



Evaluarea campaniilor de promovare

a lui Șor și Platon: Analiză a investițiilor și tacticilor utilizate în perioada iulie 2024

Autor: Andrei Rusu, WatchDog.MD
Coautori: Andrei Curăraru, Valeriu Pașa



Rezumat

Într-o perioadă scurtă de doar **90 de zile**, oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon au cheltuit aproximativ **136 000 de euro** pentru promovare pe Facebook.

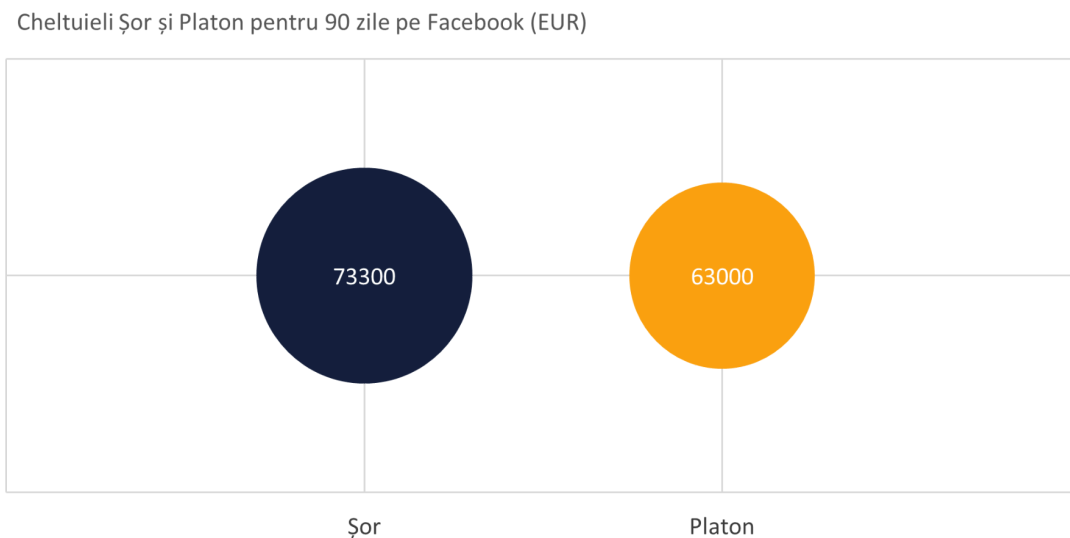


Fig. 1 - Comparație între sumele cheltuite de Ilan Șor și Veaceslav Platon pentru promovarea dezinformării pe Facebook pentru 90 de zile.

Principalele narative (idei) manipulative promovate în postările sponsorizate de Platon și Șor:

1. *Referendumul este inutil:* Campania susține că referendumul nu are valoare, manipulând declarațiile oficialilor pentru a sugera că rezultatele nu vor avea impact asupra procesului de aderare la UE.
2. *Guvernarea exercită presiuni asupra Găgăuziei:* Se promovează ideea că guvernarea centrală impune sancțiuni nejustificate asupra regiunii Găgăuzia, subminând astfel stabilitatea locală.
3. *Guvernarea sperie lumea cu războiul:* Se argumentează că autoritățile exagerează riscurile militare pentru a obține avantaje politice, negând amenințările reale la adresa securității naționale.
4. *Negocierile de aderare la UE se datorează Ucrainei:* Se sugerează că progresul Moldovei în aderarea la UE este doar rezultatul situației din Ucraina, minimizând importanța eforturilor guvernului.
5. *Guvernarea acceptă orice condiție impusă de UE:* Se afirmă că guvernul moldovean ar accepta necondiționat toate cerințele UE pentru a primi fonduri europene, insinuând o lipsă de suveranitate și discernământ în procesul de negociere.



Scopul principal al acestor campanii sponsorizate este de a semăna panică în societate, de a discredita procesul de integrare europeană a Republicii Moldova și de a „spăla” imaginea Rusiei. Totodată observăm că Rusia se pregătește activ pentru destabilizările din timpul campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale și referendumul pentru integrare europeană.

Din păcate, autoritățile nu au mecanisme eficiente de luptă cu astfel de instrumente de dezinformare. Singura soluție de combatere a acestor falsuri rămâne informarea activă a societății despre cum circulă aceste mesaje în spațiul public (ce? cine? de ce?) și raportarea post-factum a falsurilor promovate.

Nici META, nici Google nu întreprind nicio acțiune serioasă pentru a bloca acest conținut manipulatoriu. Cele două companii ar trebui să atragă atenția la apelurile autorităților și societății civile din Moldova pentru a stopa rulara reclamelor oligarhilor sancționați la nivel internațional. La META și Google trebuie să ajungă mesajul că inacțiunea lor permite desfășurarea unor operațiuni de influență politică și ingerință a Federației Ruse în procesele electorale din Republica Moldova.

Introducere

Războiul hibrid al Federației Ruse împotriva Republicii Moldova devine mai agresiv odată cu apropierea alegerilor prezidențiale și a referendumului pentru integrare europeană de pe 20 octombrie. Unul din principalele instrumente de dezinformare sunt reclamele sponsorizate pe platformele Facebook (compania META) și Google.

Principalii actori maligni care pompează bani în dezinformarea online sunt oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon. Cei doi oligarhi cheltuie lunar mii de euro pentru a semăna panică în rândul societății din Moldova, cu scopul de deturna parcursul european al țării.

