

PARTICULARITĂȚI ALE RĂZBOIULUI PSIHOLAGIC PE FACEBOOK ÎN ROMÂNIA

Vectori narativi, tactici manipulative și resorturi psihologice analizate prin Teoria haosului, Picătura chinezească și Efectul fluturelui

Teza urmărește modul concret în care războiul psihologic poate fi observat și analizat în postările care circulă pe Facebook în România. Manipularea și dezinformarea în mediul online sunt deja bine documentate, așa că am încercat să înțeleg în detaliu cum este construită o postare manipulativă: ce narațiune transmite, prin ce tehnici este pusă în mișcare și ce vulnerabilități psihologice încearcă să exploateze.

De aici a rezultat schema de analiză tridimensională, $V \times T \times RP$. Vectorii narativi (V) arată ce se spune, tacticile manipulative (T) arată cum este livrat mesajul, iar resorturile psihologice (RP) urmăresc de ce poate funcționa acesta asupra receptorului. Am încercat astfel să desfac postarea în componentele sale și să analizez în același timp tema, construcția și mecanismul psihologic vizat.

Tema este importantă și prin situația particulară a României. Țara are cea mai lungă frontieră cu Ucraina dintre statele membre NATO și UE și se află lângă un conflict hibrid în care operațiile informaționale și psihologice sunt permanente. Limba comună cu Republica Moldova permite circulația foarte ușoară a unor materiale între cele două spații, iar peste aceste elemente geopolitice se suprapun vulnerabilități interne, printre care neîncrederea în instituții, informarea de pe rețelele sociale, nivelul redus de alfabetizare media, analfabetismul funcțional și existența unor nemulțumiri și frustrări sociale care pot fi ușor integrate în construcții manipulative.

Am ales Facebook ca platformă de cercetare datorită numărului mare de utilizatori, caracteristicilor sale tehnice și sociale, dar și relevanței sale electorale în România. Platforma favorizează formarea comunităților, distribuirea rapidă a conținutului și apariția camerelor de ecou, iar algoritmul amplifică mesajele care provoacă reacții puternice. În plus, Facebook este folosit mai mult de persoane mature, care sunt mai active la vot și au o capacitate mai mare de a influența opiniile politice ale celor din jur. Din aceste motive, consider că Facebook încă rămâne cea mai importantă platformă socială pentru analize socio-politice și electorale în România.

În partea teoretică am urmărit războiul psihologic și informațional, propaganda, dezinformarea și mecanismele cunoscute ale influenței. Teorii precum Agenda-Setting, Framing, Spirala Tăcerii sau Gatekeeping-ul sunt utile pentru explicarea unor procese care au existat și înaintea rețelelor sociale, însă în mediul digital actual acestea sunt puternic influențate de algoritmi și de viteza foarte mare de circulație a informației. Nu am construit însă cercetarea în jurul acestor teorii clasice, ci am folosit trei repere conceptuale și metaforice împrumutate din alte domenii (tortură/psihologie, matematică/fizică și meteorologie) pentru a analiza datele: Picătura chinezească, Teoria haosului și Efectul fluturelui.

Picătura chinezească descrie mecanismul repetiției. O singură postare poate avea un efect redus, însă repetarea acelorași idei, pe mai multe surse și pe o perioadă mai lungă de timp, poate produce familiarizare și sedimentare. Teoria haosului este folosită pentru a analiza imprevizibilitatea evoluției unei postări într-un sistem complex în care intervin algoritmul, momentul publicării,

starea publicului și numeroși alți factori. Efectul fluturului urmărește diferențele dintre postările care rămân la un nivel obișnuit de engagement și cele care ajung să se viralizeze.

