

COMUNICAREA STRATEGICĂ ÎN DOMENIUL SECURITĂȚII ȘI APĂRĂRII: ABORDĂRI CONCEPTUALE

STRATEGIC COMMUNICATIONS IN THE SECURITY AND DEFENCE SECTOR: CONCEPTUAL APPROACHES

Summary

The current security environment displays the nature of war rather as indirect than direct, and the emergence of the 4th and 5th generation war has amplified the major development in the security paradigm from traditional to non-traditional security. The media, as well as other contemporary means of communication, have become imposing instruments in the realization of the actors' interests on the territory of other states. In this context, the real authenticity comes from the concept of strategic communication that has evolved in the West, stemming from the need to involve the key public in promoting national interests, policies and objectives in the areas of interest, as well as ensuring a culture of security in the context of hybrid threats. Thus, this chapter attempts to provide a conceptual understanding of what the strategic communication represents in the context of a constantly changing security environment. Viewed from a general perspective, analyzing the concept of strategic communication leads us to the conclusion that this concept is in full development, being created to support the achievement of the security objectives of a state, as it occurred, for instance, in the USA. At the same time, whether we are talking about the North Atlantic Alliance, the European Union or a state actor, each entity must review its security strategies and ensure that it maintains its credibility over time and achieves its goals. Thus, in this research we will provide a multidimensional approach to the concept of strategic communication and identify the missions and guidelines of strategic communication in the field of national security and defense to explore its benefits. Due to the dynamic nature of the security environment with obvious hybrid threats, but also due to the challenges and opportunities brought by the development of the informational space, researches in the field of strategic communication remain of real interest for present and future.

Căderea zidului de la Berlin și destrămarea URSS au avut mai multe implicații asupra peisajului geopolitic regional, asupra economiei globale și priorităților naționale. În același timp, după explozia economică din anii 1990, se constata o ascensiune a democrației și o creștere a intensității sale în asi-

gurarea păcii. Iar evenimentele din 11 septembrie 2001 din Statele Unite ale Americii (SUA), moment care a marcat globalizarea insecurității, au devenit un alt punct de reper pentru revizuirea politicilor de securitate. Adversarul era unul întâlnit la nivel global, fără un stat propriu, o capitală sau armată proprie. Practic, după cum scria și George Maior în lucrările sale, non-statul atacă statul, cea mai mare putere militară a lumii fiind lovită de o entitate indefinită politic ce nu prezenta nicio caracteristică specifică statalității [36]. Ca urmare a apărut nu numai necesitatea de a identifica mecanisme de contracarare a amenințărilor asimetrice, dar și de a anihila implicațiile psihologice ale acestora asupra populației. În acest cadru, simultan cu acțiunile întreprinse de către actorii internaționali, Statele Unite și aliații / partenerii săi strategici privind descurajarea globală a asimetriei, comunicarea eficientă se evidențiază ca o componentă esențială și necesară pentru a construi încrederea și sprijinul public. Pe atunci se evidenția necesitatea unei abordări mai viguroase și operaționale a comunicării și a informării publicului și, concomitent, necesitatea stringentă de a organiza, instrui și echipa mai bine profesioniștii în domeniul comunicării strategice pentru a promova mai eficient politicile de securitate. Evenimentele din ultimii ani, precum șocurile electorale ale lui Donald Trump în Statele Unite și Brexit-ul în Marea Britanie, au demonstrat rolul critic al emoțiilor în sfera politică și nevoia de politicieni și noi lideri, oficiali guvernamentali și comunicatori capabili să depună eforturi pentru a empatiza cu publicul lor.

Mediul de informare publică este un câmp de luptă-cheie în mediul informațional modern. Unii lideri politici și militari, precum și autori din cadrul studiilor de securitate [18, 19], au etichetat condițiile mediului respectiv de operare ca *a patra generație de război (fourth generation war)* – o noțiune care se referă la un inamic care operează într-un domeniu virtual și folosește mijloacele de informare în mod inteligent, făcând efectiv media pe teren. Acest tip de război impune ca factorii de decizie la nivel național să creeze o abordare sinergică care să pună accentul pe capacitatea de *soft power* a țării sale și, dacă este necesar, să depună eforturi complementare prin intermediul puterii militare / *hard power* [4, p. 8].

Această percepție a mediului contemporan de securitate este ceea ce **procesul de comunicare strategică** utilizează pentru a obține credibilitate, legitimitate și, prin urmare, descurajare și libertate de acțiune, vitale pentru susținerea strategiei naționale și pentru protejarea, restabilirea, menținerea și atingerea obiectivelor naționale și a intereselor naționale permanente.

În cadrul *Strategiei de Apărare Națională a Republicii Moldova* se menționează că „*comunicarea strategică* va deveni elementul informațional indispensabil al autorităților naționale, reprezentând unul dintre instrumentele pe care statul le are la dispoziție pentru a-și atinge obiectivele în domeniul securității și apărării. În această direcție, eforturile vor fi orientate spre elaborarea unei viziuni eficiente de comunicare strategică, spre transformarea structurilor de comunicare instituțională și spre elaborarea unor forme de colaborare și interacțiune. Astfel, se impune o interpretare comună cu privire la comunicarea strategică necesară la nivelul tuturor autorităților publice și la nivelul tuturor politicilor și strategiilor naționale” [37].

