

INSTITUTE FOR
WAR & PEACE REPORTING



PISA
Platforma pentru Inițiative
de Securitate și Apărare

MEDIUL INFORMAȚIONAL

în contextul promovării Agendei
Femeile, Pacea și Securitatea

Autoare:

Iuliana BORDEIANU

Expertă în domeniul comunicării

Contribuții:

Elena MÂRZAC

Expertă pe subiecte de securitate și StratCom

INTRODUCERE

Programul National privind implementarea Rezoluției Consiliului de Securitate al ONU privind Agenda privind Femeile, Pacea și Securitatea (FPS) pentru perioada 2023-2027 (în continuare Program) reprezintă un cadru important pentru Republica Moldova în ceea ce privește consolidarea egalității de gen și implicarea activă a femeilor în sectorul de securitate și apărare. Cu toate acestea, comunicarea publică referitoare la această Agendă rămâne fragmentată și insuficient de coerentă, ceea ce generează o lipsă de claritate cu privire la scopul, activitățile și rezultatele Programului. Lipsa unei narațiuni bine definite și proactive reduce înțelegerea impactului pozitiv pe care Agenda FPS îl poate avea asupra abilitării femeilor și a întregii societăți. Stereotipurile perpetuate, împreună cu barierele existente, contribuie la o neînțelegere a valorii reale pe care implicarea femeilor o aduce în acest domeniu.

Programul are drept scop promovarea unei mai mari/largi participări a femeilor în toate etapele proceselor de pace și securitate, de la luarea deciziilor până la implementarea politicilor. Pentru a realiza acest obiectiv, este esențial să se îmbunătățească atât cooperarea interinstituțională, cât și modul în care sunt comunicate beneficiile Agendei FPS. Un mesaj coerent și bine formulat este esențial pentru a elimina stereotipurile și pentru a crea o narațiune clară despre modul în care implicarea femeilor poate contribui la soluționarea problemelor de securitate națională.

Comunicarea strategică joacă un rol central în implementarea eficientă a acestui Program. Ea trebuie să fie proactivă, bine coordonată între instituțiile guvernamentale și societatea civilă, și adaptată la contextul local, luând în considerare condițiile politice, sociale și culturale specifice Republicii Moldova. Totodată, este esențială identificarea și combaterea narativelor false și a dezinformării care afectează percepția publicului asupra egalității de gen și rolului femeilor în sectorul de securitate.

Astfel, pentru a asigura succesul Agendei FPS, este necesară o strategie de comunicare unitară și coerentă, care să transmită clar scopurile, activitățile și rezultatele acestui program și care să fie capabilă să influențeze pozitiv percepțiile publicului și să contribuie la o mai mare implicare a femeilor în sectorul de securitate și apărare.

Acest studiu va face radiografia contextului actual pentru implementarea Agendei FPS, va explora provocările actuale din mediul informațional al Republicii Moldova, va analiza mediul public, percepțiile, vulnerabilitățile, identificând nevoile stringente în privința comunicării publice și oferind soluții pentru o mai bună promovare și implementare a Agendei FPS.

Rezoluția 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind Femeile, Pacea și Securitatea (RCS ONU1325) subliniază importanța crucială a implicării active a femeilor în prevenirea conflictelor, în procesul de pace și în reconstruirea post-conflict.

Rezoluția 1325 a CS al ONU privind Femeile, Pacea și Securitatea este un cadru internațional esențial, care subliniază rolul crucial al femeilor în prevenirea conflictelor, în procesul de pace și în reconstruirea post-conflict. Adoptată la 31 octombrie 2000 de Consiliul de Securitate al ONU, Rezoluția 1325 a marcat un punct de cotitură în recunoașterea impactului conflictelor armate asupra femeilor și fetelor și a necesității implicării lor active în procesele de pace.

Având în vedere relevanța deosebită a RCSONU 1325 pentru contextul de securitate din Republica Moldova, implementarea acesteia se bazează pe patru piloni esențiali care stau la baza Programului Național dedicat Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. Acești piloni reprezintă cadrul strategic prin care se urmărește implicarea activă a femeilor în sectorul de securitate și apărare, precum și protejarea și promovarea drepturilor acestora.

Republica Moldova a aprobat, în 2023, al doilea Program [1] Național de implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023-2027. Programul include dezvoltarea unor noi dimensiuni în Agenda FPS, bazate pe necesitățile, realitățile și resursele din țară, precum și ia în calcul lecțiile învățate în perioada de implementare a primului Program.