Cercetarea a fost construită în jurul a patru întrebări. Q1 urmărește identificarea vectorilor narativi, tacticilor și resorturilor psihologice dominante. Q2 verifică dacă acestea formează combinații și profile repetitive. Q3 urmărește evoluția narativelor în timp și relația lor cu evenimentele din perioada analizată. Q4 verifică în ce măsură cele trei metafore pot explica rezultatele empirice. În legătură cu acestea am formulat trei ipoteze. H1 presupune că, dacă funcționează mecanismul Picăturii chinezești, trebuie să existe vectori narativi care se repetă pe mai multe surse și pe întreaga perioadă. H2 presupune că scorul de complexitate al unei postări nu poate prezice bine engagementul dacă viralizarea depinde într-o mare măsură de mediul extern. H3 presupune că postările virale trebuie să aibă o construcție $V \times T \times RP$ diferită de cele care nu se viralizează.

Metodologia cercetării

Corpusul este format din 843 de postări de Facebook, colectate manual între 1 ianuarie și 28 februarie 2026. Dintre acestea, 788 provin din 16 surse fixe monitorizate sistematic, iar 55 au fost identificate în feedul contului construit și utilizat pentru cercetare. Perioada acoperă 59 de zile, împărțite în nouă săptămâni.

Fiecare postare a fost analizată pe baza unei scheme cu 148 de categorii, formate din 40 de vectori narativi, 34 de tactici manipulative și 74 de resorturi psihologice. Aplicarea schemei asupra întregului corpus a produs 17.707 coduri individuale, dintre care 2.612 vectori, 5.978 tactici și 9.117 resorturi psihologice, adică în medie aproape 21 de coduri pentru fiecare postare.

Pe lângă codarea principală, am stabilit pentru fiecare postare emoția dominantă vizată, scorul de complexitate, rata de engagement, clasificarea ca picătură sau fluture, prezența unor intervenții realizate cu inteligență artificială, legătura cu evenimentele perioadei și redundanța cross-sursă.

Scorul de complexitate, notat SC, este suma numărului de vectori, tactici și resorturi identificate într-o postare. Nu îl consider o măsură universală a manipulării, ci un indicator construit pentru comparațiile din această cercetare.

Codarea a fost realizată printr-o metodă hibridă parțial inovativă, de triangulare și convergență a trei sisteme AI diferite, Claude, ChatGPT și Gemini, în varianta lor de performanță maximă la momentul respectiv, urmată de moderare și arbitraj umană. Pentru fiecare postare au fost folosite trei prompturi diferite, câte unul pentru fiecare dimensiune V, T și RP, iar fiecare prompt a fost rulat separat cu cei trei asistenți AI. Au rezultat astfel nouă sesiuni de analiză/codare AI cu moderare umană pentru fiecare postare.

Am construit această metodă deoarece folosirea unui singur sistem AI introducea un risc prea mare ca biasurile specifice aceluia model să influențeze rezultatul. În practica de codare au apărut diferențe de sensibilitate și viziune între sisteme: Gemini avea tendința să codifice mai larg, Claude era mai restrictiv, iar ChatGPT se situa în general între ele. Diferențele erau preponderent de prag și mai rar de interpretare complet diferită. Moderarea umană a rămas obligatorie mai ales pentru context local, ironie, caricaturi, subtilități, sens politic etc.

Principalele rezultate

Harta generală arată o concentrare destul de mare a conținutului în jurul unui număr redus de teme. Cei mai prezenți vectori sunt V34 - Cultul liderului salvator și mesianic, V03 - Incompetența sistemică, V38 - Corupția, V02 - Trădarea interesului public, V01 - Rețelele informale de decizie/Statul paralel, V21 - Autonomie și suveranitate și V06 - Probleme economice. V34 apare în aproape o treime dintre postări, iar grupul anti-sistem format în principal din V03, V38, V02 și V01 ocupă o parte foarte mare din corpus.

Rezultă o construcție în care prezentul politic și instituțional este descris repetat în termeni de incompetență, corupție, trădare sau control ocult, în timp ce în paralel este construită imaginea liderului capabil să ofere alternativa. La nivel tactic, cele mai frecvente mecanisme includ manipularea materialului vizual, provocarea deliberată, construirea unei narațiuni alternative, titlul înșelător, impunerea unei variante unice de adevăr și manipularea semantică. La nivel psihologic, apar foarte des indignarea morală, admirația și idealizarea, atribuirea de rea-voință, disprețul, nevoia de simplitate, coeziunea prin dușman comun, frustrarea și atracția pentru șocant.

