

RĂZBOIUL MINTII ȘI VIRUȘII PROIECTAȚI

THE WAR OF THE MIND AND THE VIRUSES PROJECTED

Prof. univ. dr. Horațiu Tiberiu Gorun

ABSTRACT. PEOPLE BENEFIT OR ARE AFFECTED BY CULTURAL VIRUSES AS A CONSEQUENCE OF THEIR EVOLUTION, NOT BECAUSE THEY WERE CREATED BY THEM WITH THE SPECIAL PURPOSE OF PERPETUATING. BUT THERE IS ALSO ANOTHER CATEGORY OF VIRUSES OF THE MIND: THE VIRUSES DESIGNED, THAT IS, THOSE VIRUSES-INSTITUTIONS THAT WERE CREATED BY HUMANS PRECISELY IN ORDER TO PERPETUATE AND SPREAD. WHY? BECAUSE MOST PEOPLE WANT TO GET BENEFITS FOR THEM. BEING IN COMPETITION WITH OTHER PEERS, PEOPLE KNOW THEY WILL ONLY SURVIVE IF THEY CREATE ADVANTAGES OVER OTHERS. A FORM BY WHICH AN INDIVIDUAL /GROUP GETS / GET ADVANTAGES FOR ONESELF IS THE MANIPULATION OF COMPETITORS. THE HISTORY OF MANKIND IS FULL OF EXAMPLES WHEREBY SOME PEOPLE HAVE MANIPULATED OTHERS TO GAIN POWER, SUPREMACY, FOOD, MONEY, SEX, OPPORTUNITIES, INDIVIDUAL SECURITY ETC.

KEYWORDS: CULTURAL VIRUSES, MIND, MANIPULATION, PEOPLE.

I.1. Considerații generale. „Războiul minții”

Oamenii beneficiază sau sunt afectați de virușii culturali ca o consecință a evoluției lor, nicidecum pentru că ar fi fost creați de ei cu scopul special de a se perpetua. Virușii culturali evoluează în așa fel încât să se autoperpetueze. Adică, să fie în slujba lor, nu în slujba vreunui om.

Dar există și o altă categorie de viruși ai minții: *virușii proiectați*, adică acei viruși-instituții care au fost creați de oameni tocmai în scopul de a se perpetua și răspândi. De ce? Pentru că, cei mai mulți oameni vor să obțină *avantaje pentru ei*. Aflați în competiție cu alți semeni, oamenii știu că vor rezista doar dacă își vor crea avantaje față de ceilalți. O formă prin care un individ/grup obține avantaje pentru sine este *manipularea* competitorilor. Istoria omenirii e plină de exemple prin care unii oameni i-au manipulat pe ceilalți pentru a obține putere, supremație, hrană, bani, sex, oportunități, securitate individuală etc.

Trebuie avertizat că știința memeticii oferă instrumente puternice și diverse pentru manipulare. Aceste instrumente pentru manipulare sunt *virușii proiectați*, viruși care, „odată eliberați, se autocopiază și canalizează viețile oamenilor către îndeplinirea scopurilor

virusilor”¹. Spre deosebire de virușii culturali, virușii proiectați – „machiavelici” cum îi numește Brodie – „sunt în slujba creatorului lor”². Întocmai cum Machiavelli cultiva răul pentru a fi bine în cetate (*fecunditatea răului* cum califică P. Manent acest procedeu), creatorii virușilor inventați îi folosesc spre a-și manipula semenii, dobândind foloase pe care altfel nu ar fi reușit să le dobândească.

Problema e că, inventând și răspândind viruși proiectați, diverși indivizi se folosesc de noi, ne programează prin manipulare și ne *determină comportamentul*. Adică ne induc acel comportament pe care ei (și nu noi) îl vor. Putem deveni roboți programați de alții. Tocmai de aceea, este necesar să învățăm cum să ne protejăm, cum să nu ne lăsăm dominați și programați fără să știm cu memele virușilor proiectați. Mizăm pe inteligența noastră, pe intuiție, pe capacitatea de a gândi critic și a selecta. Această miză ne avantajează până la un punct, dar nu ne face imuni la toți virușii inventați. Ne avantajează dacă suntem infectați cu meme vădit aberante (cum ar fi, de pildă *Pământul este plămădit din ciocolată neagră, Găina lui Vasile a născut șase pui vii și îi alăptează, Bianca s-a întâlnit, pe malul râului cu o sirenă, Prin pădurea din împrejurimi bântuie un călăreț fără cap* etc.), meme pe care nu dăm doi bani. Dar nu ne ajută atunci când suntem infectați cu meme credibile, care ne fac să acționăm în moduri diferite, îndepărtându-ne de preocupările noastre prioritare, alterându-ne confortul interior, abătându-ne de la idealurile noastre, făcându-ne inerți atunci când este oportun și obligatoriu să acționăm sau activându-ne excesiv atunci când nu trebuie să ne precipităm.