În același timp, nu putem neglija faptul că în Republica Moldova a fost adoptată *Strategia de informare și comunicare în domeniul apărării și securității naționale* (SICASN) în 2012, care a instituit un mecanism național de comunicare menit să informeze opinia publică în legătură cu reforma sectorului de securitate și cu politicile naționale în acest sens. Însă studiile constată că Strategia nu a avut impactul așteptat din cauza lipsei unui efort conjunct al instituțiilor și partenerilor de implementare a documentului, dar și a incapacității de a adapta comunicarea instituțională la noile evoluții de securitate de ordin intern și extern [21]. Mai exact, Strategia de comunicare nu mai este actuală după agresiunea Rusiei în Ucraina, care a schimbat paradigma de securitate europeană și a aprofundat războaiele informaționale, ai căror autori tind să manipuleze opinia publică. Cu atât mai mult, în cadrul Doctrinei militare a Federației Ruse (2014) găsim că *informația* este abordată *ca una dintre componentele conflictului modern*, iar în cadrul Strategiei naționale de securitate a Federației Ruse din 2015 se menționează că *războiul informațional global și informația* sunt *instrumente al securității naționale*.

În mediul actual de securitate, considerat ca unul dominat de amenințări hibride, *propaganda, narrative strategice, mituri politice devin instrumente eficiente în diminuarea securității statelor*. În același timp, statele în general și forțele armate în special sunt obligate să facă față unor noi sarcini de desfășurare a acțiunilor de luptă prin introducerea unor noi tehnologii, sisteme și platforme de arme inteligente, a unor senzori avansați și digitalizarea spațiului de luptă. Instrumentul strategic informațional, utilizat pentru promovarea și apărarea intereselor naționale, pe timp de pace, în situații de criză și pe timpul conflictului armat/războiului primește o importanță capitală. Iar evoluția evenimentelor ultimilor ani demonstrează că asistăm la apariția unui nou tip de agresiune, dar nu militară, la un nou tip de război, un război invizibil cu

caracteristici și forme de manifestare subtile și eficiente care depășesc cu mult pe cele clasice. În acest cadru, guvernele naționale, dar și structurile regionale și internaționale, precum Uniunea Europeană și NATO, conștientizează tot mai mult importanța asigurării procesului de *comunicare strategică* pe probleme de valoare națională și regională în asigurarea securității dintr-o perspectivă comprehensivă și integrată.

Definirea conceptului comunicarea strategică în domeniul securității și apărării naționale. Necesitatea de a defini conceptul *comunicarea strategică* este determinat de faptul că mulți profesioniști împrumută acest concept în mod iresponsabil, având în vedere impactul comunicării strategice. Astfel, în literatura de specialitate găsim diferite definiții privind rolul comunicării strategice, provocând confuzie, ca rezultat fiecare entitate publică sau guvernamentală dezvoltă un plan de *comunicare strategică* fără anumite analize sau evaluări preliminare. În același timp, *comunicarea strategică* devine confuză atunci când este percepută precum un efort simplu de realizare a unei *comunicări sociale* sau de *marketing*, de exemplu, în Federația Rusă, nu este utilizată noțiunea de comunicare strategică. De fapt, este dificil să găsim o noțiune care să se potrivească în mod corespunzător campaniilor de informare și propagandă a Rusiei care sunt utilizate în Ucraina, Republica Moldova și Europa. În mare parte, nevoia de a defini acest concept a apărut atunci când s-a considerat că liniile de separare convenționale între afacerile publice, diplomația publică și operațiunile de informare militară sunt estompate în mediul operațional din cauza accesului imediat la informații. Actuala revoluție informațională în sectorul de apărare face parte dintr-o revoluție mai largă, cu dimensiuni politice, economice și sociale.

În general, comunicarea strategică este o paradigmă emergentă care acoperă șase discipline: comunicarea managerială, comunicarea de marketing, relațiile publice, comunicare tehnică, comunicarea politică și campanii de informare/marketing social [13, p. 5]. Ca o paradigmă unificatoare, ea implică o serie de aplicații în diverse domenii de cercetare, inclusiv *persuasiunea politică* [15]. Comunicarea strategică reamintește și se reorientează asupra rolului fundamental al comunicării ca proces simbolic în care realitatea este creată, menținută sau transformată [40]. De regulă, comunicarea eficientă trebuie să creeze și să mențină credibilitatea și încrederea atât a prietenilor, cât și a inamicilor, printr-un accent pe consistență, veridicitate și transparență, atât prin cuvinte, cât și fapte. Această credibilitate este esențială pentru construirea unor rețele de încredere care să contracareze sprijinul ideologic al unui fenomen sau acțiuni, de exemplu, lupta împotriva terorismului [17, p. 30].

Astfel, primele definiții ale conceptului de comunicare strategică sunt mai curând din perspectiva unui singur actor, cum ar fi SUA, care s-au preocupat mai mulți ani în definirea conceptului respectiv [42]. Deși noțiunea *comunicare strategică* a devenit foarte populară în ultimii 4-5 ani, însă ca expresie utilizată în domeniul securității și apărării nu este ceva nou. Dintr-o perspectivă istoriografică, evidențiem că în 1957, autorul Murray Dyer, în lucrarea sa *Comunicarea politică ca instrument de stat*, a menționat despre *comunicarea strategică* în contextul războiului psihologic la nivel strategic [14]. Și în anii următori întâlnim niște discuții generale privind comunicarea strategică, dar iarăși dintr-o perspectivă a relațiilor în cadrul unui conflict, de exemplu în volum intitulat *Interacțiunea Strategică și Conflictul: documente și discuții originale* [1].

Dacă să ne referim la conceptul de *comunicare strategică* așa cum este cunoscut astăzi, acesta își trage rădăcinile din *Raportul Grupului de lucru al Consiliului Științei Apărării privind crearea și diseminarea tuturor formelor de informare în sprijinul operațiunilor psihologice (PSYOP) în vremurile de conflict militar publicat* în mai 2000 [33]. Acest document, deși examinează modalitățile de utilizare media precum instrument propagandă într-o situație de conflict este important pentru definirea *comunicării strategice*, deoarece recomandările subliniate devin punctul de plecare pentru următorul „Raport privind difuzarea informațiilor gestionate”, publicat în octombrie 2001 după evenimentele din 11 septembrie al aceluiași an [34].