Analiza combinațiilor $V \times T \times RP$ a dus la identificarea a cinci rețete de manipulare, care acoperă împreună 90,3% din corpus. Rezultatul este important pentru că cei 40 de vectori, 34 de tactici și 74 de resorturi psihologice pot forma 100.640 de triplete $V \times T \times RP$. Dintre acestea, în corpus apar efectiv 47.995, iar primele zece triplete reprezintă numai 0,6% din apariții. Dacă analiza s-ar opri aici, manipularea ar putea părea extrem de diversă și lipsită de structură. Când combinațiile sunt însă analizate la nivel de profile mai largi, cinci familii explică aproximativ nouă din zece postări.

Prima rețetă, Denunțul moral-indignat, cuprinde 305 postări, respectiv 36,2% din corpus. Ea atacă instituții, politicieni sau adversari prin teme de incompetență, corupție și trădare și se bazează psihologic mai ales pe indignare, dispreț, frustrare și atribuirea de rea-voință. Furia este emoția dominantă.

A doua rețetă, Cultul liderului salvator, apare în 214 postări, adică 25,4%. Aici accentul cade pe construirea unei figuri pozitive, prezentate ca protector, lider moral și soluție la problemele descrise de restul conținutului. Speranța este emoția dominantă în 47% dintre postările acestei rețete, iar mândria în 44%. Primele două rețete reprezintă împreună 61,5% din corpus, iar relația dintre ele este importantă deoarece una delegitimează adversarul și sistemul existent, în timp ce cealaltă construiește alternativa.

A treia rețetă este Frica existențială, cu 120 de postări, adică 14,2%, unde teme precum războiul, colapsul, problemele economice și decadența sunt livrate predominant prin frică. Conspirația globalistă, prezentă în 78 de postări, adică 9,3%, este cea mai complexă dintre cele cinci și explică evenimente diferite prin ideea existenței unor forțe ascunse care acționează din umbră. Nostalgia restauratoare, cu 44 de postări, 5,2%, este cea mai simplă ca structură și valorifică trecutul idealizat, tristețea fiind emoția dominantă în 59% dintre cazuri.

Analiza temporală arată că există două moduri principale de funcționare. Un grup de vectori rulează relativ constant, indiferent de evenimente, în timp ce alții reacționează mult mai puternic

la contextul momentului. Dintre cei 25 de vectori suficient de frecvenți pentru o analiză stabilă, cinci au fost clasificați ca fiind constanți, 13 ca reactivi, iar șapte s-au situat între cele două categorii. Stratul constant apare în 73,1% dintre postări, iar cel reactiv în 65,8%. În 43,2% dintre postări apar simultan elemente din ambele categorii.

Această diferență se vede bine în evoluția anumitor teme. Problemele economice cresc în săptămânile legate de taxe, decadența occidentală reacționează la evenimente economice sau geopolitice, iar colapsul sistemic urcă în săptămâna în care inflația devine subiect major. În același timp, teme precum liderul salvator, corupția sau suveranitatea sunt prezente continuu.

Verificarea ipotezelor

H1, legată de Picătura chinezească, este confirmată. Din cei 40 de vectori, 37 îndeplinesc criteriile de recurență stabilite în cercetare. Mai important, șapte vectori centrali - V34, V03, V38, V02, V01, V21 și V06, apar pe toate cele 16 surse fixe plus feed și în toate cele nouă săptămâni analizate. Împreună reprezintă 49,7% din toate aparițiile de vectori. Rezultatul arată că există un fond narativ care se repetă cu o regularitate foarte mare. Cercetarea demonstrează această recurență dar nu și existența unei coordonări conștiente între toate sursele, pentru care ar fi necesare alte metode, în special analiza de rețea.