Statul Republica Moldova nu deține la moment vreun instrument prin care să oprească aceste campanii de manipulare și poate solicita doar post-factum stoparea lor de la platformele internaționale.

Cheltuielile lui Șor în perioada 1 - 30 iulie 2024

Oligarhul fugar Ilan Șor a promovat în perioada 1 - 30 iulie cel puțin **104 de reclame prin intermediul a 11 pagini** pe Facebook, cheltuind **30 500 de euro**. În comparație cu perioada 1 - 30 iunie, numărul de reclame sponsorizate **a crescut cu 20, iar bugetul a rămas neschimbat**.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile lui Șor

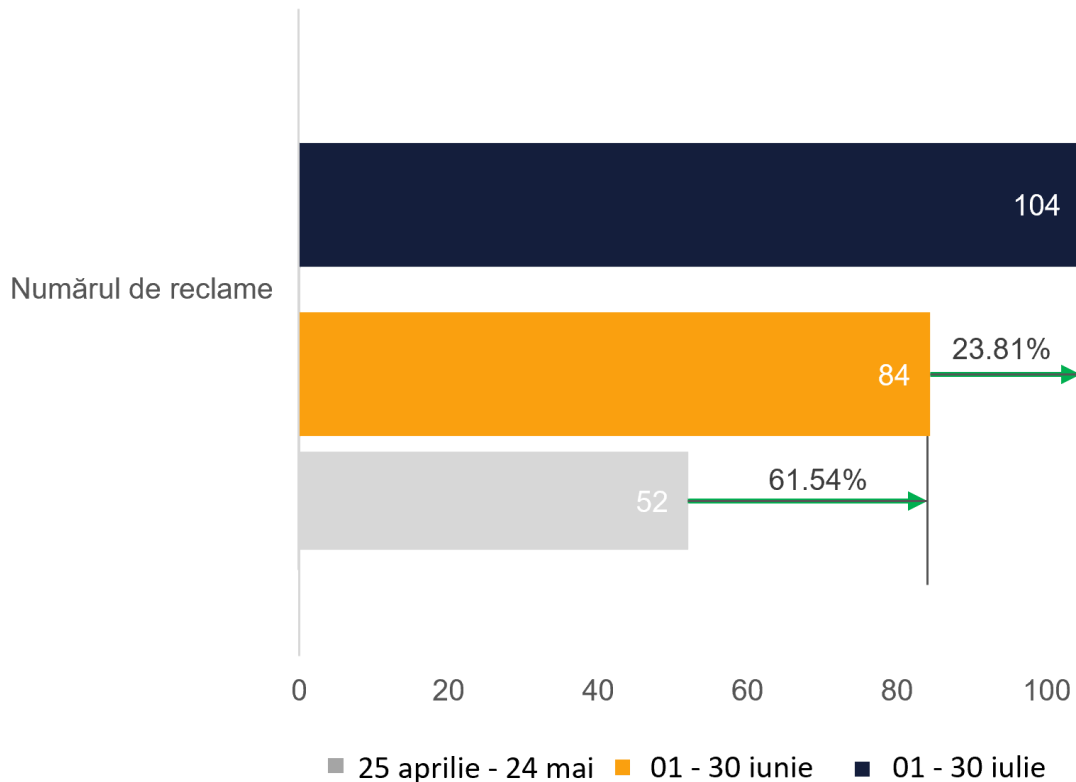


Fig. 2 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate grupării Șor din perioada 1 - 30 iulie, în comparație cu perioadele 25 aprilie - 24 mai și 1 - 30 iunie.

Doar pentru **săptămâna 24 - 30 iulie**, Șor a cheltuit pentru promovarea reclamelor aproximativ **4741 de euro**. Pentru comparație, în aceeași perioadă a lunii iunie a cheltuit **cu 1600 de euro mai mult**.

Trei pagini aparțin membrilor Partidului „Renaștere”, susținut oficial de Ilan Șor: [Veaceslav Jucov](#), [Vasile Bolea](#) și [Alexandr Nesterovschi](#). Restul paginilor folosesc o identitate vizuală similară: au fotografii de profil cu drapelul Moldovei și nume de utilizator care fac aluzie fie la organizații media, fie la organizații patriotice: „[Moldova Culturală Plus](#)”, „[Moldova Radiance Știri](#)”, „[Știri adevărate MD aici](#)”, „[Onedaypoll](#)”, „[Cu drag din Moldova](#)”, „[Евразия](#)”, „[Tinki Vinki](#)” și „[Simple Overkill](#)”. Toate aceste pagini utilizează categoriile „Site web media/de știri”, „Ziar” sau „Companie de producție media și difuzare” pentru a crea iluzia că aparțin unor instituții media legitime.



Fig. 3 - Pagina „Moldova Culturală Plus” utilizează ca imagine de profil steagul Republicii Moldova, iar la categorie notează că este „Site web media/de știri”.

Principalele manipulări promovate de paginile anonime ale lui Șor au fost:

- **Referendumul este unul inutil** - [Postarea](#) a manipulat cu declarațiile ministrului de Externe, Mihai Popșoi, care a declarat că indiferent de rezultatele referendumului, negocierile de aderare la UE vor continua. Astfel, gruparea Șor „își exprimă îndoielile cu privire la eficacitatea referendumului privind aderarea Moldovei la UE, considerându-l un eveniment costisitor și inutil”. Potrivit grupării, actuala guvernare „nu ia în calcul opiniile tuturor cetățenilor pe acest subiect”.

