

NOILE HAINE ALE PROPAGANDEI (IV)

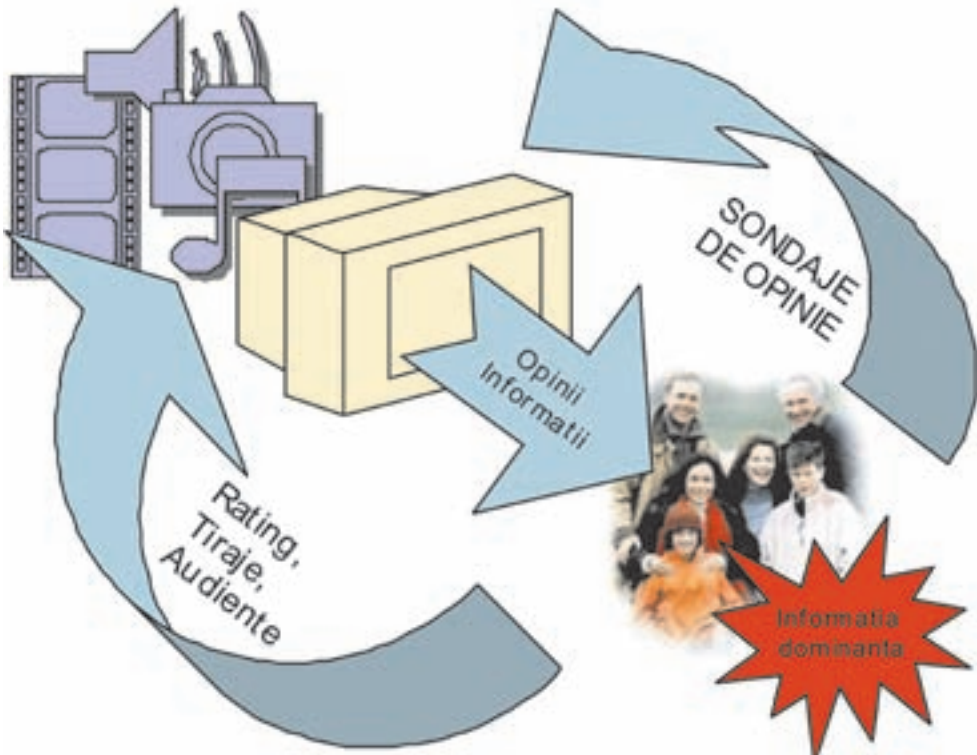
✎ Colonel dr. Călin HENTEA

Creșterea eficacității operațiilor informaționale și a celor psihologice este cu atât mai dificil de obținut cu cât, până în prezent, științele sociologice și ale psihologiei de masă nu oferă instrumente de măsurare a efectelor, a rezultatelor unor astfel de acțiuni. Eventualele consecințe ale INFO OPS și PSYOPS sunt sesizabile doar pe termen mediu și lung și încă nu poate fi stabilită științific între acestea o relație de tip cauză-efect.

dovedit ineficacitatea în timpul conflictului din 1999 dintre NATO și Iugoslavia, dar și de-a lungul diferitelor faze ale războiului împotriva terorismului, drept pentru care am introdus conceptul de *informație dominantă*: acele date și informații referitoare la o temă, un subiect, o problemă de interes general pentru majoritatea membrilor unei anumite colectivități și prin a căror gestiune se pot obține reacții predeterminate, schimbări atitudinale sau

cantitativă, putea fi ușor dobândită și menținută printr-o investiție corespunzătoare în tehnică și forță umană. În concluzie, ceea ce propunem nu este cucerirea și menținerea superiorității informaționale, ci comanda și controlul informației dominante.

În mod corespunzător, ceea ce propunem în locul modelului operațiilor informaționale sunt operațiile de influențare (identice ca denumire, dar diferite în conținut de modelul doctrinar american din 2005). Ceea ce noi vom înțelege prin operații de influențare se referă la acele activități premeditate și concrete, militare sau nu, purtătoare a unui anumit mesaj susținut prin cuvinte, sunete și imagini, în scopul influențării într-un sens anume a unei audiențe-țintă desemnată. Operațiile de influențare reprezintă acele acțiuni planificate și întreprinse de un organism militar sau civil (public sau privat) ce acționează în beneficiul unui factor de putere, destinate comenzii și controlului informației dominante pentru o anumită audiență țintă aprobată. Ideea de la care am plecat a fost aceea că audiențele-țintă ale viitorului previzibil vor fi din ce în ce mai necesar și mai greu de convins și de aceea vorba trebuie precedată de fapta concretă. Oamenii vor trebui mai întâi să vadă și să audă ei înșiși „fapta sau gestul-argument”, care abia apoi va fi susținut, dezvoltat, nuanțat sau orientat de către sponsor, prin vorbe, în sensul dorit de schimbare a atitudinilor, comportamentului, percepțiilor avute în vedere. Pe de altă parte, fapta sau gestul care precede vorba trebuie să se înscrie în cadrul informației dominante pentru audiența-țintă respectivă, altfel se va consuma în gol.