Pilonii RCSONU 1325 în Programul Național:

- **Participare:** creșterea nivelului de participare și reprezentare a femeilor în sectorul de securitate și apărare - prin intermediul acestui obiectiv, se vor dezvolta capacitățile și abilitățile femeilor din sectorul de securitate și apărare pentru a participa la toate nivelele și toate procesele de asigurare a păcii și securității, inclusiv implicarea în procesul de luare a deciziilor.
- **Protecție:** urmărește ca finalitate, adoptarea de măsuri necesare sau speciale pentru protejarea drepturilor femeilor și fetelor, în asigurarea protecției în cazuri de violență și hărțuire, asigurarea securității fizice, a sănătății, a securității economice și respectarea caracterului civil și umanitar, precum și reabilitarea persoanelor afectate.
- **Prevenire:** reprezintă protecția, prin intermediul bunei guvernări și capabilități dezvoltate, prevenirea și combaterea stereotipurilor în rândurile persoanelor refugiate.
- **Redresare și Reconstrucție:** va asigura nevoile și prioritățile femeilor și fetelor în toate aspectele reconstrucției post-conflict, inclusiv prin programe de acces la educație și abilitare economică.

[1] https://customs.gov.md/api/media/18/08/2023/HG_152-2023_Rezolu%C8%9Bia_ONU_1325_.pdf

Agenda FPS reprezintă un cadru important pentru Republica Moldova în eforturile de consolidare a păcii și securității, precum și în promovarea egalității de gen. Prin implementarea Agendei, Republica Moldova poate asigura o mai mare implicare a femeilor în procesele de decizie, protejarea drepturilor lor și contribuția lor la construirea unei societăți mai pașnice și mai inclusive.

Succesul implementării Agendei FPS depinde de angajamentul ferm al guvernului, sprijinul activ al comunității internaționale și implicarea continuă a societății civile. În același timp, pentru atingerea rezultatelor scontate din Programul național, mai este nevoie de o comunicare strategică care să ia în calcul contextul amenințărilor hibride la care este supusă Republica Moldova, contextul de securitate generat de războiul din țara vecină, precum și conflictul înghețat de pe teritoriul Moldovei, discriminarea, inegalitățile și violența cu care se confruntă femeile din țară.

ACTORI ȘI STAKEHOLDERI ÎN MEDIUL INFORMAȚIONAL

O strategie de comunicare care să implice educația publicului și colaborarea între diferiți actori, este esențială pentru succesul Agendei FPS în Republica Moldova. Elementul cheie al mediului informațional din Republica Moldova pentru formarea unui cadru în care Rezoluția 1325 să poată fi implementată este interconectarea mass-media, social media, accesul la informație, influențele externe, contextul politic și rolul societății civile. În actualul mediu informațional, un rol esențial în procesul de implementare al Agendei FPS revine identificării surselor de dezinformare și a narativelor dominante pentru o evaluare corectă a capacităților de comunicare și influență asupra publicului și a politicilor publice, precum și pentru repartizarea eficientă a resurselor pentru contracararea și anihilarea acestora.

La această oră, cel mai mult despre Agenda FPS comunică Ministerul Afacerilor Interne și instituțiile conexe, în special din evenimente, statistici și cu ocazia lansării sau finalizării anumitor proiecte. Ministerul Apărării comunică doar ocazional și nu transpune temele Agendei sau limbajul sensibil la gen în alte materiale distribuite. În comunicarea Ministerului Afacerilor Externe, subiectul FPS lipsește, la fel cum nu se regăsește în comunicarea Ministerului Sănătății (protecție și prevenire) sau Parlament (women caucus, comisia apărare, ordine publică și securitate), care de asemenea ar putea fi parteneri în implementarea Agendei FPS.

Cele mai multe informații legate de Agenda 1325, Programul național și rolul femeilor în procesele de pace și securitate sunt distribuite de UN Women, ocazional de PNUD Moldova, ONU, OHCHR și UE, cu suportul Suediei, Danemarcei, Marii Britanii, Agenției Suedeze pentru Cooperare și Dezvoltare.

În cazul societății civile, ca și în cazul organizațiilor internaționale și guvernamentale, FPS apare în contextul inițierii sau finalizării unui proiect, a unor evenimente organizate în cadrul acestor proiecte și uneori sub formă de istorii umane, distribuite într-o campanie tot din cadrul unor proiecte.

Astfel, printre organizațiile societății civile care cel mai mult comunică la subiect sunt Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare, Centrul de Informare și Documentare NATO, Platforma pentru egalitate de gen, Centrul parteneriat pentru Dezvoltare.

Comunicarea sporadică, pe durata proiectului, nu contribuie la formarea unei opinii publice favorabile FPS. Astfel, pentru o comunicare sustenabilă pe Agenda FPS ar fi necesară o creștere a duratei proiectelor de 3-5 ani, pentru a avea timp de dezvoltare și consolidare a subiectului. Creșterea duratei proiectelor este o necesitate în condițiile în care mass-media joacă un rol pasiv, reflectând subiectul sporadic, în cazul unor evenimente de anvergură sau a unor studii din perspectivă statistică. **Un deficit de comunicare sustenabilă este resimțit puternic în mediul informațional local.**

ANALIZA CONTEXTULUI INFORMAȚIONAL

Potrivit ultimului Barometru al Opiniei Publice [2], pentru 53,6% din respondenți, cea mai importantă sursă din care se informează este internetul, televiziunea - pentru 30,1%, ziarelor și radioului revenindu-le 1,1% și 4,7% respectiv. Rezultatele sondajului Institutului Republican Internațional (IRI [3]) în iulie 2024 relevă că 65% din moldoveni se informează de pe Facebook, 50% din YouTube, 28% de pe TikTok, iar 24% de pe Telegram, ultimul ajungând în top la 38% din locuitorii capitalei.

