



TEHNICILE ȘI MIJLOACELE DE MANIPULARE ÎN OPERAȚIILE PSIHOLOGICE

TECHNIQUES AND MEANS OF HANDLING THE PSYCHOLOGICAL OPERATIONS

Dr. Carmen IRIMIA*

Operațiile psihologice vizează omul, psihicul acestuia, dar și grupurile umane aparținând atât populației civile, cât și forțelor armate. Operațiile psihologice vizează procesele cognitive, afective și volitive, modificarea sentimentelor, producerea unor emoții puternice și supunerea voinței individuale sau colective; toate acestea au loc la cele mai profunde niveluri ale conștiinței (nu se văd) și se materializează în efecte (care sunt vizibile). Războiul modern înglobează operațiile psihologice în derularea lui, acestea ajungând să realizeze modificări atitudinale și comportamentale, fiind un veritabil multiplicator. Operațiile psihologice întrebunțează limbaj, imagini și informații pentru a asalta mintea, a leza moralul și a schimba voința. Toate acestea având drept scop înfrângerea adversarului cu pierderi cât mai mici. Persuasiunea întreține un anumit raport cu manipularea.

Psychological operations are aimed at the human being, his/her mind, at groups of people from both the civilian population and the armed forces. Psychological operations are aimed at affecting the cognitive, affective and volitional processes, making changes to feelings and emotions, producing strong emotions and controlling the individual or collective will; all these take place at the deepest levels of the consciousness (they cannot be seen) and they materialize in effects (which are visible). Modern warfare includes the psychological operations in its course, because they can effect changes in attitudes and behaviours, so they represent a genuine force multiplier. The psychological operations make use of language, images and information to assault the mind, affect the morale and change the will, all these being aimed at defeating the enemy with as little losses as possible. Persuasion has a certain relation to manipulation.

Cuvinte-cheie: manipularea psihologică; operații psihologice; opinii; atitudini; gândire; comportament; conștiință.

Keywords: *psychological manipulation; psychological operations; opinions; attitudes; judgments; behaviour; consciousness.*

În opinia specialiștilor în domeniu „niciodată până acum minciuna nu a dispus de eşaloane atât de numeroase de falsificatori. Niciodată până acum minciuna nu a avut în apărarea sa divizii atât de puternice. Niciodată până acum minciuna nu a avut în stăpânirea sa popoare atât de multe, atât de numeroase. Este secolul minciunii rafinate, înveșmântate în culori protectoare, automultiplicându-se în sufletul omului. Minciuna îl împrejmuiește pe om cu zăplazuri, îi sucește mințile în mod viclan, îi creează capacitatea, starea, pasiunea de a numi de la sine negrul alb, de a recunoaște în mod spontan că doi plus doi fac cinci”¹.

Minciuna modernă constă în manipularea celuilalt. Prin manipulare înțelegem acțiunea de a influența

prin mijloace specifice individul, grupul sau opinia publică, astfel încât persoanele manipulate să aibă impresia că acționează conform ideilor și intereselor proprii, dar ele acționează conform intereselor celui care manipulează. În realitate însă, ele preiau o părere (argumentare, idee, evaluare) care nu le aparține, ci le-a fost indusă prin argumente falsificate. Individul este din ce în ce mai neputincios în fața minciunii. Minciuna este mediul în care omul se naște și moare, ea își pune amprenta asupra vieții noastre particulare, intelectuale, publice etc.

Suntem manipulați de când ne naștem, atunci când la grădiniță și la școală, în sens pozitiv (adică intenția este pozitivă sau cel mult neutră, iar argumentele de bună credință²), suntem învățați să ne supunem normelor și autorităților. Manipularea există chiar din Antichitate când pentru luptă se foloseau diverse embleme (care aveau o anume semnificație semantică și coloristică reprezentând

*Universitatea Națională de Apărare „Carol I”
e-mail: irimiacarmen37@yahoo.com



statutul și forța), când tehnicile sugestive de eroism, forță, dreptate, dezumanizarea dușmanului pentru a fi înfrânt și obținerea victoriei prin intimidare, descurajarea adversarului etc. sunt forme de manipulare.

