

Propaganda rusă se mută în offline – autocolante „Rusia nu este dușmanul meu”

de [Marius Bâtcă](#)

Campaniile de propagandă rusească utilizează un set de narative adaptate contextului local al fiecărei țări, pentru a-și maximiza impactul. O temă centrală este cea anti-NATO și anti-UE, care prezintă Rusia ca o victimă a expansiunii occidentale și a democrațiilor corupte și ostile. În acest context, anul trecut, în Italia și Franța, inclusiv în Corsica, au apărut afișe cu mesajul *Rusia nu este dușmanul meu*. Anul acesta, campania a ajuns și în România, dar fără afișe, ci doar cu autocolante.



Scopul principal al acestor operațiuni nu este de a convinge publicul larg să devină prorus, ci are obiectivul de a crea tensiune și a o amplifica, de a submina încrederea în instituții și de a polariza societatea. Războiul hibrid reprezintă o formă de conflict multidimensional, care depășește granițele confruntărilor militare convenționale și integrează o gamă complexă de tactici. Scopul principal este subminarea încrederii publice în instituțiile democratice, erodarea coeziunii sociale și slăbirea alianțelor strategice, în special a celor euroatlantice, cum ar fi Uniunea Europeană și NATO.

Campaniile care utilizează mesajul *Rusia nu este dușmanul meu* reprezintă o manifestare concretă a acestei strategii. Aceste operațiuni demonstrează modul în care eforturile de influență digitală, orchestrate de actori statali, sunt transpuse în spațiul fizic prin acțiuni precum lipirea de

autocolante și afișarea de postere. Astfel de acțiuni, aparent simple și cu impact local limitat, sunt de fapt componente ale unei campanii de propagandă mult mai vaste, având capacitatea de a exploata vulnerabilitățile interne și de a amplifica narativele deja existente în țările vizate. Prin adoptarea unor tactici de război hibrid, Kremlinul urmărește să obțină avantaje strategice pe termen lung, fără riscurile și costurile unei invazii militare deschise.



Italia

Campania pro-Moscova din România a luat, de anul acesta, și forma unor autocolante lipite în diverse orașe, înfățișând o strângere de mână între două persoane, având culorile steagurilor românesc și rusec. Mesajul însoțitor, *Rusia nu este dușmanul meu*, este conceput pentru a genera un sentiment de *tovărășie* și de a promova o percepție de normalitate în relația cu Federația Rusă, ignorând invazia militară a Ucrainei și acțiunile agresive ale Kremlinului. Campania vizează un public potențial obosit de tensiunile geopolitice, oferindu-i o *soluție* simplistă la un conflict complex, reconcilierea cu agresorul.

Campania din Italia, de anul trecut, cu mesajul *La Russia non è nostra nemica*, a utilizat o grafică similară cu cea din România, reprezentând o strângere de mână între steagurile rus și italian. Un element distinctiv al acestei campanii a fost adaptarea narativă, adăugând un mesaj subversiv: *Basta soldi per le armi a Ucraina e Israele. Vogliamo la pace e ripudiamo la guerra (articolo 11 della Costituzione) (Gata cu banii pentru arme în Ucraina și Israel! Vrem pace și respingem războiul)*. Această inserție denotă o tehnică de manipulare sofisticată, care exploatează un sentimentul pacifist și critică cheltuielile militare. Mesajul prorus este încorporat într-un discurs care rezonază cu publicul italian, transformând propaganda polarizantă într-o

expresie a *păcii și suveranității* naționale. Afişele au apărut în peste 20 de orașe italiene, de la Roma și Modena la Parma și Verona, demonstrând o coordonare extinsă.



Franța

Spre deosebire de cazul României, reacția politică în Italia a fost rapidă și publică. Campania a generat interpelări parlamentare, precum și o interpelare directă a Comisiei Europene în care s-a solicitat să se investigheze dacă aceste campanii indică o lipsă de conformitate a Italiei cu sancțiunile UE împotriva Moscovei.

Campania din Franța, cu mesajul similar, *La Russie n'est pas mon ennemi*, a fost identificată ca fiind condusă de ONG-ul pro-rus *SOSDONBASS*. Misiunea declarată a asociației se aliniază perfect cu narativele mincinoase ale Kremlinului, incluzând apeluri la ajutor umanitar pentru populațiile din Donbas, denunțarea bombardamentelor împotriva civililor din 2014 și cereri pentru oprirea livrărilor de arme către Ucraina. Aceste mesaje sunt calculate pentru a exploata simpatia publică, subminând sprijinul pentru Ucraina și punând sub semnul întrebării politicile de securitate ale Franței și ale Europei.



Corsica

Campaniile de propagandă fizică, precum cele de mai sus, nu sunt operațiuni izolate, ci reprezintă componenta *offline* a unor rețele mult mai vaste și sofisticate de dezinformare digitală. Există o corelație clară între dezinformarea digitală și manifestările fizice. Dezinformarea online, în special cea răspândită de guverne și actori politici, este asociată cu o creștere a protestelor fizice și a altor acțiuni de propagandă în spațiul public, precum afișarea de fluturași, bannere, autocolante și graffiti. Rețelele de dezinformare *online* și *offline* nu au ca scop doar distribuirea de informații, ci și coagularea unor grupuri de idioți utili sau de indivizi plătiți care execută, în spațiul fizic, acțiuni de propagandă.

Campaniile cu mesajul *Rusia nu este dușmanul meu* sunt manifestări ale unei strategii complexe de război hibrid, orchestrată la nivel statal. Scopul acestor campanii nu este de a converti publicul la ideologia prorusă, ci de a eroda încrederea în instituțiile democratice, de a polariza societatea și de a slăbi coeziunea alianțelor strategice. Mesajele care par pacifiste sau *suveraniste* sunt, în realitate, componente ale unei operațiuni de subminare a statului de drept și a ordinii internaționale bazate pe reguli.