Totuși, **corelat cu datele despre prima sursă de informare, despre credibilitatea surselor în opinia audienței și caracterul informațiilor accesate de public, putem constata că pentru știri și actualitate, televiziunile rămân una din sursele importante de informare, urmate îndeaproape de social media și site-urile de știri.** Radioul, ziarele, billboard-urile și leaflet-urile pierd teren undeva în zona marjei de eroare. Majoritatea covârșitoare a respondenților (peste 70 la sută) spun că urmăresc în primul rând programe de știri. Aceste date ne vor ajuta să identificăm instrumentele de comunicare, reducând scepticismul față de conferințe de presă, comunicate de presă, interviuri și evenimente publice cu invitarea jurnaliștilor.

În acest context, este bine de știut că **71% dintre moldoveni se informează în primul rând de la TV**, mai exact PRO TV (19%), Moldova1 și Jurnal TV (17%), TV8 (16%), potrivit sondajului IRI. În același timp, site-urile de știri, precum și YouTube, Telegram, Facebook acumulează fiecare sub 4% la capitolul sursă de informare pentru știri politice de încredere. Aproximativ aceleași date, apar în sondajul IMAS-Cercetare și Strategii „Barometrul socio-politic mai - 2024 [4]”.

Referindu-ne la dezinformare, este important să înțelegem cât de credul este publicul local. Astfel **58% din moldoveni pretind că verifică știrea în mai multe surse de informare**, dintre care 21% au căpătat acest obicei după intensificarea atacurilor hibride asupra Moldovei odată cu războiul din Ucraina [5], cu toate acestea **mai mult de jumătate din consumatorii de știri sunt reticenți față de informațiile pe care le primesc.** Situație pe care o revedem în sondaje reflectată inclusiv prin întrebarea despre încredere în mass-media, erodată constant de campaniile de dezinformare și atacurile hibride la care este supus mediul informațional. Aceste date arată că **deși pretind că înțeleg diferența între falsuri, manipulări și informații, oamenii nu sunt imuni la atacuri și deseori nu le identifică la timp.**

[2] <http://bop.ipp.md/>

[3] <https://agora.md/2024/07/20/sondaj-iri-care-sunt-institutiile-media-in-care-moldovenii-au-cea-mai-mare-incredere>

[4] [https://imas.md/pic/archives/45/\[imas\]%20barometrul%20socio-politic_iulie%202024_final.pdf](https://imas.md/pic/archives/45/[imas]%20barometrul%20socio-politic_iulie%202024_final.pdf)

[5] <https://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/cum-se-informeaza-moldovenii-despre-razboiul-din-ucraina>

[6] <https://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/perceptia-moldovenilor-fata-de-stirile-false-si-cele-propagandiste>

Conform unui test inițiat de Internews [6], doar 8% din participanți/te au reușit să identifice 100% știrile false, iar 73% au identificat corect 2 din 5 falsuri. În același timp, doar 13 la sută din respondenții sondajului IMAS [7] din anul 2023 cred că fenomenul propagandei lipsește în știrile din țara noastră, alte 75% fiind convinse că acesta este prezent în special la TV.

Această realitate obligă la:

- **Diversificarea instrumentelor de comunicare** și la **atragera mai multor lideri/e de opinie credibili**, din diferite zone profesionale, pentru a legitima informația și narativul dorit pentru audiența selectată.
- De asemenea, realitatea pe teren impune **campanii sincronizate pe diferite canale de comunicare** pentru a ajunge la un număr suficient de oameni și pentru a contracara eficient narativele negative și stereotipurile din societate.

Referindu-ne la perioada optimă pentru distribuție a informației și la limbă, observăm că obiceiul de a citi știri dimineața a trecut definitiv în istorie pentru mai mult de 2/3 din moldoveni, orele de vârf tradiționale în schimb au fost păstrate - 19:00-23:00 rămân cele de maximă audiență pentru peste 80% din moldoveni [8]. Cam jumătate din audiență urmărește informații în română și rusă deopotrivă.



O simplă căutare pe Google, arată în primele 3 pagini de rezultate, exclusiv informații despre Agenda 1325 publicate de Cancelaria de Stat, Poliție, MAI, PISA și UN Women/ONU.