Analizând literatura de specialitate evidențiem că înțelesul conceptual al *comunicării strategice* a evoluat în contextul următorilor termeni: (-) Inamic sau propaganda de luptă (Primul Război Mondial); (-) Război politic (Regatul Unit); (-) Războiul psihologic (SUA, al Doilea Război Mondial); (-) Operațiuni psihologice (din anii 1950); (-) Informații despre război (1991-1996); (-) Operațiuni de informare (1996 - prezent); (-) Gestionarea percepției (post 9/11); (-) Comunicare strategică (2004 - prezent).

O atenție sporită față de conceptul *comunicare strategică* (*strategic communication*) se constată, în special, după atacurilor teroriste din septembrie 2001. În cadrul administrației George W. Bush din SUA au fost dezvoltate trei produse privind sporirea capacităților de comunicare: „Operațiuni de informare și operațiuni psihologice” (IO și PSYOPS); „Afaceri Publice” (PA); și „Sprijinul apărării pentru diplomația publică” (DSPD). Putem vorbi de o conștientizare instituțională a impactului așa-numitului „război de percepții”, unde tehnologiile integrate de comunicare devin instrumente eficiente atât de ordin tactic, cât și operațional, în implementarea strategiilor de securitate

națională, având scopul de a obține credibilitate și, astfel, libertatea de acțiune. Aname în această perioadă conceptul de *comunicare strategică* a început să apară insistent în vocabularul practicienilor și teoreticienilor din domeniul securității și apărării naționale [12, p. 27].

Astfel, în procesul de definire a conceptului de *comunicare strategică* se evidențiază eforturile SUA, pentru care *comunicarea strategică* este un concept vital și reprezintă o componentă importantă a securității naționale. În anul 2004, Raportul Consiliului de Științe al Apărării al Grupului de lucru privind comunicarea strategică a stabilit că: „...Comunicarea strategică este în criză și trebuie transformată în obiectiv, care se potrivește cu angajamentul nostru față de diplomatie, apărare, inteligență, aplicarea legii și *securitatea homeland* [26]. ... Colaborarea între guvern și sectorul privat la o scară fără precedent este imperativă. În plus, eforturile de comunicare strategică trebuie să consolideze teme-cheie și mesaje în funcție de obiectivele definite...” [35].

În 2006, în cadrul unui document intitulat „Quadrennial Defense Review (GDR). Execution Roadmap for Strategic Communication 2006” („Analiza strategică a apărării. Foaie de parcurs pentru comunicarea strategică”), comunicarea strategică este definită drept comunicare care „concentrează activitățile și eforturile Guvernului Statelor Unite de a înțelege și de a angaja publicul-cheie pentru a crea, consolida sau păstra condiții favorabile pentru a promova interesele și obiectivele naționale prin utilizarea unor informații coordonate, teme, planuri, programe și acțiuni sincronizate cu alte elemente ale puterii naționale” [32]. Această definiție oferă dovezi suplimentare că *comunicarea strategică* poate fi utilizată în promovarea intereselor naționale prin coordonarea informațiilor, autorul Cristian E. Guerrero-Castro numindu-le „logica acțiunii”. De asemenea, aceasta clarifică faptul că informațiile coordonate trebuie sincronizate cu alte elemente ale puterii naționale [12, p. 29].

Ulterior, un nou spațiu pentru *comunicare strategică* a fost creat prin *Legea privind autorizarea națională a apărării din 2009 (the National Defense Authorization Act of 2009)*. În cadrul legii date, întâlnim definiția comunicării strategice din perspectiva Analizei strategice a apărării, document menționat mai sus, mai nou este faptul că aici sunt identificate direcțiile strategice (scopul și obiectivele) în realizarea unei comunicări strategice strict pentru Departamentul de Apărare [41]. În același timp, acest document este important deoarece scoate în evidență necesitatea de a considera *comunicarea strategică* în domeniul cercetării științifice și tehnologice.

Către anul 2010 sintagma *comunicarea strategică* devine din ce în ce mai populară, cu toate acestea, în „Raportul Casei Albe privind comunicarea stra-

tegică către Congres” se recunoaște că utilizarea diferită a acesteia a dus la o confuzie semnificativă. Astfel, acest raport începe prin clarificarea înțelesului noțiunii *comunicarea strategică* care se referă la: (a) sincronizarea cuvintelor și faptelor și modul cum vor fi percepute de publicul selectat, precum și (b) programe și activități destinate în mod deliberat comunicării și angajării cu publicul vizat, inclusiv cele implementate de afacerile publice, diplomația publică și informarea profesioniștilor operaționali [43].

După mulți ani de confuzie, în 2012, Legea privind autorizarea națională din domeniul apărării în redefinirea conceptului de *comunicare strategică* a specificat: „Comitetul continuă să susțină operațiunile de informare (IO) instrumente importante pentru combaterea narațiunilor inamice, precum și implicarea în comunitatea globală” [25]. Astfel, în SUA comunicarea strategică are un caracter restrâns, orientat spre armată și este elaborată de Comitetul Unit al Șefilor de Stat Major (Joint Chiefs of Staff). Comitetul respectiv precizează că, deși scopurile specifice ale comunicării strategice în domeniul militar pot fi diferite și depind în totalitate de situația sau campania specifică, în general scopurile comunicării strategice sunt aceleași ca și scopurile strategiei naționale, adică coincide cu politica de stat [16, p. 8].