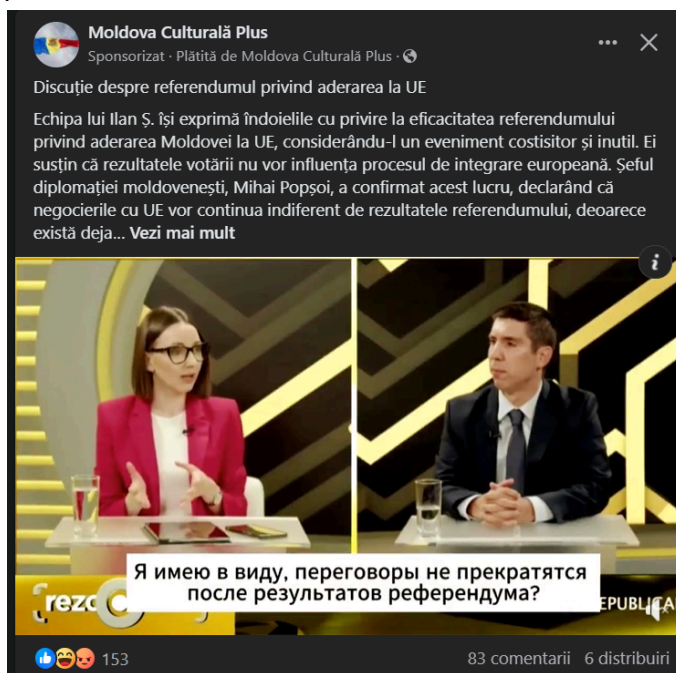


Fig. 4 - Pagina „Moldova Culturală Plus” promovează opinia grupării Șor că referendumul nu ar fi unul efectiv și va fi unul costisitor.

- **Recunoaștere foametei din 46-47 drept genocid va duce la înrăutățirea relațiilor cu Rusia** - Potrivit grupării Șor, [recunoașterea foametei](#) din 1946-1947 drept genocid nu este altceva decât „o speculație politică, care nu rezolvă problemele actuale ale țării”. Aceștia consideră că „adoptarea unei astfel de legi poate duce la discriminarea locuitorilor Găgăuziei, care primesc ajutor din partea Rusiei”.

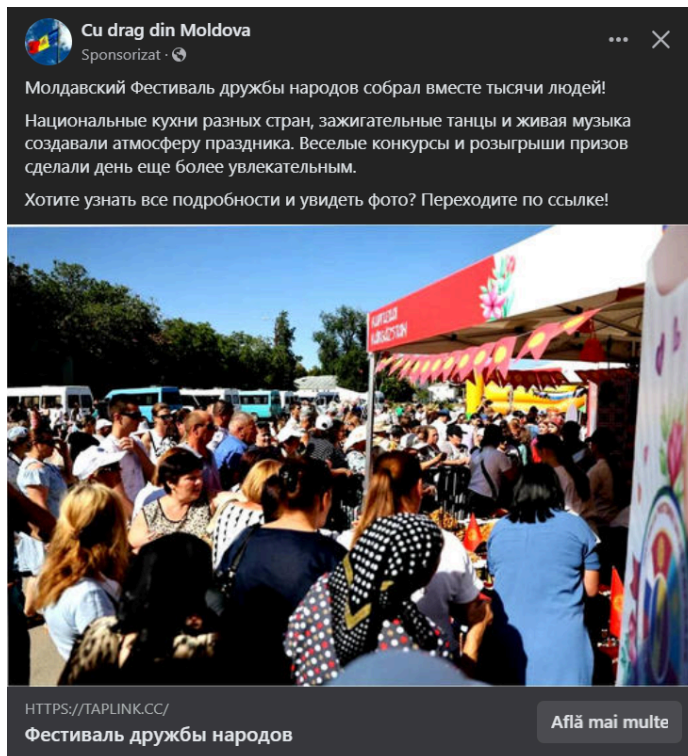


Fig. 5 - Pagina „Cu drag din Moldova” promovează așa-numitul festival al „Prieteniei Popoarelor”, organizat de Blocul „Victorie”, unde un rol deosebit i s-a oferit Federației Ruse.

- **Guvernarea exercită presiuni asupra Găgăuziei** - [Vasile Bolea](#) susține că sancțiunile SUA impuse Eugeniei Guțul sunt „o metodă suplimentară de a exercita presiuni asupra bașcanului Găgăuziei și a celor care administrează regiunea” din partea actualei guvernări. Bolea consideră că actuala guvernare încearcă să dezbine societatea din Găgăuzia împiedicând realizarea proiectelor echipei lui Guțul.
- **La guvernare se află un regim dictatorial** - [Veaceslav Jucov](#) susține că „actuala guvernare a transformat țara într-o dictatură și a luat dreptul poporului de a lua decizii”. Potrivit lui Jucov, „o mână de politicieni își impune voința în fața a milioane de cetățeni”. Acest narativ a fost accentuat cu o ocazia împlinirii a trei ani de guvernare PAS. [Alexandr Nesterovschi](#) a promovat o postare prin care a acuzat PAS că „a transformat țara într-un stat represiv în care orice disidență este suprimată”.