O căutare avansată, generează informații pe resurse care, tradițional, au stabilite parteneriate cu organizațiile publice și internaționale pentru publicarea informațiilor, precum și site-uri agregatoare de știri, care includ comunicatele de presă. O analiză a caracterului informației, arată că 90% din materialele publicate sunt generate de conferințe de presă și/sau comunicate de presă, întreveneri ale oficialilor, campanii și evenimente dedicate Agendei FPS.

Analiza conținutului posturilor TV cu acoperire națională în ultimii 2 ani, relevă un număr modest de informații direct relaționate cu Agenda 1325. Cele mai multe știri la subiect fiind distribuite de TVR, Moldova 1 și agențiile IPN (în prezent parte a Grupului media Realitatea) și Agora



Ca perioadă de comunicare mai intensă la acest subiect se remarcă luna martie - iunie, decembrie 2023, ianuarie 2024. Tot în această perioadă sunt publicate mai multe informații de către PISA, UN Women, Ministerul Afacerilor Interne și instituțiile conexe. Această coincidență temporală sugerează o legătură directă între aparițiile din presă și evenimentele, materialele distribuite de instituțiile menționate. Astfel, **este pertinent să presupunem că nu atestăm o comunicare pro-activă a presei la subiectele din Agenda 1325.** Totodată, **jurnaliștii reflectă tematica într-o cheie pozitivă, fiind încurajați de instituțiile cheie guvernamentale, non-guvernamentale și internaționale.**

[6] <https://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/perceptia-moldovenilor-fata-de-stirile-false-si-cele-propagandiste>

Abordarea pozitivă în presă a Agendei FPS este o realizare importantă care urmează să fie consolidată și dezvoltată în continuare prin campanii de comunicare.



În același timp, se pot observa narative negative care interferează cu obiectivele Agendei 1325 și care nu sunt combătute țintit.

Este foarte importantă identificarea precoce a acestor teme și elaborarea unor mesaje care să anihileze falsurile, amplificate în special pe fundalul confruntărilor politice și geo-politice și a curentului ortodox-conservativ de păstrare a pretinselor valori tradiționale. Deși aparent, subiectele ce vizează direct sau indirect Agenda FPS sunt reflectate neutru și pozitiv, **deteriorarea și infectarea spațiului informațional cu elemente care pot pe termen mediu să genereze animozități și atitudini negative trebuie combătute pro-activ la această etapă.**

CONCLUZIONÂND:

- Principalele canale de comunicare pentru o audiență largă, când vorbim despre informare, rămân televiziunile și rețelele sociale. Multiplicarea informației pe site-uri de știri este în măsură să crească audiența și să credibilizeze materialul distribuit.
- În aceste condiții, instrumentele clasice de comunicare, cum este conferința de presă, lansarea și prezentarea unor studii, proiecte, noutăți, sunt recomandabile drept punct de start pentru o campanie pe Agenda FPS.
- În același timp, infografice, videografice, spoturi, istorii de succes și alte materiale de popularizare a rezoluției[AN2] și a obiectivelor Programului național sunt necesare pentru păstrarea și amplificarea interesului audienței pentru tema de campanie.
- Comunicarea ocazională pe care o atestăm la această oră, ar trebui substituită cu mai multe oportunități de știri oferite de instituțiile publice și ne-guvernamentale.
- Luând în calcul cifrele de mai sus, la capitolul interes pentru știri și canale de distribuție eficientă a acestora, narativele unei campanii de comunicare urmează să fie concentrate în zona de social media, fiind pusă în valoare în special latura umană și emotivă a mesajelor.
- În același timp, este nevoie de o alocare de resurse pentru combaterea narativelor false, stereotipurilor și a atitudinii negative. În acest sens, sunt recomandabile parteneriatele cu mass-media și o prezență pro-activă pe rețelele sociale.
- În sfârșit, dar nu în ultimul rând, multiplicarea informației rămâne unul din factorii cruciali pentru succesul unor demersuri publice pentru popularizarea și loializarea audienței în raport cu anumite teme mai specifice, precum este Agenda FPS. În acest sens, implicarea influencerilor, liderilor de opinie, a instituțiilor publice cu propriile resurse informaționale este nu doar salutară, dar și decisivă în atingerea obiectivelor de comunicare strategică.

PERCEPȚII PUBLICE

Agenda Femeile, Pacea și Securitatea nu se concentrează numai pe situații în care pacea este imediat amenințată, ci vizează, de asemenea, asigurarea unei participări mai mari a femeilor în sfera politică și de luare a deciziilor. Identificarea barierelor culturale și a stereotipurilor care ar putea împiedica implementarea Agendei FPS este un punct de start necesar pentru setarea corectă a unei comunicări strategice.