Totuși, nu putem neglija rolul departamentelor de stat din SUA în definirea *comunicării strategice*, dar pentru a oferi o viziune comprehensivă a acestui concept este nevoie de o abordare dincolo de perspectiva unui singur actor. În SUA sintagma *comunicare strategică* este mai des concepută precum o *comunicare sincronizată*. Însă, în contextul mediului actual de securitate, dominat de amenințări hibride, putem spune că există deja o înțelegere comună unde *comunicarea strategică* este abordată precum proces (pentru a evidenția acest aspect, în limba engleză conceptul este utilizat la plural – *strategic communications* sau *StratComs*). De exemplu, în cadrul Serviciului European de Acțiune Externă (EEAS) al Uniunii Europene, există Diviziunea Comunicare Strategică (*StratComms*) care conduce eforturile Uniunii Europene privind dimensiunea publică a diplomației europene și comunicarea acesteia privind politica externă și politica de securitate, precum și acțiunea sa externă într-un sens mai larg. Această diviziune lucrează în proiectarea și promovarea principalelor politici și valorilor fundamentale - respectarea demnității umane, a libertății, a democrației, a egalității, a statului de drept și a drepturilor omului, - atât la nivel global, cât și al publicului [38].

Realmente, Uniunea Europeană nu a dezvoltat până în prezent o viziune strategică formală similară cu cea din SUA în ceea ce privește *comunicarea*

strategică, iar definirea și descrierea *StratComs* rămâne la nivel de interpretare. Cu toate acestea, viziunea Uniunii Europene asupra comunicării strategice este descrisă în „Cartea Albă a politicii europene de comunicare” [6]. Aceasta prezintă orizonturile unui larg proces de consultare a tuturor grupurilor de interes implicate în activitatea de comunicare a Uniunii Europene, cu privire la cele mai bune modalități de a recâștiga încrederea europenilor. Obiectivul principal avut în vedere este direcționarea mesajelor către strategii narative proactive (*positive narrative*) menite să ofere o imagine de unitate și încredere europenilor [30, p. 5]. În același timp, semnificația acesteia pentru politica externă și mediul de securitate a Uniunii Europene este în creștere în contextul practicilor de dezinformare în legătură cu conflictul din Ucraina și răspândirea acestor practici în UE, precum și a campaniilor de propagandă a grupurilor *jihadi* [38].

Spre deosebire de UE, în cadrul Alianței Nord Atlantice (NATO) există preocupări privind definirea conceptului de comunicare strategică precum și politici dedicate procesului de comunicare strategică. „Politica de comunicare strategică a NATO”, document elaborat în 2009, stabilește *comunicarea strategică* ca proces de coordonare a activităților de comunicare: „Utilizarea coordonată și adecvată a activităților și capacităților de comunicare ale NATO - Diplomatie publică, Afaceri Publice, Afaceri Publice Militare, Operațiuni de informare (Info Ops) și Operațiuni psihologice (PSYOPS), după caz - în sprijinul politicilor, operațiunilor și activităților Alianței pentru a atinge obiectivele NATO” [28]. În anul 2017 a fost elaborată „Politica militară a NATO privind Comunicarea Strategică”, care oferă o perspectivă militară a *comunicării strategice*: „integrarea capacităților de comunicare și informare a personalului [...] cu alte activități militare, pentru a înțelege și a forma mediul informațional (IE), în sprijinul finalităților și obiectivelor NATO” [23]. Cu toate acestea, definițiile din cadrul politicilor menționate nu se limitează numai la aria de aplicare la nivel de guvern / instituții de stat sau militari, dar permit să fie aplicabile în sectorul neguvernamental și în mediul de afaceri.

Conform unui îndrumar terminologic elaborat în cadrul Centrului de Excelență pentru Comunicarea Strategică NATO [27], *comunicarea strategică* (*strategic communications*) este o *abordare holistică* a comunicării bazată pe valori și interese care cuprinde tot ceea ce face un actor pentru a atinge obiectivele sale într-un mediu contestat [3, p. 46]. Experții în materie din cadrul NATO, mediul academic și sectorul comercial au convenit că *abordarea holistică* va fi o cale eficientă de a comunica într-un mod sincronizat și nucleul conceptual al procesului de comunicare strategică. În același timp, politicile NATO abordează comunicarea ca un proces de coordonare a activităților de

comunicare, iar comunicarea strategică – proces ce asigură ca toate politicile să activeze într-un singur cadru [20, p. 98].

Astfel, în funcție de natura unei organizații sau în dependență de interesele statelor, procesul de comunicare strategică poate varia de la marketing (care include elemente de diplomatie publică, relații cu mass-media, ridicarea nivelului de conștientizare situațională etc.) la politică. În termeni operaționali, *comunicarea strategică* implică atât o dimensiune defensivă (reacție și răspuns), cât și o dimensiune ofensivă (cercetare și presiune). O definiție utilă, în acest context, este oferită de Chatham House într-un raport din 2011, în care procesul de comunicare strategică este descris drept „o serie sistematică de activități susținute și coerente, desfășurate la nivel strategic, operațional și tactic, care permit înțelegerea publicului țintă și identifică canalele eficiente pentru promovarea și înțelegerea anumitor tipuri de comportament” [8, p. 4].

În fine, dintr-o perspectivă multidisciplinară a comunicării strategice, autorul Guerrero a elaborat o matrice integral hermeneutică a definiției privind comunicarea strategică în domeniul securității și apărării naționale care se referă la „managementul politico-strategic al comunicării în domeniul securității și apărării naționale a unui stat care caută, analizează, planifică, coordonează și accesează resursele relevante prin intermediul unor „acțiuni logice” semnificative (direcțiilor acțiunii de comunicare) cu un mesaj semnificativ construit în conformitate cu conceptele stabilite de o pertinentă și coordonată platformă a mass-mediei (tradiționale și netradiționale) pentru a atinge un obiectiv vital ca soluție la o problemă de comunicare într-un anumit scenariu (război, criză sau pace) ...” [12, p. 42].

Obiective și componentele-cheie ale comunicării strategice și implicații pentru securitatea națională. Conform matricei de analiză hermeneutică, *comunicarea strategică* privind securitatea și apărarea națională ar trebui să sprijine strategia națională prin comunicare pentru atingerea obiectivelor politico-strategice. În consecință, politica de securitate și de apărare națională a unui stat asigură prin mai multe domenii de acțiune (interne, externe, economice și de apărare) protejarea intereselor naționale sub presiuni și amenințări. Astfel, pentru a înțelege conceptul *comunicarea strategică*, trebuie să-l privim ca un instrument al puterii naționale pe lângă alte elemente – diplomatic, informațional, militar și economic, care asigură atingerea obiectivului național în situații de pace și conflict sau într-un anumit mediu de securitate.