Cheltuielile lui Platon pentru perioada 1 - 30 iulie 2024

Veaceslav Platon a promovat în perioada 1 - 30 iulie în jur de **82 de reclame** pe [pagina sa personală](#) de Facebook și pe cea a [Nataliei Morari](#), cheltuind **aproximativ 19 500 de euro**. În comparație cu perioada 1 - 30 iunie, Platon a cheltuit **cu 5 750 de euro mai puțin** pe sponsorizarea reclamelor, însă numărul acestora **este mai mare cu 11**. Doar pentru **săptămâna 24 - 30 iulie**, Platon a cheltuit pentru promovarea reclamelor de pe cele două pagini aproximativ **3 600 de euro**.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de Platon pe Facebook

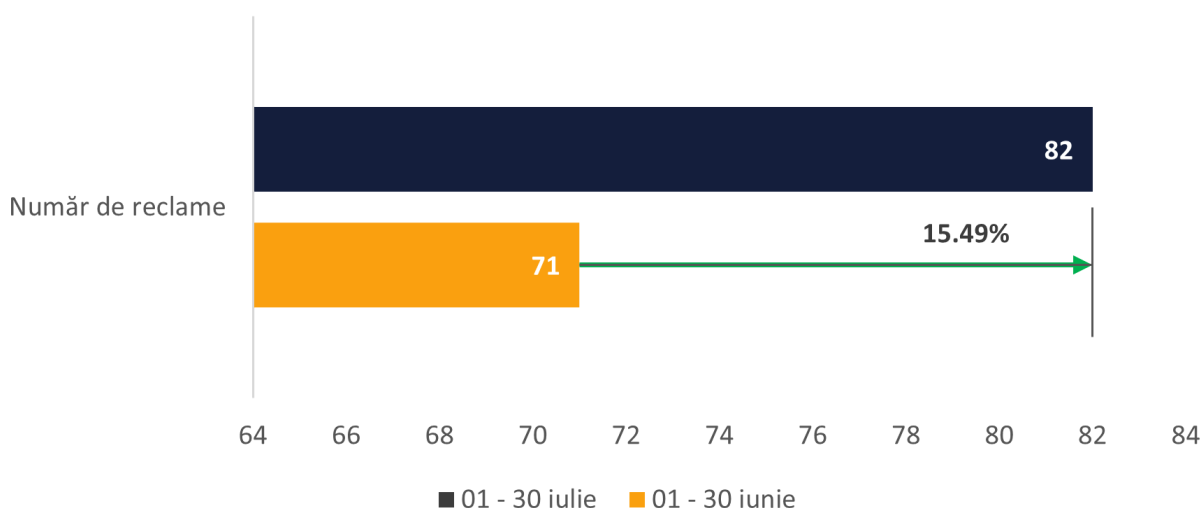


Fig. 6 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe Facebook din perioada 1 - 30 iulie, în comparație cu perioada 1 - 30 iunie.

Comparație între sumele cheltuite de Platon pentru două perioade pe Facebook

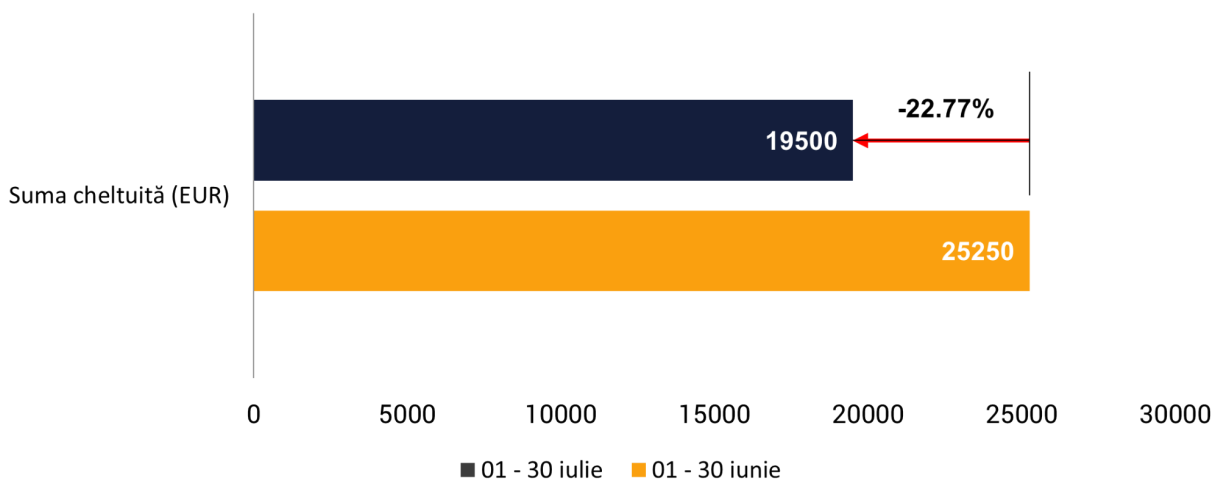


Fig. 7 - Comparație între sumele cheltuite de paginile afiliate lui Veaceslav Platon în perioadele 1 - 30 iulie și 1- 30 iunie.