Ediția din 2023/24 a Indicelui Mondial Femeile, Pacea și Securitatea (Indice WPS [9]) punctează și clasifică 177 de țări în ceea ce privește incluziunea, justiția și securitatea femeilor. Moldova se situează pe locul 53, cu un indice de 0,758 de puncte. Astfel, Moldova se află în topul campioanelor la abilitarea financiară a femeilor, fiind depunctată la capitolul educație, reprezentare politică, violență.

Indicele WPS arată cum ne poziționăm văzuți de afară, acasă populația prioritizează prezența bărbaților pe piața muncii, 7 din 10 persoane sunt de părere că femeile de fapt își doresc împlinire familială, deși pot avea un loc de muncă, potrivit **studiului [10] privind percepțiile și atitudinile față de egalitate pentru anul 2024**. Studiul constată, în același timp, că fiecare a doua persoană consideră că femeile pot fi lidere în politică. Legitimitatea femeilor ca lidere în politică este una medie, similară Estoniei, Serbiei, României, Poloniei. Doar 39% cred că bărbații sunt lideri politici mai buni decât femeile. Studiul arată că exceptând Irlanda de Nord și Ucraina, **Moldova este cea mai orientată spre a favoriza rolul casnic în fața prezenței pe piața muncii a femeilor pe continentul European. Această atitudine poate fi ușor transformată într-un narativ toxic și trebuie luată în calcul la dezvoltarea temelor de campanie.**

De altă parte, ultimul Studiu [11] privind percepțiile și atitudinile față de egalitate în Republica Moldova, publicat de Consiliul pentru Egalitate relevă poziții nediscriminatorii față de implicarea femeilor în sfera publică.



76%

cred că femeile trebuie să îmbine partea profesională cu cea care ține de munca casnică, ele putând fi și muncitori și conducători foarte buni;

71%

apreciază activismul și succesul femeilor în funcții de administrare publică;

65%

acceptă și chiar ar aprecia prestațiile mai echilibrate ale femeilor în sfera politicii.

Calificativele pozitive acordate femeilor sunt un punct de start bun pentru formularea narativelor de campanie, fiind vital pentru a asigura o bună conexiune cu audiența și rezonarea mesajelor de campanie cu publicul local. **Altfel spus, o mega femeie în armată, preocupată de subiecte de pace și securitate, intransigentă și hotărâtă, dar fără nicio legătură emotivă nu va rezona cu audiența și cel mai probabil va trezi reticență. În același timp, o femeie cu același statut și prestație, care lucrează pentru siguranța familiei sale (știe pentru cine exact) va fi un model bun și acceptat.**

Potrivit Consiliului de Egalitate, la capitolul egalitate de gen s-au înregistrat îmbunătățiri semnificative ale percepțiilor populației față de 2015 și 2018. Cu toate acestea, mai avem unele segmente de populație care încă utilizează stereotipuri și au puncte de vedere discriminatorii, astfel că:



18%

consideră că bărbații sunt mai pregătiți pentru a ocupa pozițiile de conducere;

16%

cred că femeile nu pot lua o decizie potrivită din cauza sensibilității și emotivității lor;

15%

văd rolul femeilor mai degrabă în bucătărie și în direcția creșterii copiilor;

13%

proiectează asupra femeilor o pasivitate și o frică care le împiedică să se implice în aria publică.

Participanții din mediul rural au compătimit femeile pentru că trebuie să se descurce cu prea multe sarcini, deoarece bărbații sunt plecați. Gândirea stereotipică este prezentă mai degrabă în rândul bărbaților, al persoanelor cu educație mai scăzută și în rândul reprezentanților grupurilor etnice minoritare (Femeile merg la armată/poliție să se mărite; Femeile în armată nu vor copii/familie ele vor să fie bărbați; Femeile sunt prea sensibile și le este frică de pericole [12]).

Aceste percepții în egală măsură pot fi exploatate pentru dezinformare și pentru promovare și trebuie tratate cu atenție și acuratețe la elaborarea narativelor și mesajelor campaniei.

PROVOCĂRI ȘI VULNERABILITĂȚI

Comunicarea eficientă a mesajelor legate de Agenda 1325 în Republica Moldova, luând în calcul cele expuse supra, este o sarcină pentru care cele mai mari provocări sunt dezinformarea și manipularea, în timp ce conștientizarea redusă, fragmentarea atenției, stereotipurile de gen, limitarea resurselor rămân importante, dar gestionabile printr-o planificare strategică bună și alocarea resurselor umane și financiare suficiente.

Dezinformarea pe Agenda FPS va fi unul din narativele bune de exploatat în contextul electoral din 2024-2025 pe motiv că țintește tot ce înseamnă egalitate de gen, incluziune și pace. Astfel, **Agenda FPS devine un pretext pentru a ataca femeile politiciene, agenda europeană** (valori occidentale străine moldovenilor), **securitatea** (femei isterice, țâfnoase, ne bagă în război). Nu FPS constituie obiectul de interes în războiul hibrid, ci situația politică, însă Agenda 1325 ar putea fi exploatată în acest sens prin sensibilizarea publicului conservativ cu narative false.