Conform raportului Departamentului de Apărare al SUA, *comunicarea strategică* este un proces interactiv și un set coerent de activități care includ [17, p. 28]:

✓ **Înțelegerea** identităților, atitudinilor, comportamentelor și culturilor; tendințelor media și fluxurilor de informații; rețelelor sociale și alte influențe; motivațiilor politice, sociale, economice și religioase.

✓ **Consilierea** factorilor de decizie, diplomaților și liderilor militari cu privire la opinia publică și implicațiile alegerilor politice.

✓ **Angajarea** într-un dialog de idei între oameni și instituții prin programe care susțin interesul național.

✓ **Influențarea** atitudinilor și comportamentului prin strategii de comunicare susținute de o gamă largă de activități ale guvernului și ale societății civile.

✓ **Măsurarea** impactului activităților.

O astfel de structurare permite instituțiilor nu numai coordonarea și sincronizarea activităților în asigurarea interesului național, dar și o mai bună aliniere la buget și contribuie la instituționalizarea comunicării strategice, precum un proces de integrare în strategiile naționale de securitate sau alte politici sectoriale (de exemplu, poate fi inclusă în dezvoltarea conceptului și doctrinei militare, proiectarea strategiei și planului, executarea și evaluarea, încorporată în servicii și programe de educație și instruire comună). În acest context, este de remarcat că necesitatea de a sincroniza numeroase capacități, organizații și misiuni relaționate cu comunicarea strategică, în literatura de specialitate putem găsi asocierea procesului de comunicare strategică cu o orchestră simfonică – pentru a crea efectul dorit (rezultatul), diferite secțiuni ale orchestrei cântă la diferite momente, ritmuri și volume într-un mod coordonat [7, p. 33].

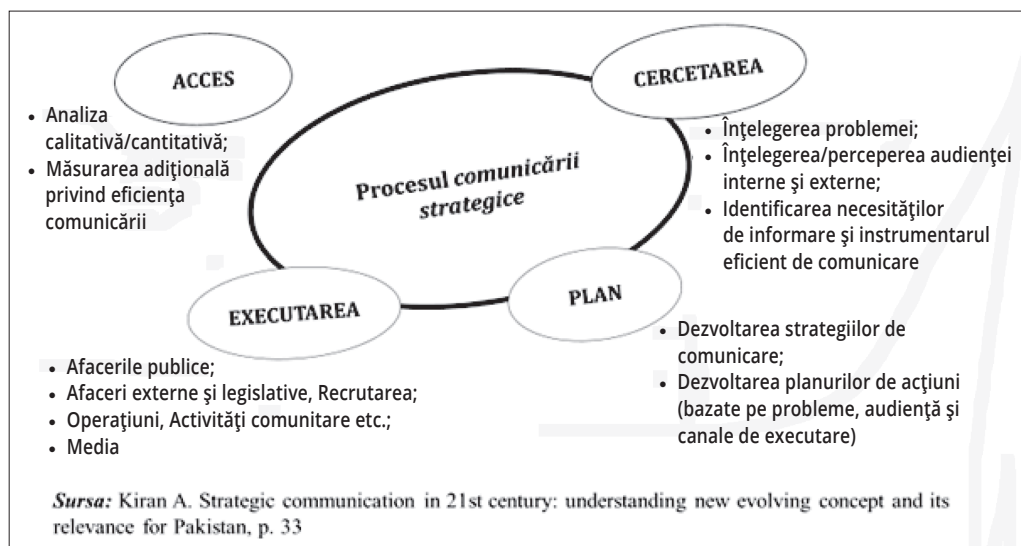
În același timp, dacă abordăm *comunicarea strategică* ca proces, atunci trebuie luat în considerare patru dominante privind utilizarea și semnificația cuvintelor, narațiunilor, imaginilor, acțiunilor și simbolurilor pentru influența și efectul strategic, iar ideea de empatie poate fi un concept central al *comunicării strategice*. Cu alte cuvinte, comunicarea strategică se concentrează pe dimensiunea cognitivă a mediului informațional [24].

Literatura de specialitate aduce în atenție faptul că, din perspectiva *comunicării strategice* nu vorbim despre un simplu mesaj, ci despre acel *positive narrative* ce actualmente nu are un corespondent în limba română unanim acceptat la nivelul comunității științifice. Această strategie narativă proactivă este cu atât mai importantă cu cât discutăm de situații cu impact major asupra securității. Pornind de la faptul că în cadrul unui conflict una din cele mai valoroase arme este cu siguranță informația, putem afirma că aceasta devine o resursă nematerială ce poate schimba cu ușurință cursul unui război. Informația este materie primă indispensabilă succesului oricărei politici, prin

urmăre, dominarea spectrului de informații este critică pentru satisfacerea intereselor de securitate națională [30, p. 2].

Comunicarea, care este atât mesaj, cât și acțiune, oferă mijloacele de a valorifica elementele puterii naționale într-o manieră eficientă, cu toate acestea, procesele strategice de comunicare și capacitățile de susținere trebuie să fie incluse în toate aspectele activităților guvernului și sincronizate vertical și orizontal [11].

Aplicarea eficientă a *comunicării strategice* nu presupune o simplă implicare a unei surse care transmite mesajul către un public, ci mai degrabă o angajament activ între părți. De regulă, acest angajament derivă din politica, viziunea strategică, planul de acțiuni, proiecte operaționale etc. [29, p. 12] Ca urmare, comunicarea strategică ca proces este continuă. Conform Schemei 1 aceasta implică cercetarea, planificarea, execuția, monitorizarea și evaluarea efectelor asupra audienței vizate și implică coordonarea în două direcții: (1) coordonare orizontală – între instituțiile și agențiile guvernamentale și (2) coordonare verticală – sus și jos a lanțului ierarhic de comandă.