Meme precum *Lectura este pierdere de vreme, Tocilarul e un șoarece de bibliotecă, La violență, răspunde cu violență, Votează ca toată lumea, În caz de cutremur părăsește imediat clădirea, fie utilizând liftul, fie pe scara principală, Toți virușii proiectați sunt benefici, Oferă donații celor ce cerșesc, Trăiește clipa așa cum îți dictează inima, Consideră adevărat tot ce circulă în spațiul virtual* ș.a. nu trec pe lângă noi fără să ne atragă atenția. Mai ales în momente speciale ale vieții. Lansate și răspândite, memele de acest tip ne determină să acționăm sau nu, ne programează într-un mod sau altul, dar dacă nu știm să ne autoprotejăm, ne vor programa exact cum vrea creatorul virușilor inventați și care sunt vehicule pentru memele respective. Căci virușii inventați sunt în slujba creatorului lor, nu în slujba noastră. Cei ce cad pradă virușilor inventați (și oricare om, indiferent de nivelul lui de instruire, poate fi infectat cu asemenea viruși) devin sclavii creatorului acestor viruși. Aceștia de pe urmă le manevrează mintea, conștiința, voința exact cum își propun ei. Îi teleghidează în mod

¹ Adrian Gorun, Horațiu Tiberiu Gorun, Un scurt tratat despre educație (Teoria generală și sociologia educației. Elemente de memetică), Editura Universitaria Craiova, 2016, p.221

² Ibidem

asemănător cu hipnotizarea și se folosesc de ei. Cei programați cu virușii inventați pot deveni unelte vorbitoare, la cheremul programatorului, sunt pur și simplu anesteziați în voința proprie. Să ne imaginăm un adolescent la limita pragului de sărăcie care este programat cu meme precum *Fură, pentru a supraviețui, Ucide, spre a te îmbogăți, Când cerșești, elimină-ți adversarii prin orice mijloace, Îți pierzi timpul frecventând școala, Spre a evita o notă mică, chiulește* etc. Cum va acționa el, lăsat singur să decidă în prezența unor viruși de acest tip? Dar o adolescentă frumoasă, ademenită prin reclama *Corpul armonios aduce bani?* Sau inventatorul care știe că primește 1 milion de dolari pentru o invenție pe care, ulterior, teroriștii o utilizează într-un atac? În mod normal, fiecare va acționa în linia programării. Tocmai de aceea, trebuie să știe fiecare cu ce meme ale virușilor proiectați este programat. Este atât un efort propriu, cât și un efort de îndrumare, iar cei responsabili de educarea tinerilor trebuie să facă un dublu efort. Ei trebuie să înțeleagă mai întâi ce se întâmplă cu virușii viitorului.

Întrebându-se ce fel de viruși ai minții proiectați vor exista în viitor? R. Brodie ne prezintă o adevărată „bătălie” pentru supremație între virușii culturali și virușii proiectați: „În viitorul nu chiar îndepărtat, cea mai mare parte a culturii noastre va fi reprezentată de virușii proiectați. De ce? Pentru că acum, că știm să-i proiectăm, o vom face. Vom cuceri peisajul conceptul la fel de sigur cum am cucerit zonele sălbatice. La început, virușii proiectați vor concura cu virușii culturali pentru a obține o parte a minții noastre. Curând, virușii culturali vor pierde pentru că selecția naturală după care evoluează nu este atât de rapidă cum este crearea conștientă a virușilor proiectați. Vechile moduri de gândire nu vor dispărea de tot, dar din ce în ce mai mulți oameni infectați cu viruși culturali vor fi îngrădiți în enclave izolate, cum sunt membrii comunității Amish.

După acea bătălie, virușii proiectați vor trebui să înceapă să se lupte unul cu altul și va fi nevoie de o tehnologie din ce în ce mai sofisticată pentru a se crea un învingător în războiul minții. Vom vedea programe de calculator făcând simulări memetice sofisticate pentru a regla fin memele înainte de a le lansa.

Ce fel de viruși ai minții proiectați vor exista în viitor? Depinde de intențiile și de priceperea creatorilor lor – și de memele cu care sunt infectați acești creatori. Eu mă aștept să văd mulți viruși motivați de profit, mulți viruși motivați de putere și poate câțiva motivați de viziunea cuiva despre un viitor mai bun pentru omenire”³.