Astfel prioritar **urmează să fie ținută înțelegera corectă a Agendei FPS**, pentru a slăbi efortul de confuzie și discreditare a inițiativelor legate de egalitate de gen și securitate. De asemenea, trebuie luată în calcul polarizarea societății generată de dezinformare și care urmărește împiedicarea creării unui consens larg în societate în sprijinul obiectivelor Agendei 1325.

Chiar dacă lucrurile au o evoluție pozitivă în asigurarea egalității de gen în Moldova, rezistența culturală și stereotipurile de gen rămân o provocare care trebuie abordată, în special din perspectiva rolurilor tradiționale ale femeilor și promovarea participării acestora în procesele de pace și securitate.

De asemenea, rămâne actuală problema prioritizării scăzute a subiectului, în condițiile în care mereu există alte urgențe și teme de actualitate imediată cu impact social, economic și politic.



Pe această dimensiune ar fi optim efortul de educare a publicului, care va ajuta la promovarea Agendei 1325. De asemenea, **concurența cu alte teme de securitate dominante ar putea fi transformată în oportunitate de comunicare** în cazul în care se obține o coordonare eficientă a inițiativelor de promovare a Agendei 1325 la nivelul tuturor actorilor implicați.

În sfârșit, dar de departe nu în ultimul rând, resursele financiare, umane, capacitățile limitate, fragmentarea media și accesul inegal la informații sunt provocări puternice și complexe, care :



necesită un plan foarte bine punctat, coordonat, însoțit de parteneriate media, buget suficient și garantat, expertiză, precum și o echipă de implementare inter-instituțională bine instruită. Astfel, luând în calcul provocările enumerate, putem spune că nicio instituție publică, ONG sau organizație internațională nu va fi capabilă să promoveze Agenda FPS de una singură.

Planificarea, coordonarea și alocarea de resurse inclusiv instruirii, expertiză, campanii țintite pe anumite teme și implicarea activă a instituțiilor guvernamentale, societății civile, mass-media și comunității internaționale sunt cruciale pentru ca mesajele legate de egalitatea de gen, pace și securitate să ajungă la un public cât mai larg, să fie înțelese și susținute de acesta.

Implementarea Agendei FPS în Republica Moldova poate fi subminată de o serie de vulnerabilități pe care actorii interni sau externi le-ar putea exploata. Trebuie să înțelegem că propaganda și influențele externe nu neapărat direct urmăresc să împiedice progresul către egalitatea de gen, participarea femeilor în procesele de pace și securitate, și protejarea drepturilor femeilor în contextul conflictelor. Obiectivul de multe ori este mult mai larg, cum ar fi periclitarea procesului de integrare europeană, schimbarea conducerii politice a statului, dezbinarea societății, iar Agenda FPS ar fi doar unul dintre pretextele utilizate. Această înțelegere ne va ajuta la abordarea eficientă a narativelor false.

EXEMPLU

De exemplu, distorsionarea obiectivelor Agendei 1325 prin afirmarea că aceasta ar promova valori contrare tradițiilor locale și ar fi o ingerință externă în afacerile interne ale țării. Atacarea frontală a unei asemenea dezinformări nu poate fi eficientă pentru că narațiunea este 100% falsă. Promovarea, în schimb, a beneficiilor pentru oamenii din țară cum ar fi creșterea bazinului de profesioniști în securitate prin includerea femeilor în funcții de luare a deciziilor sau succeselor obținute de femei pe filiera de securitate și pace ar crește sprijinul public, descurajând narativul fals.

Printre vulnerabilitățile care urmează să fie luate în calcul sunt:

- Dezinformarea prin demonizarea mișcărilor pentru egalitate de gen;
- Propaganda care face publicul confuz (informații nerelevante, false, dar multe);
- Război hibrid care implică influențe externe informaționale și economice, care se sprijină pe grupuri sau partide locale și care încearcă să transforme Agenda FPS într-un pretext pentru subminarea stabilității interne din țară;
- Exploatarea polarizării politice și mobilizarea mișcărilor conservatoare;
- Vulnerabilitățile instituționale și corupția;
- Lipsa de coordonare și divizarea eforturilor de advocacy.

RECOMANDĂRI STRATEGICE

Protecție:

Combaterea dezinformării și falsurilor. Este nevoie de dezvoltarea unui plan dedicat care să includă teme cu potențial de dezinformare și falsuri, precum și soluții pret-a-porter pentru fiecare din aceste teme. Partea de combatere a falsurilor necesită resurse dedicate, un buget separat și o strategie care să fie conexasă celei de bază, focusată pe combaterea și prevenirea dezinformării. Instrumentele de comunicare pe această dimensiune vor fi distincte prin agresivitatea distribuției și insistență pe anumite mesaje. De asemenea, resurse considerabile vor trebui alocate monitorizării fluxului informațional și rețelelor sociale pentru a identifica la fază incipientă temele cu potențial de prejudiciere.