Minciuna poate cuprinde numai anumite domenii ale vieții (când ne gândim la comercializarea unui produs, spre exemplu, oferta de preț, culoarea, mesajul etc. te pot face să cumperi chiar dacă nu ai nevoie de acel lucru) sau poate să cuprindă întreaga realitate a vieții (când vorbim despre opinia publică internațională). Astfel avem minciuni în sfera concepțiilor, argumentelor, modalităților de abordare a adversarului, minciuni în sfera informațiilor și a „fabricării” adevărului³. Scopul minciunii este manipularea, manipularea individului, grupului, maselor, adversarului. Primele studii care se pretează a studia manipularea se regăsesc la Kurt Lewin, dar abia în anii '40 apar primele forme de manipulări reușite.

Manipularea poate purta diverse denumiri, printre care și aceea de violență simbolică. În acest caz, asupra victimei nu se acționează cu forța pentru a fi determinată să facă ori să creadă ceva anume, ci în funcție de obiectivele pe care le are „agresorul” și de mijloacele folosite pentru a „sensibiliza” comportamentul persoanei, grupului vizate de acesta.

Manipularea se diseminează tot mai rapid și direct proporțional cu dezvoltarea tehnologiei (Internetului și a site-urilor, în special, care au ajuns importantă sursă nu numai de socializare, dar și de informare, înmulțirea canalelor de știri și a concurenței nelociale, dacă ar fi să ne luăm după calupurile de știri preluate de toate posturile de televiziune, care sunt, mai mult sau mai puțin, verificate, din cauza instabilității la nivel național și internațional. Astfel, manipularea depășește granițele individuale, și naționale, dacă ne referim la hackeri internaționali, terorismul internațional și crimei organizate prin obiectivul „câștig propriu” pe care îl obțin cu costuri mici și impactul dezastruos pe care îl aduc și chiar psihologic prin risc, nesiguranță și teamă, la nivelul țintei vizate.

Din punct de vedere al psihosociologiei, în urma cercetărilor efectuate în timp, prin diversele experimente ce vizau contexte diverse de situații obișnuite, au scos la iveală faptul că nu totdeauna ne controlăm comportamentul și fără să știm suntem manipulați de factori de influențare de multe ori atât

de banali. Dar o altă caracteristică a minciunii este faptul că aceasta nu numai latura comportamental-acțională, ci și toate celelalte laturi intelectuală, cognitivă, emoțional-afectivă, perceptivă etc. atinge diverse grade, în funcție de motivul care stă la baza intenției manipulatorului, dacă intenția este numai de dezinformare, de control al țintei sau pur și simplu de influențarea a întregii opinii publice naționale sau internaționale.

În prezent, se vorbește tot mai mult despre tipul de război caracterizat de asimetrii (războiul psihologic, războiul informațional) în domeniile obiectivelor, metodelor și mijloacelor utilizate de adversari. Accentul în acest caz se pune, mai ales, pe folosirea în propriul interes a schimbărilor ce au loc în domeniile politic, social, economic⁴.

În practica militară, conceptul de acțiune psihologică este întâlnit sub forma altor termeni, ca război psihologic, agresiune psihologică, operație psihologică etc., termeni utilizați în funcție de forțele și mijloacele implicate, amploarea operațiilor, scopul și obiectivele urmărite⁵. Elementele prezente și care fac parte din operațiile psihologice contemporane mai importante ar putea fi: manipularea informațională, manipularea conștiinței, voinței și conduitei țintelor, presiunile de natură psihologică, forțele și mijloacele operațiilor psihologice, utilizarea pe scară largă a celor mai recente descoperiri din domeniul psihologiei⁶.

În timp ce manipularea informațională se situează pe primul plan, prin mecanismele sale psihologice și sociologice ce deteriorează funcționarea cognitiv-afectivă a psihismului uman, normativitatea, cu modificări de judecăți, opinii, atitudini, credințe etc., manipularea conștiinței, voinței și conduitei țintelor face ca respectiva țintă să nu conștientizeze discrepanța sau poziția, uneori contradictorie, dintre propriile interese și obiectivele celui care influențează⁷.