Pe lângă reclamele sponsorizate pe Facebook, Platon promovează activ conținut și pe Youtube și prin intermediul Google Ads. Problema constă însă în faptul că, pe Google Ads Transparency, **nu sunt afișate sumele cheltuite de Platon** pentru sponsorizarea reclamelor de pe canalul său sau cel al Nataliei Morari. Nu este cunoscută nici perioada pentru care ele au fost promovate și numărul utilizatorilor la care au ajuns reclamele. În total, Platon a sponsorizat de pe contul său **9 reclame** pentru luna iulie. Odată cu lansarea în campania pentru funcția de președinte al Republicii Moldova, de pe contul Nataliei Morari au fost promovate **173 de reclame**, dintre care doar **15 sunt clipuri sponsorizate pe YouTube**, iar restul sunt bannere electorale.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de Platon pe Google

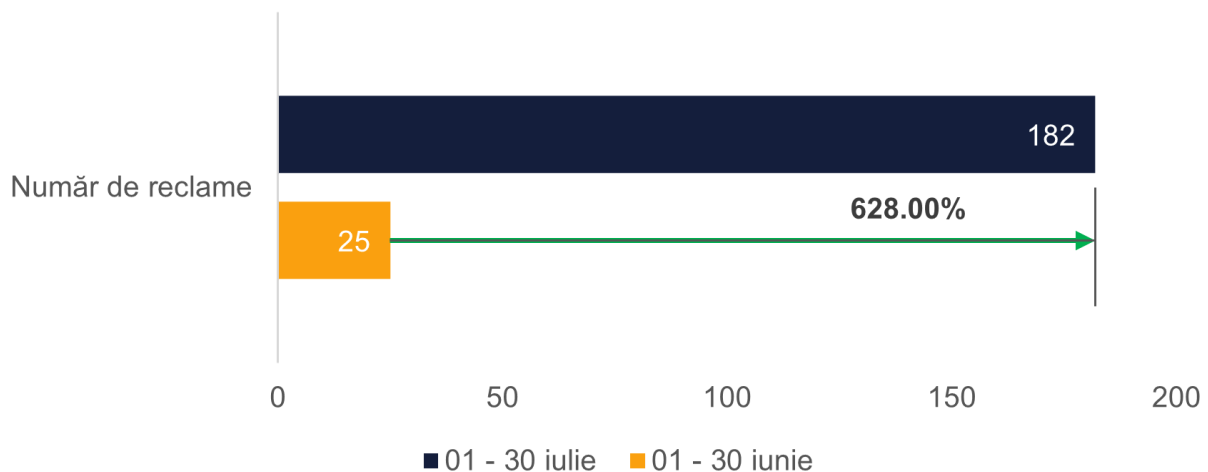


Fig. 8 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe YouTube din perioada 1 - 30 iulie, în comparație cu perioada 1 - 30 iunie.

Principalele manipulări promovate de paginile afiliate lui Platon au fost:

- **Guvernarea sperie lumea cu războiul** - Morari declară că „guvernarea sperie populația cu războiul pentru a obține credite politice”. Aceasta ia în derâdere mesajele că Maia Sandu ar fi păstrat pacea în Moldova. Potrivit lui Morari, „nu există nici un risc militar eminent din partea Rusiei”. Pentru a-și accentua poziția, aduce argumentele experților occidentali, care declară că Rusia nu are capacitate militară pentru a rupe frontul din Ucraina. De fapt, autoritățile spun că Rusia duce un război hibrid împotriva Moldovei, însă Morari ignoră această „nuanță”.

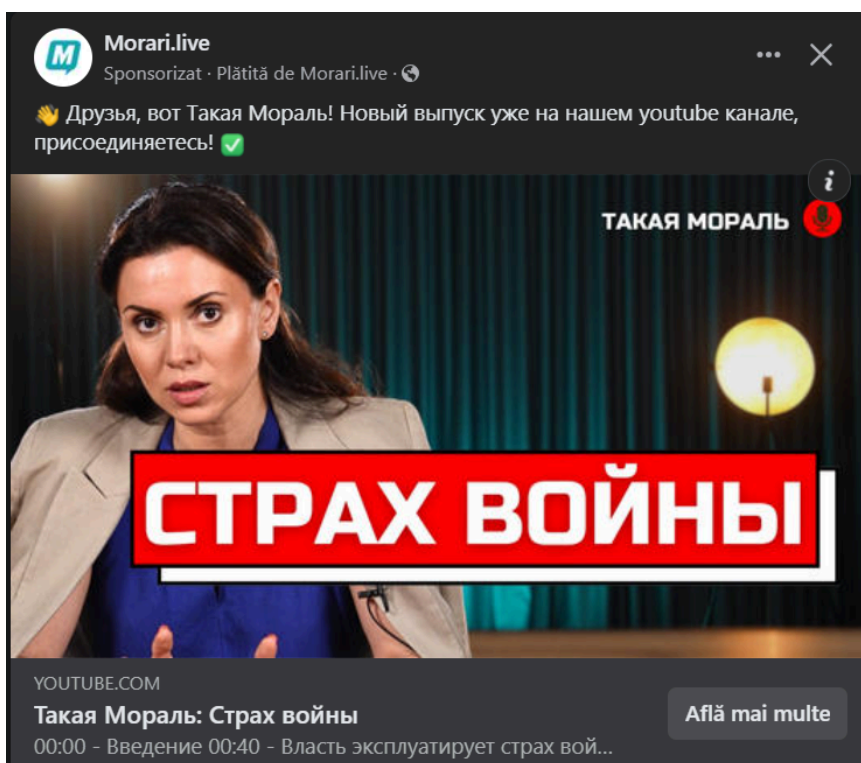


Fig. 9 - Clip video sponsorizat de pe pagina Nataliei Morari, în care aceasta susține că guvernarea sperie moldovenii cu războiul.