Schema 1. Modelul procesului de comunicare strategică

Astfel, complexitatea definirii conceptului este determinată de faptul că în domeniul sectorului de securitate și apărarea comunicare strategică integrează nu numai conceptele de comunicare și strategie, dar și cel de securitate națională pentru a comunica strategic în atingerea obiectivelor naționale și interesului național al unui stat. Prin urmare, comunicarea strategică este văzută

ca un proces care trebuie folosit în sprijinul intereselor naționale și sincronizat cu puterea națională.

Principalul beneficiu al comunicării strategice derivă, în esență, din principiul războiului numit „de masă” și înseamnă informarea masivă între toți agenții de informare a publicului într-un moment critic pentru a atinge un obiectiv specific. În principiu, comunicarea strategică evită efectele negative ale mesajelor mixte, nesincronizate sau confuze care sunt distrugătoare în perioadele de criză sau în contextul unor presiuni politice. Astfel, comunicarea strategică este o activitate esențială și complementară conducerii strategice care gestionează discursul public nu prin încercarea de a spune oamenilor ce să gândească, ci prin direcționarea informațiilor pe arena informațională publică într-un mod eficient [10, p. 62]. De exemplu, guvernele, setând agenda națională privind căile de dezvoltare a țării, prin comunicarea strategică stabilesc ca prioritate publică ceea ce preocupă mai mult publicul sau ceea ce creează confuzie în spațiul public și împiedică asigurarea vectorului de dezvoltare a țării.

În cazul Republicii Moldova, ne putem referi la *integrarea europeană*, transpusă în termeni de asociere, reprezintă vectorul de bază al politicii interne și externe și respectiv este vectorul de dezvoltare a țării. Deși *integrarea europeană* a avut un început promițător, așa-numitele partide „pro-europene” au compromis modelul integraționist care favorizează dezvoltarea și modernizarea Republicii Moldova într-o perspectivă medie și de lungă durată prin intermediul implicării în fraudă bancară, dar și numeroasele cazuri de corupție expuse public. Fenomenul de capturare a statului a contribuit la destrămarea „poveștii de succes” și stagnarea procesului de reforme. Plus la toate, comunicarea ineficientă a vectorului european, ba uneori inexistentă sau ad-hoc, de către autoritățile Republicii Moldova a dus la descreșterea considerabilă a popularității acestuia. Modelul de dezvoltare european fiind pe larg asociat cu partidele de guvernare, uneori cu bunăstarea, dar mai puțin cu modalitate/vector de dezvoltare a țării și asigurare a securității individului. Unul dintre factorii comunicării defectuoase privind cursul european al Republicii Moldova rămâne a fi lipsa unui consens național privind integrarea europeană. Faptul că integrarea europeană nu reprezintă o prioritate pentru toți actorii politici de la Chișinău duce la denaturarea informației privind esența reformelor și a cursului european al Republicii Moldova. Uneori, comunicarea se efectuează urmărindu-se scopul de a atrage capital politic și nu se tine cont de prejudiciul adus relației dintre UE și Republica Moldova [5, p. 17].

În definirea comunicării strategice trebuie de evitat confuzia cu simplul proces de informare publică. Ceea ce distinge comunicarea strategică de in-

formarea publică este o metodologie formală care permite de evitat mesajele conflictuale prin deliberare și coordonare atentă, analizează și prioritizează publicul-cheie, sincronizează și cronometrează eliberarea informației de toți agenții de informare publică către audiența sa într-un mod disciplinat. Comunicarea strategică oferă, de asemenea, o oportunitate de a promova o adevărată cultură de securitate sau de a asigura suportul civic privind politicile statului în sectorul de apărare, de exemplu, în cazul Republicii Moldova, un proces eficient de comunicare strategică la nivel centralizat ar asigura suportul populației privind Programul Național „Armata Profesionalistă” [31] și respectiv va contribui la atractivitatea serviciului militar pe contract. La rândul său, o astfel de cultură, viabilă și activă, va conduce și va sprijini dezvoltarea comunicării strategice ca multiplicator de forță. Plus la aceasta, caracteristica care distinge comunicarea strategică de vechiul mod de gestionare a priorităților de securitate este cooperarea formală dintre comunicatori, adică comunicarea strategică mandatează ca toți agenții de informare publică să colaboreze cu sectorul guvernamental în promovarea agendei naționale în domeniul securității și apărării într-un mod coordonat și în consens cu interesul național.

Concluzii

Noile paradigme privind conflictele din sec. XXI cer noi abordări din partea guvernelor pentru a face față unor probleme multiple de instabilitate atât la nivel național, cât și internațional. Spre deosebire de trecut, conflictele sunt acum mai multe și bazate pe informații. Actorii implicați în conflicte utilizează tehnologiile moderne de comunicare pentru a influența mințile oamenilor mai eficient decât anterior. În consecință, statele în mediul actual de securitate sau în cadrul scenariilor de securitate sunt mai vulnerabile și sunt afectate de amenințări multidimensionale și transnaționale fie direct sau indirect. Puterea informației, a influenței și a convingerii devine tot mai importantă pentru realizarea obiectivelor strategice. În viziunea NATO, a influența depinde în totalitate de o coordonare eficientă internațională, pentru a atinge obiectivele strategice naționale [2]. Având în vedere influența centrală a strategiei naționale, un cadru de comunicare trebuie să fie intrinsec pentru planificarea, pregătirea și implementarea politicilor unui stat sau a unei comunități de actori statali. Astfel, componentele-cheie ale unui *proces de comunicare strategică* pot fi considerate: angajamentele liderilor; strategia de comunicare (transmiterea mesajelor); acțiuni ale organizațiilor implicate în implementarea strategiei (agenți ai strategiei); diplomația oficială (guvernul către guvern); diplomația publică (societatea către societate); diplomația militară; parteneriate internaționale ale serviciilor de

securitate; afacerile publice ale guvernului și ale ministerelor; operațiuni media; comunicări interdepartamentale etc.