Participare:

Asigurarea rezilienței sociale prin adaptabilitatea mesajelor și formarea newsmakerilor FPS în funcție de canalele media și digitale, precum și publicul țintă. Mesajele și narativele campaniei vor fi adaptate specificului fiecărei rețele de socializare și vor constitui un mix de conținut vizual, video și text. Tot pe această dimensiune vor fi atrași/formați influenceri și лидere de opinie care vor promova temele Agendei FPS. Este nevoie să se lucreze cu reprezentante ale diferitor categorii sociale pentru a asigura adaptabilitatea mesajelor pentru fiecare audiență. Parteneriate media pentru a asigura o acoperire mai largă și mai profundă a subiectelor legate de Agenda FPS. Aceste parteneriate pot include sesiuni de informare și formare pentru jurnaliști, precum și suport pentru producerea de materiale media relevante.

Prevenire:

Dezvoltarea unei strategii de comunicare naționale și a unui plan de acțiuni, alocarea unui buget pentru implementare, a resurselor umane și operaționale, setarea minuțioasă a obiectivelor, audiențelor, canalelor de comunicare și identificarea, poziționarea unor ambasadori/are ale Agendei FPS.

Conștientizarea publică și educare, nu doar ca obiectiv, dar ca și compartiment dedicat în Programul și Planul de acțiuni care ar putea să conțină instruirii (*egalitate de gen în securitate, discursul de ură ca o formă de violență împotriva femeilor, beneficiile participării ponderabile a femeilor în procesele de pace, identificarea și combaterea dezinformării*), un program de mentorat pentru fete și femei tinere, lecții publice, un kit de popularizare a Agendei 1325 care să fie distribuit în universități, școli, colegii, etc., un program de instruire pentru recunoașterea și respingerea dezinformării și alte acțiuni în funcție de resursele disponibile. Obiectivul campaniei de conștientizare este să explice Agenda FPS și cum contribuie aceasta la securitatea și dezvoltarea națională.

Consolidarea și îmbunătățirea capacităților de comunicare. Sunt necesare programe de formare pentru angajații din instituțiile guvernamentale și non-guvernamentale pe teme de comunicare strategică, managementul crizelor și

combaterea dezinformării. Aceste sesiuni ar trebui să acopere atât aspectele tehnice ale comunicării, cât și sensibilizarea față de subiectele de gen.

Consolidarea rezilienței instituțiilor și consolidarea eforturilor de advocacy cu implicarea activă și coordonată a instituțiilor guvernamentale, ONG-urilor, mass-mediei și comunității internaționale. Pentru asigurarea unei comunicări sustenabile, este nevoie de instituirea unei Unități de comunicare strategică, o entitate distinctă din care să facă parte reprezentanți ai instituțiilor publice, ONG-uri, cu suport financiar asigurat, angajate/ți și obiective clar definite în termeni de timp și rezultat. Flexibilitate și monitorizare. La fel de important cum este coordonarea și buna planificare, rămâne flexibilitatea și adaptabilitatea strategiei și mesajelor de comunicare în funcție de evoluțiile interne și externe. Pentru ca flexibilitatea să nu ajungă scuză pentru implementarea parțială a planului de comunicare, este nevoie de setarea unui mecanism de evaluare a impactului, analiza datelor și de adaptare rezonabilă.

Redresare și Reconstrucție:

Implicarea comunității. Promovarea Agendei FPS trebuie să implice liderii comunităților și organizațiile locale prin dezbateri publice, sesiuni de informare, alte activități care să facă Agenda accesibilă și relevantă pentru comunități, inclusiv prin abordarea persoanelor refugiate.

Colaborare internațională. Sprijinul partenerilor internaționali prin resurse, expertiză și bune practici este esențial pentru atingerea obiectivelor campaniei. Totodată, este importantă participarea la rețelele regionale de cooperare pentru a împărtăși propria experiență și pentru a învăța din inițiativele altor țări.

Agenda FPS țintește o prezență mai vocală și mai ponderabilă a femeii în una din zonele cele mai tradiționale pentru bărbați. În condițiile în care au fost înregistrate progrese puternice pe dimensiunea de abilitate economică a femeilor și a prezenței acestora în cele mai înalte poziții de demnitate publică, Agenda FPS este în situația de a proba că este o temă care merită atenție, resurse și acțiuni. Situația internă și războiul hibrid, fluxul de refugiați și proximitatea imediată a războiului convențional au crescut simțitor sensibilitatea și gradul de acceptanță în raport cu temele de securitate, inclusiv FPS. Totuși, există o toleranță înaltă în societate în raport cu violența politică (în Moldova - discursul de ură), violența domestică și alte cazuri când se activează stereotipurile de gen.