- **Negocierile de aderare la UE se datorează doar Ucrainei** - [Morari susține](#) că „Moldova a obținut deschiderea negocierilor de aderare la UE doar datorită Ucrainei”. Aceasta susține că actuala guvernare nu are nici un aport la deschiderea negocierilor și că se folosește de aceasta pentru propria imagine. Potrivit lui Morari, guvernării de la Chișinău i-a luat 6 luni pentru a susține oficial Ucraina. Aceasta însă nu menționează că Moldova din prima zi [a condamnat](#) invazia rusă și a făcut tot posibilul pentru primirea și îngrijirea refugiaților ucraineni pe teritoriul său. În ceea ce privește argumentul că deschiderea negocierilor se datorează exclusiv Ucrainei, Morari tace mâlc despre Georgia. Acolo, regimul autoritar de la conducere a stopat procesul de negocieri din cauza unor legi ce încalcă drepturile omului. În Republica Moldova, nu am avut o astfel de situație.
- **Guvernarea acceptă orice condiție impusă de UE** - [Veaceslav Platon](#) a criticat-o pe Maia Sandu pentru că a semnat decretul privind începerea negocierilor de aderare la UE. Potrivit lui Platon, „Maia Sandu este gata să accepte orice condiție din partea UE” pentru a primi fondurile europene. El mai susține că în UE s-ar da bani pentru ca să stai pe pământul tău și să nu cultivi nimic. Totodată, Platon [i-a sfătuit pe georgieni](#) să ia exemplul Republicii Moldova pentru a deschide negocierile. Drept exemplu, acesta spune că „e de ajuns să iai un funcționar european de mână și să-i povestești despre războiul hibrid”.

Cazuri atipice

Pe lângă reclamele sponsorizate de fugarii Veaceslav Platon și Ilan Șor, au fost depistate și câteva cazuri atipice. Primul caz se referă la o pagină anonimă care a promovat clipul de lansarea a Nataliei Morari în cursa pentru funcția de președinte al Republicii Moldova. Deși pagina are aceleași elemente ca ale paginilor anonime promovate de Șor, nu putem susține cu certitudine că acest clip a fost promovat de cineva dintre oligarhii fugari.

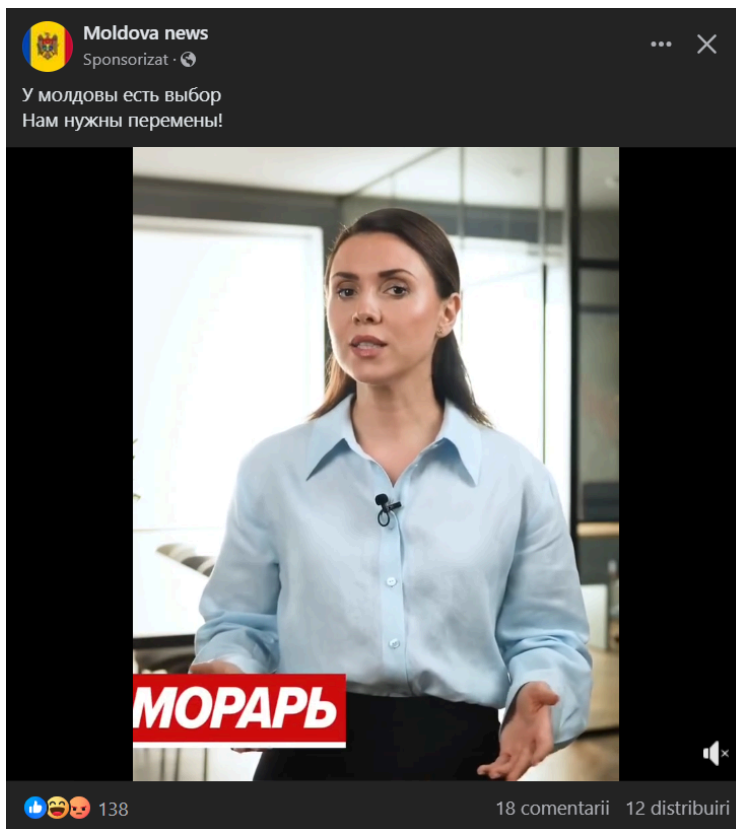


Fig. 10 - Pagină anonimă care sponsorizează clipul de lansare al Natalie Morari în cursa pentru funcția de președinte al Republicii Moldova.

Totodată, pe Facebook a fost promovată o pagină care ar susține-o pe Maia Sandu. Accesând pagina, dăm de o postare generată de inteligența artificială, ce conține o serie de greșeli gramaticale și logice. Se pare că pagina urma să fie utilizată pentru a promova mesaje false din partea președintei Maia Sandu în campania electorală.



Fig. 11 - Pagină anonimă care se prezintă drept o inițiativă ce o susține pe președinta Maia Sandu. La momentul publicării acestei analize, pagina a fost ștearsă.