Pentru a putea formula soluții de revigorare a eficacității conceptelor de operații informaționale, este nevoie nu doar de identificarea lucidă a limitelor și vulnerabilităților acestora, dar și de prefigurarea coordonatelor viitoare posibile în care se vor desfășura acestea:

- persistența unor decalaje substanțiale între nivelurile de civilizație ale popoarelor (de genul Afganistan/Staatele Unite) în condițiile acutizării competițiilor pentru resurse vitale;

- multiplicarea nucleelor regionale de producție mediatică, simultan cu tendința de grupare corporatistă și multinațională a acestora;

- mijloace tehnice de difuzare și recepție mediatică din ce în ce mai performante și mai accesibile la nivelul cetățenilor;

- tehnologia comunicațiilor aflată la dispoziția militarilor armatelor marilor puteri va permite interferențe masive și consistente în sistemele naționale de televiziune și radio, astfel încât vor fi posibile nu doar transmiterea propriilor mesaje, dar și parazitarea sau interzicerea celor nefavorabile forței respective, creându-se astfel premisele tehnologice pentru o cenzură mediatică aplicată cel puțin temporar la nivelul unui teritoriu desemnat;

- creșterea nivelului general de alfabetizare clasică și informatică a cetățenilor, simultan cu o scădere a solidității și profunzimii cunoștințelor de cultură generală, în favoarea celor de specialitate, cu referință locală și aplicabilitate imediată;

- creșterea gradului de susceptibilitate a maselor față de discursul sau mesajul oficial și trecerea informațiilor primite prin filtrul cultural și emoțional al fiecărui receptor;

- presiuni crescând din partea opiniei publice mondiale pentru reducerea spre zero a victimelor conflictelor armate, simultan cu creșterea preponderenței utilizării armelor de tip nonletal în acțiunile cinetice pentru cucerirea minții și a sufletelor unor audiențe-țintă, în scopul gestionării diferitelor conflicte sau crize.

Pe de altă parte, conceptul central, cel de superioritate informațională pe baza căruia au fost dezvoltate operațiile informaționale, și-a

comportamentale ale membrilor respectivei audiențe-țintă. Informația dominantă se deosebește de superioritatea informațională, la fel cum ideea de calitate se deosebește de ideea de cantitate. Informația dominantă se referă la conținut, la fond, la adâncime și nu la dimensiune, diversitate, formă. Informația dominantă este cea care asigură conexiunea intimă a celui ce o difuzează (eventual a celui care o creează) și o controlează, cu universul cultural, psihosocial și chiar conjunctural al colectivității-țintă. O informație nu poate deveni dominantă, adică nu poate atrage atenția unei colectivități dacă nu este legată, ancorată în universul acesteia. Informația dominantă este mult mai greu de cuantificat fiind un item predominant calitativ, în comparație cu superioritatea informațională prin natura sa

corespunzător acestei re poziționări dintre faptă și vorbă, pentru aplicarea conceptelor de informație dominantă și operații de influențare, organismul militar va trebui să se restructureze, astfel încât să poată asigura noul echilibru dintre acțiunile clasice cinetice și cele de influențare. Vechea formulă de stat major întrunit va asigura operațiile cinetice așa cum le cunoaștem, dar acestea vor trebui conjugate de la egal la egal cu cele de influențare, sub arbitrajul (comanda și controlul) direct al comandantului, atunci când ele sunt îndreptate asupra audienței țintă, fie aceasta militară sau civilă. Serviciile de informații și operații speciale vor trebui să „deservească” în egală măsură planificatorii celor două mari structuri astfel încât informația dominantă să devină eficace, să lucreze în mod corespunzător.



Cronica TV



✎ Benone NEAGOE
benoneneagoe@presamil.ro

Deschiderea pe care ne-o dă statutul de cetățeni europeni ne obligă să avem o atenție mai mare asupra evenimentelor de anvergură mondială într-o epocă a globalizării.

Summitul NATO din 2-4 aprilie 2008 este de departe cel mai important eveniment de politică externă organizat la București în ultimele decenii.

Deși este un domeniu mai puțin atractiv pentru publicul larg, conducerea Televiziunii Române a hotărât să se implice în această reuniune la nivel înalt, declarându-se partener oficial media.

Dosarele NATO

Telespectatorii *Canalului 1* și *România Internațional* vor beneficia astfel, din partea instituției din Calea Dorobanților, de o mobilizare fără precedent. Emisiuni care să ne intereseze direct, prezentate modern, au început deja să fie difuzate în transmisii *live* sau înregistrate, în cadrul campaniei de informare *Dosarele NATO*. Aceasta cuprinde o serie de documentare dedicate prezentării Alianței Nord-Atlantice, interviuri cu personalități politice importante ce vor fi prezente la eveniment, materiale filmate sintetic, dinamic, sub forma unor fișe de prezentare.

Claudiu Lucaci, coordonatorul editorial al campaniei, împreună cu realizatorii Roxana Ionici, Nicolae Melinescu, Dragoș Tăbăran, Gabriela Avram, Horia Grușcă și Luca Niculescu, prezintă prin intermediul filmelor documentare *O alianță istorică*, *Valurile extinderii*, *Armatele NATO*, *Forța de Reacție*, *Operațiuni militare*, *Foștii inamici*, *Umbrela NATO*, *2020 unde vom fi?* istoricul, rolul, provocările și viitorul Alianței. Documentarele vor putea fi urmărite în fiecare sâmbătă, de la ora 13.30, și începând din 3 martie, în fiecare luni, de la ora 22.00, pe *Canalul România 1* și pe *TVR Internațional*.

Trustul de Presă al Ministerului Apărării s-a implicat și el în această misiune, realizând în studioul de televiziune al Cartierului General al NATO, de la Bruxelles, o suită de interviuri cu lideri din conducerea Alianței. Acestea vor fi difuzate, pe aceleași canale, *TVR 1* și *România Internațional*, începând de săptămâna viitoare, luni 25, marți 26 și miercuri 27 februarie, la ora 9.45, și vor continua până la sfârșitul lunii martie, sub genericul *Avanpremieră la Summitul NATO*.

Vă invităm să le urmăriți.