Concomitent cu acestea, presiunile de natură psihologică se exercită prin orice mijloace atât din interior, cât și din exterior, afectând întreaga populație, efectivele participante la operații militare, opinia publică internă și/sau internațională și forțele și mijloacele pentru operații psihologice care prin acțiuni disimulate, unde centrul/agentul influențator rămâne necunoscut definitiv, alături recunoscut abia după producerea efectelor, precum și prin utilizarea pe scară largă a celor mai recente descoperiri din domeniul psihologiei, sociologiei,



demografiei, politologiei, teoriei informației și comunicării etc., care conduc la destabilizarea psihicului uman și la deteriorarea relației inter/intra umană și a încrederii.

Caracteristici ale actualelor operații militare cărora trebuie să le facă față structurile de operații psihologice menționez: menținerea în zona operațiilor a instabilității și a potențialelor amenințări care reclamă capacități militare puternice, suficient de flexibile pentru executarea unui spectru larg de operații; starea psihică a populației, imaginea, sistemul prelungit, ziua/noaptea, ceea ce duce la oboseală fizică și psihică; existența elementului intențional de influențare, prin amenințarea cu violența, zvonuri, alarme false, operarea cu informații șoc și falsuri informaționale (documente fabricate, insinuări etc.), generalizarea la nivel global a insecurității și a neîncrederii; utilizarea în mod deliberat, sistematic și concret a unor mijloace de natură să provoace teroarea în vederea atingerii unor scopuri criminale; intimidarea prin acte de cruzime, răpire, asasinat sau alte forme ale violenței oarbe etc. Dintre acestea, cel mai dur este efectul psihologic al operațiilor teroriste.

Operațiile psihologice vizează omul, psihicul acestuia, dar și grupurile umane aparținând atât populației civile, cât și forțelor armate. Operațiile psihologice vizează procesele cognitive, afective și volitive, modificarea sentimentelor, producerea unor emoții puternice și supunerea voinței individuale sau colective; toate acestea au loc la cele mai profunde niveluri ale conștiinței (nu se văd) și se materializează în *efecte* (care sunt vizibile)⁸. *Cauza* aparține agresorului, care prin operații sistematice și abil dirijate deformează realitatea percepută de țintă, creează unele stereotipuri deformate de gândire (eventual chiar o paralizează) și substituie convingerile și proporțiile reale prin altele false. Toate acestea au impus intensificarea preocupărilor armatelor în direcția completării doctrinelor militare cu măsurile necesare în vederea *protecției efectivelor proprii* împotriva acestui gen de operații, prin care să se împiedice intențiile, să se blocheze mijloacele și să se minimalizeze efectele agresorului⁹.

De asemenea, operațiile psihologice se bazează pe empatia planificatorilor cu grupul țintă selectat, prin valorificarea unor studii de zonă privind cultura, religia, tradițiile, istoria etc. sau prin analiza și selecția unor mass-media acceptate și credibile din punct de vedere al grupului țintă respectiv. Totodată,

operațiile psihologice trebuie să se integreze în cadrul concepției generale a operației, să se bazeze pe adevăr și, în măsura posibilităților, pe date și fapte concrete. Minciuna și informația falsă reduc credibilitatea acestora și compromit rezultatul operației, precum și îndeplinirea obiectivelor acesteia; adevărul și credibilitatea atât a sursei, cât și a conținutului mesajului operațiilor psihologice. Se poate afirma cu certitudine că succesul sau eșecul operațiilor psihologice este dependent de cantitatea și calitatea informațiilor primite. Ele sunt necesare la toate nivelurile (strategic, operativ, tactic) și pe toată durata întregului proces al campaniei de operații psihologice, începând cu analiza misiunii primite și terminând cu evaluarea acestei campanii.

Produsul de operații psihologice reprezintă acel suport material conceput în cadrul structurilor de operații psihologice, prin care mesajele sunt transmise către audiențele țintă¹⁰. Produsele de operații psihologice se împart în trei categorii: produse vizuale, produse audio, produse audiovizuale.

