresa securității naționale, care provine de la social media, este războiul informațional. Războiul informațional se referă la momentul în care grupuri organizate utilizează o strategie precisă pentru a obține un avantaj competitiv față de concurenții lor. Aceasta este o nouă formă de brand de război asimetric, conflictul trecând departe de câmpul de luptă militar la o dimensiune și un câmp de luptă cu mai multe planuri de funcționare. Activitățile războiului informațional constau de obicei în propagandă, contra-propagandă și operațiuni de influență, management de comunicare de urgență, dezinformare și eroziunea securității naționale a unui stat. Războiul informațional poate dovedi a fi un instrument eficient. De asemenea, costul și accesibilitatea războiului informațional relativ scăzut prin social media permite finanțare scăzută din partea unor grupuri la nivel local ce își doresc ca social media să fie o armă. (Montagnese, 2011). Imensa putere a mass-media și a social media în popularizarea unor imagini printre masele de oameni a fost și este folosită de state pentru războiul informațional cu dușmanii interni și externi. Indiferent de gradul de independență și imparțialitate a mass-media, se poate observa că, în materie de securitate și interese naționale, mass-media urmează liniile naționaliste. Statele-națiune și actori politici non-statali au recunoscut puterea imensă a mass-media și utilizarea acesteia pentru realizarea obiectivelor lor.

Concluzii

Media, mijloacele de comunicare care influențează oameni pe scară largă au un loc important în securitatea națională mai ales în epoca revoluției informației. Este sursa de informare pentru o societate cu privire la orice problemă, fie ea locală, regională sau globală, oamenii se bazează și chiar au încredere în ceea ce este prezentat lor de către mass-media. Prin urmare, această dimensiune/valoare de mass-media crește semnificația sa ca un instrument influent și instrumental cu privire la consolidarea încrederii și promovarea de neîncredere în rândul persoanelor cu privire la aspectele legate de securitatea națională. Această semnificație de mass-media poate fi asistat la orele de criză de la nivel național. Se dovedește a fi evident că guvernele au nevoie disperată de sprijin sporit din partea mass-mediei pentru proiecția atitudinii lor clare și pentru dominația morală. Imposibilitatea de a recunoaște și de manipulare contra inamicului de mass-media ar putea duce la eșecuri militare și naționale fără precedent. Trebuie să se realizeze că deciziile de azi nu mai sunt bazate pe evenimente, ci cu privire la modul în care sunt prezentate evenimentele. Astfel, răspunsul evident este faptul că în epoca tehnologiei, mass-media ar continua să fie un instrument pentru urmărirea intereselor naționale în mod eficient.

BIBLIOGRAFIE

1. Guiboa, R. 2003. *Media Influence of Public Opinion during War: A Good or Bad Capability?* Disponibil la: <http://goo.gl/fOtGt4>, accesat la data 15.01.2016;
2. Hussain, N. 2008. *The Role of Media in National Security: A Case Study of 1998 Nuclear Explosions by Pakistan*. South Asian Strategic Stability Institute, London;
3. Kull, S. 2003. *Misperceptions, The Media and The Iraq War*. The PIPA/Knowledge Networks Poll;
4. Montagnese, A. 2011. *Impact of Social Media on National Security*. Diss. Military Center of Strategic Studies;
5. Parenti, M. 2002. *Monopoly Media Manipulation*, Mediterranean Quarterly, vol 13 (2), 56-66;
6. Vevera, V. 2016. *Cyber space, România and the new threats*, Studia Securitatis;
7. Vevera, V. 2014. *România în epoca digitală*, Șapte teme fundamentale pentru România;
8. Vevera, V. 2014. *O nouă epocă digitală*, ICI - Revista Română de Informatică și Automatică.



Ilinca MARIN este absolventă a Academiei de Studii Economice, Facultatea de Administrare a Afacerilor în limba franceză, are 28 ani și este de profesie economist. În prezent lucrează în cadrul Institutului Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică, la Departamentul de Cybersecurity și Infrastructuri Critice, după o perioadă în care a lucrat în domeniul bancar. Principalele interese de cercetare sunt: securitatea informatică, protecția infrastructurii critice, proiectele de cercetare finanțate de UE și studiile legate de relația social media și securitatea cibernetică.

Ilinca MARIN graduated the Academy of Economic Studies, the Faculty of Business Administration in French, she is 28 years old and is an economist. Currently she is working at the National Institute for Research and Development in Informatics, ICI Bucharest, within Department of Cybersecurity and Critical Infrastructure, after a working period in the banking field. The main research interests are IT security, Critical Infrastructure Protection, EU-funded research projects, and studies concerning the relationship between social media and cybersecurity.