Un alt caz atipic întâmpinat pe Facebook, a fost un sondaj de pe un site rusesc promovat de o pagină anonimă. Sondajul a inclus întrebări despre atitudinea față de discriminarea lingvistică, beneficiile declarației de independență pentru Republica Moldova și disponibilitatea oamenilor din localitățile lor de a participa la mitinguri și blocade de drumuri. Nici în acest caz nu putem confirma că în spatele acestui sondaj ar sta anume vreunul din oligarhii fugari.

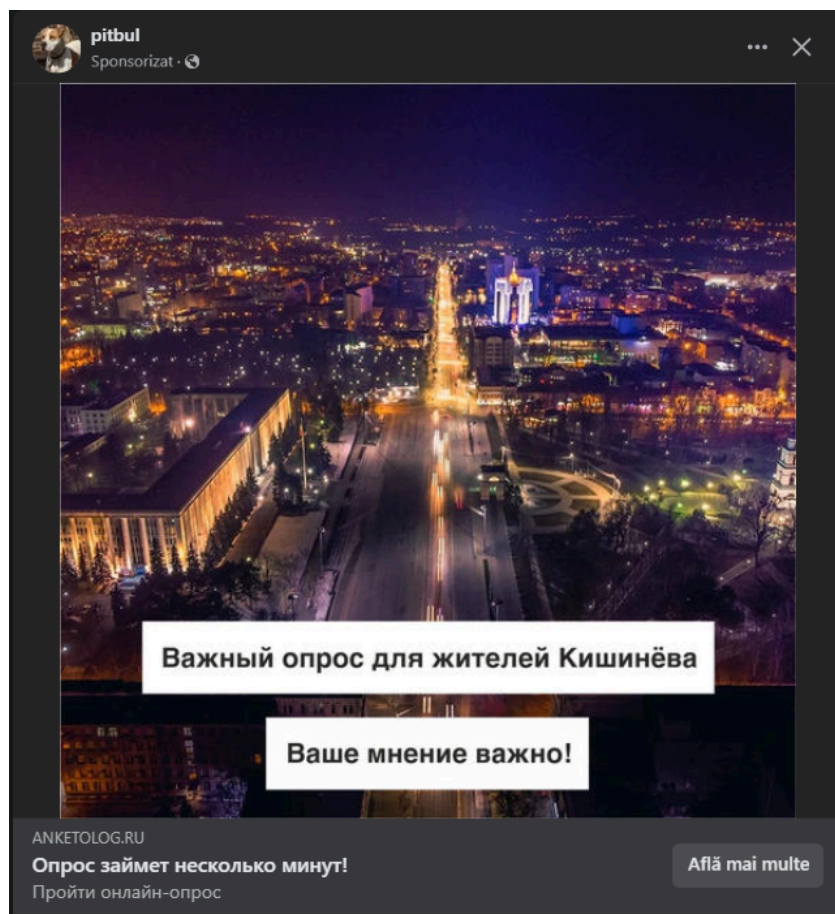


Fig. 12 - Pagină anonimă care promovează un sondaj cu întrebări provocatoare de pe site-ul rusesc anketolog.ru. Publicitatea a fost ascunsă de către administratorul paginii și nu apare în META Ads Library.

Если бы Вам предложили участвовать в акциях протеста, чтобы привлечь внимание власти к острым проблемам, то Вы приняли бы в них участие или нет? Если да, то в чём именно Вы готовы принять участие? *

- Подписать обращение, петицию
- В шествии, массовой акции протеста
- Распространить листовки, информацию в интернете
- В перекрытии дорог
- В одиночном пикете
- В акциях онлайн-протеста
- Другое (напишите)

Напишите ваш вариант ответа

- Не приня(а) бы участие в акциях протеста
- Затрудняюсь ответить

ДАЛЕЕ

Fig. 12 - Sondajul promovat de pagina anonimă „pitbul” întreabă persoana chestionată cu ce ar putea contribui în cazul unui protest. Printre variantele de răspuns se numără „blocarea de drumuri”, tactică utilizată de gruparea criminală Șor în timpul protestelor din 2022.

Constatări

Deși în luna iulie bugetul pentru reclame nu a crescut mult în cazul lui Șor, iar în cazul lui Platon chiar a scăzut, numărul reclamelor propriu-zise este în continuă creștere. Principalul lor scop este în continuare discreditarea referendumului pentru aderare la UE, dar și atacurile asupra Maiei Sandu, care e principala favorită în cursa prezidențială.

Cei doi oligarhi încearcă să manipuleze opinia publică că locul Republicii Moldova nu este în UE. Spre exemplu, Platon accentuează narativul că „Moldova nu negociază pe picior de egalitate cu UE condițiile pentru aderare”. Iar oligarhul Ilan Șor consideră că „la referendum nu se va lua în calcul opinia majorității moldovenilor”, care ar fi împotriva aderării la UE.

În spațiul public, cei doi oligarhi continuă să promoveze o imagine pozitivă a Federației Ruse, utilizând diverse instrumente media și relații personale. Prin intermediul Nataliei Morari, se promovează ideea că Rusia nu prezintă un pericol iminent militar la adresa Republicii Moldova, deși Moscova poartă un război hibrid împotriva Chișinăului. Platon susține că termenul de război hibrid este o invenție a actualei guvernări pentru a-și ascunde eșecurile. De cealaltă



parte, prin intermediul partidelor sale politice, Șor spală imaginea Rusiei prin organizarea a diferitor evenimente și a alimentării narativului că „*Rusia este partenerul strategic al Moldovei*”.