În cadrul tipurilor de produse vizuale utilizate în procesul persuasiv, se înscriu toate materialele tipărite: afișe, foi volante, manifeste, bilete de mană, pliante, ziare, reviste, broșuri, cărți, pancarte etc., precum și diversele articole de uz personal care conțin mesaje scrise: tricouri, șepci, cravate, brelocuri, brichete, cutii de chibrituri, cărți de joc, nasturi, stegulețe etc.

Produsele audio pot fi mesaje, anunțuri, știri, interviuri, discursuri, muzică, transmisiuni directe, adică tot ce se difuzează prin stații de radiodifuziune sau instalații de radioamplificare.

Produsele audiovizuale pot fi video-clipuri, filme, documentare, știri, interviuri, reportaje, transmisiuni directe, transmise prin televiziune.

Orice acțiune psihologică de influențare capătă particularități distincte în funcție de: contextul politic în care se desfășoară operațiile (opinie publică internă/internațională favorabilă/nefavorabilă); starea care se acționează (pace, criză, război); nivelul la care se desfășoară aceste operații (strategic sau operativ, tactic); obiectivele și misiunile structurii în sprijinul căreia operează; caracterul, amploarea și tipul operațiilor trupelor proprii, aliate sau inamice; capacitățile proprii de operații psihologice; capacitățile și operațiile întreprinse de structurile de operații psihologice inamice; restricțiile și constrângerile de timp și spațiu; rezultate anterioare.

În funcție de mijloacele avute la dispoziție și de obiectivele urmărite, pentru desfășurarea operațiilor de protecție a personalului împotriva influențării psihologice desfășurată de agresor se utilizează metode adecvate¹¹.

degrabă altor interesele, decât cele ale publicului. Vulnerabilitatea aceasta pornește și de la aviditatea cu care, dorind să obțină un maxim de efect asupra opiniei publice, pot crea teamă, anxietate, tulburare,

CORELAȚIA DINTRE MIJLOACELE DE COMUNICARE ȘI METODELE DE PROTECȚIE PSIHOLIGICĂ

MIJLOACE	METODE FOLOSITE
Orale	- comunicarea directă (prin viu grai); - comunicarea prin telefon; - convorbirea; ședință, conferință, întâlniri
Scris (prin intermediul hârtiei): adrese, scrisori, puncte de vedere, solicitări, note informative, rapoarte, ziare, reviste, broșuri, cărți, afișe, foi volante etc.	- documente oficiale, - discursul, interviul, conferințe de presă a liderilor politici și militari, a legilor, decretelor, normelor de politică internă și externă etc.
Vizuale cuprind: - suporturi vizuale: planșa, macheta, fotografia, graficul, pelicula de film, folia, slide-uri, postere; - aparate de proiecție.	- imaginea.
Audio: - mijloace tehnice: stații de radio-emisie, radiointerceptare, receptoare radio, stații de amplificare, mașina de reportaj, studioul mobil de montaj, casetofon, reportofon. - suporturi: discul, banda magnetică, caseta audio, CD-ROM, DVD etc.	- proiecțiile de filme (artistice, documentare, de actualități, didactice); - emisiunea T.V.; - interviul; - dezbateră; - comentariul etc.
Audio-video: stație de emisie, rețea de cabluri, fibre torsionate, coaxiale, optice, PC-ul etc.	- teledistribuția; - programele prin satelit; - videografia (Internetul, Intranetul etc.)
Mijloace materiale și mijloace financiare.	- recompensele în bani; - cadourile (obiecte: șepci, pixuri, tricouri); - însemne, decorații și distincții; - ajutoarele materiale și financiare pentru răniți și familiile celor căzuți în luptă etc.