Astfel, la această etapă se cristalizează trei obiective strategice de comunicare:

- **Creșterea gradului de conștientizare a publicului privind importanța participării femeilor în procesele de pace și securitate;**
- **Promovarea implicării active a femeilor în structurile decizionale din domeniul securității și apărării și combaterea stereotipurilor de gen;**
- **Combaterea dezinformării pe subiectul participării femeilor în procesele de pace și securitate.**

Una din cele mai mari provocări în promovarea Agendei FPS este dezinformarea și manipularea. Agenda FPS nu poate fi scoasă în afara contextului politic din țară. **Astfel, în condițiile unei perioade electorale care include alegerile parlamentare din 2025, polarizarea societății va fi pe un trend ascendent, iar tematica FPS oferă pretexte informaționale excelente pentru a ataca politicile de securitate promovate de Moldova, cele mai întunecate temeri ale bărbaților și băieților legate de rolurile de gen, dar și o ocazie excelentă de a pedala pretinsele „valori tradiționale” în care valoarea femeii se reduce la familie, casă și copii.** În această zonă se concentrează cele mai puternice riscuri pentru Agenda FPS **și pe această dimensiune trebuie concentrate prioritar eforturile de comunicare pentru:**

- **prevenirea narativelor** (alegerea scrupuloasă a eroinelor și mesajelor campaniei);
- **combaterea falsurilor** (monitorizare și reacție promptă).

Trebuie luat în calcul faptul că **fragmentarea presei este în favoarea celor care promovează falsuri**, respectiv **este vital să fie asigurată o bună coordonare a acțiunilor și mesajelor instituțiilor guvernamentale și neguvernamentale, parteneriate cu presa și extinderea bazinului de promotori ai Agendei FPS spre noi categorii de public, inclusiv maipuțin elitiste.** De asemenea, **provocările și actualitatea care la prima vedere trec în plan secundar Agenda FPS, trebuie convertite în oportunități de comunicare**, altfel spus, abordate ca pretexte informaționale pentru propria comunicare.

Luând în calcul multitudinea de aspecte pe care le include Agenda FPS, **Strategia de comunicare va aborda prin mesaje și activități, diferite categorii de audiență, inclusiv, dar nu exclusiv:**

- Tinerii, care au o viziune hiper-masculinizată în virtutea educației, stereotipurilor de gen din societate și a hormonilor;
- Angajați/te ai instituțiilor publice, care au o inerție internă de perpetuare a practicilor înrădăcinate de-a lungul timpului de abordare a temelor de pace și securitate;
- Lidere și lideri locali care reprezintă cel mai conservator segment al societății, reprezentând de multe ori și cele mai vulnerabile pături sociale;
- Reprezentante/ți ale anumitor profesii: sănătate (protecție în cazuri de violență și reabilitare), educație (înțelegerea și promovarea egalității de gen), serviciul public, structurile de ordine și drept, mass-media;
- Publicul general.

Segmentarea și adaptarea mesajelor și a conținutului vizual, grafic și text pentru diferite audiențe este unul din pilonii Planului de comunicare. Un alt aspect esențial este monitorizarea impactului și analiza de date continuă.

Cooperarea externă cu platforme regionale, precum și cooperarea internă la nivel de instituții publice și, în special, neguvernamentale va ajuta la concentrarea resurselor, unitatea mesajelor, va crește impactul și audiența acestora, precum și va ajuta la alocarea eficientă a bugetelor și atingerea obiectivelor de comunicare.

În acest sens este important să se asigure o partajare echitabilă și transparentă a resurselor, precum și o comunicare permanentă între entitățile implicate.

Parteneriatele între guvern și societatea civilă sunt vitale pentru a asigura monitorizarea, raportarea și adaptarea politicilor, precum și pentru garantarea sprijinului necesar, nu în ultimul rând, sprijinul societății, în implementarea practică eficientă și sustenabilă a Agendei FPS.

În sfârșit, este nevoie de **alocare de resurse pentru elaborarea și implementarea Strategiei de comunicare**. Resurse umane promise, implicare formală și bugete discutate, dar neaprobată sunt elemente în măsură să pericliteze efortul de comunicare pe Agenda FPS. O strategie de comunicare este eficientă atunci când există obiective coordonate, un buget alocat și o echipă de oameni suficientă, instruită și interesată de rezultat.

Notă: Opiniile din acest material nu reflectă în mod necesar poziția Institutului pentru Raportare despre Război și Pace (IWPR) sau a Biroului pentru Afaceri Externe, Commonwealth și Dezvoltare al Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (FCDO).

Materialul este realizat în cadrul proiectului „Promovarea Agendei privind Femeile, Pacea și Securitatea prin Comunicare Strategică și Monitorizare”, implementat de Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare și finanțat prin intermediul unui grant al Institutului pentru Raportare despre Război și Pace (IWPR), cu suportul Biroului pentru Afaceri Externe, Commonwealth și Dezvoltare al Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (FCDO).