Totodată observăm că Rusia se pregătește activ pentru destabilizările din timpul campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale și referendumul pentru integrare europeană. Promovarea activă a sondajului de pe site-ul anketolog.ru demonstrează că, prin intermediul întrebărilor adresate, Kremlinul își pregătește activ agenda de lansarea falsurilor pe subiecte ce țin de limba vorbită, etnie, susținere politică, valori și credință. Moscova se pare că ar pregăti acțiuni violente în unele regiuni ale țării, întrebând persoanele chestionate dacă ar fi gata să participe la mitinguri de amploare în regiunile lor.

Din păcate, autoritățile nu dispun de mecanisme eficiente de luptă cu astfel de instrumente de dezinformare. Unica soluție de combatere a acestor falsuri rămâne informarea activă a societății despre cum circulă aceste manipulări în spațiul public (ce? cine? de ce?). Cât despre instituțiile de securitate, acestea ar trebui să urmărească mai atent activitatea grupărilor afiliate Kremlinului, care ar urma să organizeze destabilizări la toamnă, și să întreprindă acțiuni de stopare a acestora.

Pentru a opune rezistență în războiul hibrid dus de Rusia împotriva Republicii Moldova este important ca societatea civilă și presa să-și unească eforturile în combaterea dezinformării și informarea corectă a societății. Un alt aspect important este legat de politicienii și partidele pro-europene, care din cauza propriilor frustrări față de actuala guvernare, slăbesc pozițiile vectorului european înaintea referendumului. Forțele veritabile pro-europene ar trebui să-și consolideze forțele pentru a opune rezistență războiului hibrid al Federației Ruse.

Nici META, nici Google nu întreprind niciun fel de acțiuni de a bloca acest conținut manipulatoriu. Cele două companii ar trebui să considere apelurile autorităților și societății civile din Moldova pentru a stopa rulara reclamelor oligarhilor sancționați la nivel internațional. La META și Google trebuie să ajungă mesajul că inacțiunea lor permite desfășurarea unor operațiuni de influență politică și ingerință a Federației Ruse în procesele electorale din Republica Moldova.

De asemenea, evaluările noastre indică faptul că o parte din fondurile utilizate pentru aceste campanii ar putea fi redirecționate în timp către ANO „Евразия”, condus de fosta contabilă a primăriei Orhei, Nelly Parutenko. Asta i-ar putea ajuta în a eluda mai eficient monitorizarea autorităților și a platformelor de social media. Noile forme de manipulare pot fi legate de aplicații la pretinse granturi pentru dezvoltare regională, participarea la programe de schimb de experiență pentru tineri și profesori, dar și manifestări politice ca noul congres al blocului Victorie-Pobeda la Moscova. Aceste forme indirecte de finanțare pot viza atât implementarea ale unor proiecte populiste de genul OrheiLand, dar și recrutarea potențialilor participanți la proteste electorale despre care [avertizau](#) guvernele SUA, Canadei și Marii Britanii.



Atacurile constante asupra procesului de integrare europeană și asupra legitimității guvernării sunt menite să creeze diviziuni și să destabilizeze situația politică într-o perioadă critică pentru țară. Lipsa unor mecanisme eficiente de combatere a acestor manipulări a permis ca mesajele toxice să ajungă la un public larg, fără a întâmpina obstacole semnificative.

Recomandări:

1. **Reacție rapidă la dezinformare:** Autoritățile și instituțiile media trebuie să reacționeze imediat la campaniile de dezinformare prin emiterea de comunicate și materiale care demontează falsurile. Este crucial ca aceste răspunsuri să fie bine fundamentate și să ajungă la publicul larg înainte ca dezinformarea să prindă rădăcini.
2. **Intensificarea monitorizării:** Instituțiile de securitate trebuie să sporească monitorizarea platformelor de social media pentru a identifica rapid și a raporta conținutul manipulatoriu. O reacție rapidă poate reduce semnificativ impactul acestor campanii asupra opiniei publice.
3. **Campanii de informare de contracarare:** Societatea civilă, guvernul și alți actori de bună credință ar trebui să lanseze campanii de informare menite să contracareze direct narativele false, explicând importanța și beneficiile procesului de integrare europeană, precum și demontând miturile răspândite de oligarhi.
4. **Parteneriate temporare cu platformele digitale:** Autoritățile ar trebui să stabilească colaborări, chiar și de scurtă durată cu platformele de social media pentru a accelera procesul de eliminare a conținutului dezinformator. Aceste parteneriate ar trebui să includă mecanisme de raportare directă și prioritară pentru conținutul dăunător.
5. **Informarea constantă a partenerilor strategici:** Este esențial ca Republica Moldova să mențină dialogul cu partenerii internaționali cu privire la campaniile de dezinformare în desfășurare și să colaboreze strâns cu aceștia pentru a exercita presiuni asupra platformelor de social media să acționeze împotriva conținutului manipulatoriu. Acest lucru va asigura un sprijin continuu și coordonat la nivel global în combaterea dezinformării.