H2, legată de Teoria haosului, este confirmată nuanțat. Scorul SC are media 21,01, iar relația lui cu rata de engagement este slabă și explică numai o parte mică din variația engagementului. Restul ține atât de factori externi: algoritmul, momentul publicării, evenimentele, comportamentul publicului etc, cât și de elemente ale conținutului pe care scorul SC nu le surprinde.

Analiza pe grupe a scos însă la iveală un prag foarte interesant în jurul valorii SC=20. Sub acest nivel, rata de viralizare este în jur de 23%, iar peste el sare la aproximativ 42%. Engagementul median crește de la 0,35-0,58 la 1,75-2,29. Pragul nu este o regulă universală și nu garantează viralizarea, dar în corpus marchează o schimbare clară a probabilității.

H3, legată de Efectul fluturului, este tot confirmată nuanțat. Din cele 843 de postări, 275 au fost clasificate ca fluturi, cu engagement peste 3%, iar 568 ca picături. Între cele două grupuri apar diferențe clare în distribuția emoțiilor. Mândria crește de la 10,6% în picături la 24% în fluturi, Speranța de la 13,2% la 23,6%, iar Tristețea de la 4,2% la 10,5%. Frica scade de la 15,5% la 3,6%, iar Furia de la 33,1% la 26,2%. Aceste diferențe arată că postările cu engagement ridicat au un profil emoțional distinct față de cele cu engagement redus.

V34 - Cultul liderului salvator apare în 52,7% dintre postările virale, față de 23,2% dintre picături. RP54 - Admirația/Idealizarea crește de la 24,8% la 58,5%, iar tacticile de construire a protectorului, estetizarea autorității și legitimarea autoritarismului sunt și ele mult mai prezente în postările virale. SC mediu este 22,44 pentru fluturi și 20,32 pentru picături, ceea ce arată că diferența de complexitate există, dar este mult mai mică decât diferențele de compoziție. Contează, prin urmare, nu numai câte elemente sunt folosite, ci mai ales care sunt acestea.

Interpretarea trebuie făcută însă cu atenție. Combinația V34 cu Speranța sau Mândria reprezintă 40,7% dintre fluturii din corpus și este concentrată în principal în jurul lui Călin Georgescu și, ocazional, George Simion. Aceste postări au o suprapunere cross-sursă și un engagement mediu

mai mari decât restul fluturilor, ceea ce face plauzibilă ipoteza unei amplificări coordonate, fără ca metoda folosită să poată demonstra direct existența acesteia.

Contribuțiile originale ale cercetării

Consider că această secțiune este una dintre cele mai importante ale tezei, pentru că aici se vede ce adaugă cercetarea față de ceea ce exista deja în literatura de specialitate. Contribuțiile sunt teoretice, metodologice și empirice, iar cele trei sunt legate între ele.

Prima contribuție teoretică este reunirea Picăturii chinezești, Teoriei haosului și Efectului fluturului într-un singur cadru de analiză. Metaforele nu au rămas la nivel de comparații explicative, ci au fost legate de variabile concrete și testate pe corpus. Picătura a fost verificată prin recurența vectorilor în timp și pe surse, Haosul prin relația dintre scorul de complexitate și engagement, iar Fluturile prin comparația profilului $V \times T \times RP$ dintre postările virale și cele care rămân picături. Cele trei explicații nu se exclud, ci descriu părți diferite ale fenomenului și se completează.

Din combinarea impactului cu scorul de complexitate rezultă și o clasificare în patru tipuri de postări: picătură simplă, picătură densă, viral simplu și viral dens. Această clasificare permite separarea între complexitatea construcției și rezultatul obținut și arată că o postare poate fi foarte densă fără să devină virală sau poate ajunge virală chiar cu un scor mai redus. Modelul a fost construit și verificat în condițiile acestui corpus și nu îl prezintă ca regulă generală, dar consider că logica este bună și poate fi aplicată și altor rețele sau tipuri de conținut, cu calibrările necesare.