Privită dintr-o perspectivă generală, analiza definițiilor cu referire la *comunicarea strategică* ne duce la concluzia că meritele acestui concept în plină dezvoltare sunt complexe și chiar sofisticate. Mai mult decât atât, este foarte dificil ca orice actor statal, orice comunitate sau organizație internațională să ignore acest subiect și să nu-și dorească o strategie de comunicare eficientă, organizată și integrată într-o imagine globală de ansamblu pozitivă. În acest cadru, merită să evidențiem că *comunicarea strategică* poate fi abordată atât la nivel național, cât și internațional, în dependență de actorul implicat sau starea de *pace* sau *conflict*.

La nivel național, *comunicarea strategică* are două scopuri și valori. Pe de o parte, să consolideze națiunea prin idee comună inspirată, durabilă și strategică, ca platformă a strategiei pe termen lung și a obiectivelor strategice naționale. La fel, poate fi fortificată cooperarea și coeziunea în realizarea scopurilor strategice la nivel guvernamental și la nivel de societate. Pe de altă parte, comunicarea strategică este un instrument de strategie de dezvoltare organizațională la nivelul instituțiilor din sectorul guvernamental (ministere, armata națională, poliție) [22, p. 2].

La nivel internațional, *comunicarea strategică* contribuie la fortificarea și integrarea efectelor declarațiilor și acțiunilor asupra audienței interne și externe, promovarea și înțelegerea valorilor și intereselor naționale; generarea suportului partenerilor pentru obiectivele politicii externe și a celei de securitate. Din punct de vedere structural, comunicarea strategică în domeniul securității și apărării naționale poate avea finalități diferite în situație de pace, criză și conflict: (1) În perioade de pace – realizarea descurajării în arealul de interes și fortificarea statutului strategic în sistemul internațional sau regional de securitate; (2) În stare de criză – obținerea credibilității în cadrul sistemului internațional; (3) În stare de război – realizarea legitimității interne și a celei externe în sistemul internațional pentru a obține libertatea de acțiune.

Astfel, comunicarea eficientă ca proces este recunoscută astăzi drept esențială nu doar pentru realizarea politicii externe sau succesul diplomatic, ci și pentru realizarea oricăror obiective strategice. În consecință, profesioniștii din domeniul *comunicații strategice* joacă un rol important într-o gamă largă de agenții guvernamentale. În lumina unei ecologii mediatice mondiale în continuă transformare și a proliferării de actori politici de stat și nestatali, capabili să intervină în mod eficient în acest spațiu de comunicații fluide, în fața tensiunilor geopolitice în creștere și a anxietății publice asociate cu tero-

rismul, comunicările strategice au fost considerate o componentă esențială a unui răspuns eficient la campaniile realizate de actori ostili de stat și non-stat care încearcă să modeleze opinia publică și atitudinile în îndeplinirea propriilor obiective strategice.

În același timp, o comunicare strategică corectă, apreciază Naja Bentzen, nu se realizează cel mai bine prin intermediul unei structuri centrale fixe, a unui birou de comunicare, ci printr-un spirit comun de relaționare, integrat în fiecare departament de stat și la toate nivelurile politicii și strategiei unei comunități [2]. Mediul internațional de securitate este într-o stare de continuă schimbare, la fel ca și conceptul de informație și de tehnologie a informației. De aceea, fie că vorbim de Alianța Nord Atlantică, de Uniunea Europeană sau de o strategie națională, fiecare actor statal, la nivel individual sau ca parte dintr-o comunitate, trebuie să îmbrățișeze schimbarea pentru a-și menține credibilitatea în timp [30, p. 3].

La nivelul mediului academic, precum și în cadrul societății civile se constată faptul că *o comunicare bună este atât o funcție, cât și o dovadă a bunei guvernări*: într-o democrație comunicarea informativă și transparentă este esențială pentru menținerea unei relații productive și durabile între executiv, legislativ, justiție și electorat.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Archibald Kathleen A. Strategic interaction in conflict. Berkeley CA: University of California, 1966, pp. 49-73.
2. Bentzen N. Strategic communication: the EU's response to invasive narratives. European Parliamentary Research Service Blog, July 2016, <https://epthinktank.eu/2016/07/01/strategic-communication>
3. Bolt N., Riga L. H. Improving NATO strategic communications terminology. Riga: NATO STRATCOM COE, 2019.
4. Borg Lindsey J. Communicating With Intent: The Department of Defense and Strategic Communication, p. 8 <https://www.belfercenter.org/publication/communicating-intent-department-defense-and-strategic-communication>
5. Bucătaru V. Comunicarea vectorului european în contextul noilor evoluții de politică internă și externă în Republica Moldova. În: Comunicarea Vectorului European într-un nou context de securitate regională. Chișinău: APE, 2017, pp. 16-21.
6. Cartea albă privind comunicarea, <http://eurlex.europa.eu/legalcontent/RO/TXT/?uri=LEGISSUM%3A1101058>
7. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. US Joint Forces Command, Jun 2010.

8. Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report. London: The Royal Institute of International Affairs, 2011.
9. Cristian E. Guerrero-Castro Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections*, Vol. 12, No. 2, 2013.
10. Eder M. K. Toward Strategic Communication. *Military review*, July-August 2007, pp. 61-70.
11. Gramaglia Ch. S. Strategic Communication: Distortion and White Noise, 2008, http://www.au.af.mil/infoops/iosphere/08winter/iosphere_win08_gramaglia.pdf.
12. Guerrero-Castro C. E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections*, Vol. 12, No. 2, 2013, pp. 27-52.
13. Hallahan, K., Holtzhausen, D. ș.a. Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*. In: *International journal of strategic communication*, 1(1), 2007, p. 3-35.
14. History of operations research in the United States Army, V. I: 1942-62. https://books.google.md/books?id=KqtZ5XpcDHEC&dq=Murray++Dyer+Political+Communication+as+an+Instrument+of+State.+Volumes+I+and+II.+ORO-R-18.+Juin+1957&hl=ru&source=gbs_navlinks_s
15. Johnson-Cartee K. S., Copeland G. A. Strategic political communication: Rethinking social influence, persuasion and propaganda. Oxford: Rowman & Littlefield, 2004.
16. Kandrik M. Comparison of strategic communications in United States of America and United Kingdom. Final Seminary Thesis, 2015.
17. Kiran A. Strategic communication in 21st century: understanding new evolving concept and its relevance for Pakistan. *ISSRA Papers* 2016, pp. 25-42.
18. Lind William S. Understanding Fourth Generation War. In: *Military review*, September - October 2004, pp. 12-16.
19. Luttwak Edward N. A brief note on 'fourth-generation warfare'. In: *Contemporary Security Policy*, Vol. 26, 2005 - Issue 2, pp. 227-228.
20. Lyko G. Strategic communication in the changing security environment. In: *Zagadnienia Społeczne*, nr. 1 (7), 2017, pp. 95-110.
21. Marin D. Strategia de Informare și Comunicare în domeniul Apărării și Securității Naționale: analiză și recomandări. *APE: POLICY STUDY*, 2017, 2/ iulie.
22. Mârzac E. Comunicarea Strategică în sectorul de securitate și apărare. *Notă Analitică*, 2019, nr. 4.
23. MC 0628 – NATO Military Policy on Strategic Communications, NATO IMC, Brussels, 2017.
24. Murphy D. M. Talking the Talk: Why Warfighters Don't Understand Information Operations. In: *IO Journal*, Vol. 1, Issue 1, April 2009, pp. 18-21.

25. National Defense Authorization Act for Fiscal Year, 2012. Report of the House Armed Services Committee, <https://www.congress.gov/bill/112th-congress/house-bill/1540/text>
26. National Strategy for Homeland Security, Office of Homeland Security, 2007, <https://www.dhs.gov/national-strategy-homeland-security-october-2007>. *Notă:* Definiția oficială a politicii *homeland security* spune că aceasta prezintă un efort „concentrat la nivel național, pentru a preveni atacurile teroriste în Statele Unite ale Americii, a reduce vulnerabilitatea țării față de terorism, a minimiza daunele și a organiza ajutor în caz de atac”. Această politică este articulată în jurul a trei poli: prevenirea riscurilor naturale, accidentale sau teroriste; protecția cetățenilor și a infrastructurii naționale, precum și reacția în caz de dezastru sau atac cu cele mai adecvate mijloace.
27. NATO Strategic Communications Centre of Excellence (NATO StratCom COE), fondat în 2014, www.stratcomcoe.org
28. NATO strategic communications handbook, <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf>
29. Perry R. L. Principles of Strategic Communication for a New Global Commons, US Naval War College Newport, RI, June 2008.
30. Pînzariu A. I. Comunicarea strategică. Definiere, abordare, necesitate. În: Colocviu Strategic, Vol. 150, nr. 3/ 2018.
31. Programul „Armata Profesionalistă 2018-2021”. Guvernul Republicii Moldova, Hotărîrea Nr. 601 din 27.06.2018. În: Monitorul Oficial Nr. 235-244 din 29.06.2018.
32. Quadrennial Defense Review. Execution Roadmap for Strategic Communication. Washington, D.C.: U.S. Department of Defense, September 2006. www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a495367.pdf.
33. Report of the Defense Science Board Task Force on Creation and Dissemination of All Forms of Information Support of Psychological Operations (PSYOP) in Times of Military Conflict. May, 2000. <https://www.olivierhammam.fr/omh/imports/divers/psyop/psyop.htm>
34. Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination. Homeland Security Digital Library, <https://www.hsdl.org/?abstract&did=439736>
35. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication. Washington, D.C.: U.S. Department of Defense, Office of the Under Secretary for Acquisition, Technology, and Logistics, September 2004. <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>.

36. Vezi: Schneckener U. Dealing with Armed Non-State Actors in Peace- and State-Building. Types and Strategies. In: Benedek W., Daase C., Dimitrijević V., van Duyn P. (eds) Transnational Terrorism, Organized Crime and Peace-Building. Palgrave Macmillan, London, 2010, pp. 229-248.
37. Strategia națională de apărare și Planul de acțiuni privind implementarea Strategiei naționale de apărare pentru anii 2018–2022. Hotărâre Nr. 134 din 19.07.2018. Publicat: 03.08.2018 în Monitorul Oficial Nr. 285-294, art Nr: 441.
38. Strategic Communication: The EU's Response To Invasive Narratives, <https://epthinktank.eu/2016/07/01/strategic-communication-the-eus-response-to-invasive-narratives-policy-podcast/>
39. Strategic Communications, https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/100/strategic-communications_en
40. Thayer L. Communication and communication systems in organization, management and interpersonal relations. Irwin: Homewood, IL, 1968.
41. The National Defense Authorization Act for Fiscal. Report on H.R. 5658. Washington, D.C.: U.S. House of Representatives Armed Services Committee, 16 May 2008. www.dtic.mil/congressional_budget/pdfs/FY2009_pdfs/HASC_110-652.pdf.
42. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication (2007), DoD Report on Strategic Communication (2009), White House National Framework for Strategic Communication (2010), Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy (2010) and most recent Commander's Communication Synchronization (2013)
43. White House Strategic Communications. Report to Congress, Released March 17, 2010. <http://www.au.af.mil/info-ops/strategic.htm>

**Natalia ALBU, *doctor în științe politice,
conferențiar universitar***