Astfel, corelația dintre mijloacele de comunicare și metodele de protecție psihologică dintre mijloacele de comunicare și metodele de protecție psihologică, descrisă de către Constantin Hariuc¹² și adaptată la schimbarea mediului strategic contemporan, după cum reiese din tabelul următor:

Mass-media este mult prea ușor manipulabilă și poate deveni chiar mijloc declanșator al conflictelor¹³. Pentru că dincolo de rolul lor de a anunța publicului informațiile de care acesta are nevoie și este îndreptățit să afle, în disperarea lor după senzațional și audiență servesc mai

nesiguranță, neliniște și panică, un impact puternic asupra civililor și chiar guvernelor, de exemplu, reportajele care transmiteau de la fața locului consecințele atacurilor de la 11 septembrie 2001.

Răspândirea pe toate canalele (media, Internet) a informațiilor false, abil fabricate, a zvonurilor, corupției fac și mai dificilă apărarea psihologică și identificarea vulnerabilităților. De aceea se impune o colaborare strânsă între toate organismele (Guvern, structurile de Intelligence, MAI, MAE, DGIA etc.) pentru o informare corectă, reală, prin date și informații adaptate la schimbarea mediului strategic



contemporan și prin evaluarea consecințelor probabile a situațiilor persuasive, intenționate sau accidentale care pot genera haos. Astfel, noile tipuri de confruntări, hibride, sporesc efortul psiho-fizic al militarilor în teatrul de operații, solicitându-le capacități adaptative mult mai flexibile și avansate, abilități cognitive și intelectuale superioare și o personalitate puternică.

NOTE:

- 1 Piotr Wierzbicki, *Structura minciunii*, Editura Nemira, București, 1996, p. 8.
- 2 Irina Stănciugelu, *Măștile comunicării de la etică la manipulare și înapoi*, Editura Tritonic, București, 2009, p.187.
- 3 *Ibidem*, pp. 19, 55, 70, 134.
- 4 Doina Bumbuț, *Contracararea efectelor influențării psihologice în operațiuni militare altele decât războiul*, Editura AISM, București, 2001, p. 8.
- 5 <http://buletinul.unap.ro/pagini/pdf/buletin-2-2009.pdf>
- 6 Coord. Marian Mitea, Vasile Mihai, *Acțiunile psihologice dincoace de mit și legendă*, Academia de Înalte Studii Militare, București, 1981, p. 15.
- 7 <http://buletinul.unap.ro/pagini/pdf/buletin-2-2009.pdf>, p. 400.
- 8 *Ibidem*.
- 9 *Ibidem*.
- 10 Constantin Hariuc, *Protecția împotriva agresiunii psihologice*, Editura Militară, București, 1994, p. 115.
- 11 *Ibidem*, p. 115.
- 12 *Ibidem*, p.115.
- 13 Cristian Delcea, *Psihologia terorismului – studiu psihologic asupra teroriștilor*, Editura Diversitas, București, 2006, p. 53.

BIBLIOGRAFIE

- Bumbuț Doina, *Contracararea efectelor influențării psihologice în operațiuni militare altele decât războiul*, Editura AISM, București, 2001.
- Delcea Cristian, *Psihologia terorismului – studiu psihologic asupra teroriștilor*, Editura Diversitas, 2006.
- Ficeac Bogdan, *Tehnici de manipulare*, Editura Nemira, București, 1997.
- Frunzeti Teodor, *Managementul manipulării*, în Revista Infocom, nr. 1/1999, București.
- Gina Stoiciu, *Orientări operaționale în cercetarea comunicării de masă*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1981.
- Golu Pantilimon, *Psihologie socială*, Editura Hyperion, București, 2000.
- Hariuc Constantin, *Protecția împotriva agresiunii psihologice*, Editura Militară, București, 1994.
- Mugny G., Perez J.A., *Strategii de influență socială și de persuasiune*, în *Psihologie socială – aspecte contemporane*, Editura Polirom, Iași, 1996.
- Stănciugelu Irina, *Măștile comunicării de la etică la manipulare și înapoi*, Editura Tritonic, București, 2009.
- Wierzbicki Piotr, *Structura minciunii*, Editura Nemira, București, 1996.
- <http://buletinul.unap.ro/pagini/pdf/buletin-2-2009.pdf>