A doua contribuție importantă este schema tridimensională $V \times T \times RP$, cu cele 148 de categorii. Ea permite analiza aceleiași postări simultan pe conținut, tehnică de livrare și mecanism psihologic. Granularitatea este mare, dar tocmai acest lucru a permis identificarea unor relații care ar fi fost greu de observat într-o codare simplificată. Schema nu stabilește dacă informația este adevărată sau falsă și nici nu măsoară direct efectul asupra oamenilor, pentru acestea sunt necesare alte niveluri de analiză. Ea arată cum este construit mesajul și ce încearcă să activeze.

Contribuția metodologică este completată de o procedură de triangulare și convergență a codării, realizată prin trei sisteme AI, în nouă sesiuni distincte pentru fiecare postare, cu moderare umană la fiecare etapă. Am folosit AI nu pentru a lua decizia finală, ci pentru a produce analize paralele care puteau fi comparate. Consider că această metodă hibridă oferă un model util pentru cercetări în care volumul de date este prea mare pentru o codare exclusiv manuală realizată de un singur cercetător, dar conținutul este prea complex pentru a fi lăsat integral unei procesări automate. Procedura este descrisă în detaliu tocmai pentru a putea fi verificată, criticată, repetată și îmbunătățită în alte cercetări.

Contribuția empirică este dată de cartografia construită pe cele 843 de postări și cele 17.707 coduri aplicate. Din această analiză rezultă șase descoperiri pe care le consider importante.

Prima este existența unui nucleu de șapte vectori principali: V34, V03, V38, V02, V01, V21 și V06. Cel puțin unul dintre aceștia apare în 699 dintre cele 843 de postări, adică în aproximativ 83% din corpus, iar toți sunt prezenți pe întreaga perioadă.

A doua este diferența dintre picături și fluturi. 67,4% dintre postări sunt picături și 32,6% sunt fluturi. Postarea picătură tipică are un engagement de aproximativ 0,28%, iar postarea fluture tipică 8,94%, ceea ce înseamnă un raport de aproximativ 32 la 1. Procentul mare de postări virale nu trebuie generalizat la întreg Facebook-ul românesc, pentru că sursele monitorizate au un public politic foarte activ și există și posibilitatea amplificării artificiale a unei părți din conținut.

A treia descoperire este pragul din jurul $SC=20$, de la care rata de viralizare aproape se dublează. Rezultatul este important tocmai pentru că relația dintre complexitate și engagement nu apare clar printr-o corelație liniară. Conținutul mai dens nu produce automat rezultate mai bune, dar sub și peste acest prag apar două regimuri diferite de performanță.

A patra descoperire este existența unui profil distinct al postărilor virale. Acestea folosesc mult mai frecvent V34, RP54, construirea protectorului, estetizarea autorității, Speranța și Mândria. În același timp, Frica, suspiciunea și unele tactici de atac sunt mai puternic asociate cu postările picătură. Diferențele arată că viralizarea observată în perioada cercetată nu se distribuie uniform între toate formele de manipulare.

A cincea descoperire privește ceea ce am numit cupluri-semnătură între vectori și resorturi psihologice. Unele narațiuni se leagă foarte stabil de anumite vulnerabilități. V34 - Liderul salvator se asociază cu RP54 - Admirația/Idealizarea în aproximativ 88% dintre cazurile în care apare. V33 - Conspirația globalistă se leagă de RP51 - Orchestrarea generalizată în aproximativ 89%, V06 - Probleme economice de RP48 - Aversiunea la pierdere în aproximativ 88%, iar V16 - Amenințarea războiului de RP13 - Frica în aproximativ 84%. V25 - Nostalgia economico-socială este legat la rândul său foarte puternic de RP67 - Nostalgia. Aceste rezultate sugerează că legătura dintre narațiune și resortul psihologic este uneori mai stabilă decât relația dintre narațiune și tactica folosită pentru livrare.

A șasea descoperire este dinamica pe două straturi, unul constant și unul reactiv. Primul menține în circulație temele ideologice de bază, în timp ce al doilea exploatează evenimentele momentului. Cele două nu funcționează separat, ci apar simultan într-o parte importantă a corpusului. Astfel, aceleași teme de fond sunt păstrate în timp, dar sunt legate rapid de taxe, inflație, război, declarații politice sau alte subiecte apărute în agenda publică.

Implicații, limite și direcții viitoare

Rezultatele au implicații și pentru securitatea informațională, pentru că manipularea nu poate fi combătută doar prin măsuri tehnice sau instituționale. Educația media rămâne importantă, dar cred că trebuie completată cu noțiuni de psihologie de bază, deoarece manipularea exploatează reacții umane firești, iar oamenii ar trebui să înțeleagă măcar mecanismele prin care repetiția, emoția, biasurile cognitive sau confirmarea propriilor convingeri le pot influența judecata.

Instituțiile trebuie, în același timp, să comunice mai repede și mai clar. Narațiunile manipulative sunt scurte, vizuale, emoționale și adaptate canalului, în timp ce răspunsurile instituționale vin adesea târziu și într-un limbaj neatractiv. Este nevoie și de o monitorizare permanentă a spațiului digital, mai ales când volumul de conținut este foarte mare. Instrumentele AI pot fi utile pentru filtrare și analiză, dar decizia finală trebuie să rămână la oameni și să poată fi verificată. În același

timp, statul trebuie să facă o diferență clară între opinii și acțiuni. Critica, chiar și atunci când este dură, nu trebuie tratată ca manipulare. Intervenția poate fi justificată atunci când nu mai vorbim despre opinii, ci despre folosirea conturilor false, amplificarea coordonată, finanțarea ascunsă, fraudă sau instigare.

Cercetarea are și limite. Corpusul acoperă două luni, o singură platformă și o singură zonă ideologică, iar sursele au fost selectate pe baza unor criterii prestabilite, nu prin eșantionare statistică. Datele de engagement au fost înregistrate la intervale de 2–7 zile de la publicare, ceea ce limitează comparabilitatea exactă. Schema de 148 de categorii oferă multă informație, dar crește și riscul suprapunerilor între coduri. Codarea cu AI reduce o parte din efort și permite triangularea, dar nu elimină greșelile modelelor sau subiectivitatea cercetătorului care ia decizia finală. În plus, schema identifică mecanismele psihologice pe care mesajul încearcă să le activeze dar nu demonstrează efectul lor real asupra fiecărui receptor.

În cercetări viitoare ar fi utilă extinderea perioadei, includerea altor platforme, compararea mai multor zone ideologice iar analiza de rețea ar putea arăta mai clar cum sunt legate sursele între ele și dacă există indicii reale de coordonare. Studiile experimentale cu participanți ar putea măsura și în ce măsură resorturile identificate prin codare produc efectele psihologice presupuse.

Concluzii

Cele patru întrebări de cercetare au primit răspuns, iar cele trei ipoteze au fost susținute de date în grade diferite. În ansamblu, rezultatele arată că manipularea analizată funcționează simultan prin repetarea unor teme stabile, adaptarea rapidă la evenimentele momentului și folosirea unor combinații de narațiuni, tactici și resorturi psihologice care pot produce niveluri foarte diferite de engagement.

Cercetarea arată și că manipularea nu poate fi redusă la simpla circulație a unor informații false. Multe dintre postările analizate pornesc de la probleme și nemulțumiri reale, care sunt apoi selectate, exagerate și legate într-o interpretare politică mai largă. Tocmai de aceea, combaterea manipulării presupune nu doar verificarea informațiilor, ci și înțelegerea mecanismelor prin care acestea sunt construite și exploatate psihologic.

Consider că războiul psihologic și manipularea digitală trebuie analizate permanent, nu doar în perioade electorale sau după apariția unor crize. Odată cu evoluția tehnologiei, se schimbă și tacticile de manipulare. Cercetarea oferă o imagine detaliată a perioadei și a ecosistemului analizat, dar și un cadru care poate fi continuat, extins și adaptat în cercetări viitoare.