³ Ibidem, pp. 222 - 223

„Războiul minții” este o „bătălie” dusă între virușii proiectați și virușii culturali, într-o primă etapă, iar după victoria virușilor proiectați, un război „fratricid”, purtat de virușii proiectați „dotați” cu tehnologii „sofisticate” (din ce în ce mai „sofisticate”) și virușii proiectați „depășiți”, din ce în ce mai puțin credibili și purtători de meme rele (se răspândesc greu sau nu se răspândesc). Ca luptă pentru supremația unora dintre viruși, „războiul minții” aprofundează criza minții, amplifică faliile culturale, generează – prin criza culturii – entropia culturii, erodându-i fundamentele axiologice: „Războiul minții” este stadiul actual al crizei minții.

Am descris în alte lucrări ale noastre cum diverse subculturi periferice au erodat cultura, provocându-i o criză fără precedent, care, printre multiple efecte nefaste generează unul semnificativ: anihilarea profundului mesaj divin din mintea și sufletul omului. Vom reveni la aceste aspecte pe parcursul acestui Tratat. Aici insistăm pe efectele grave ale unor viruși proiectați.

Unul dintre virușii proiectați este *ideologia coercitivă*, virus devenit dominant în unele spații geopolitice, după „victoria” lui asupra virusului cultural ideologie. Virusul inventat *ideologia coercitivă* demonstrează cum ajung ideile săucidă. Idei care au ajuns săucidă au existat în mai toate epocile istorice, însă *potențialul criminal al convingerilor* devine maxim în condițiile în care este asumat ca politică de stat. Atunci când ideologia coercitivă este adoptată ca ideologie oficială (nazismul, comunismul), potențialul criminal al convingerilor este confiscat de stat, ideologia – al șaselea simț – reprezentând instrumentul spiritual coercitiv al statului criminal.

Teologul Radu Preda ne demonstrează *când* ajunge ideologia săucidă și cum acționează resorturile umane în așa mod încât „ceea ce este mai abject în om iese la suprafață”⁴. Imaginea este edificatoare pentru înțelegerea *răului radical*: „De la Cain și Abel încoace, pentru a ne orienta după canonul biblic, umanitatea este într-un permanent pericol al răului pe care omul îl face omului. Teoretic, comunismul a proclamat începutul șantierului colosal la finalizarea căruia urmau să strălucească în toată splendoarea o nouă societate, un om total nou, dotat cu capacități paranormale, în stare nu doar să muncească uimitor de mult, precum Stahanov, dar să meargă la propriu pe apă și cuie sau prin foc. Aplecarea teosofică a lui Lenin va da naștere unui proiect antropologic aparte. Omul nou trebuia să fie un fachir născut din amestecul halucinant dintre marxism și ezoterism, materialism și supranatural, credulitate și ateism.

⁴ Radu Preda, *Când ideologia ucide* în Adevărul, Joi, 16 martie 2017, p.10

Practic, pusă în aplicare, ideologia își va etala tot capitalul de imunitate care, pe hârtie, părea metaforic. Pentru cei care, deloc puțini, mai cred că avem de-a face cu o idee generoasă aplicată defectuos (sic!) să le fie adus aminte că, Manifestul Partidului Comunist din 1848, lupta de clasă și crima politică erau deja instrumente prevăzute pentru viitoarele revoluții.

Ororile ce aveau să fie comise, ajungându-se la peste o sută de milioane de victime în întreaga lume, făceau parte constitutivă din proiect. În teorie și practică deopotrivă, comunismul era programat să ucidă”⁵.

Comunismul a conferit *mediul propice* pentru dezumanizarea omului și degradarea condiției sale și a oferit „intermediarii” prin care ideile propagandiste au dobândit forța ucigașă: „La nivel de executanți, comunismul a oferit mediul propice în care ceea ce este mai abject în om iese la suprafață. Vișinescu, Ficior sau Petrescu (torționarii ce conduceau închisorile comuniste n.n.), alături de miile de alte cadre, de președinți de colhozuri sau de organizații locale ale P.C.R, pentru a nu mai aminti de intelectualii oportuniști – toți la un loc reprezintă intermediarii prin care propaganda a devenit fapt. Mecanismul de luare în posesie, de manipulare și dominare, de suspendare a limitelor morale și abrutizare este comun tuturor extremismelor. Ieri ca și astăzi”⁶.

Unul din virușii proiectați care afectează grav sănătatea psihică, ba chiar viața tinerilor azi este cel ce promovează *Jocurile suicidare*. Chiar în zilele în care scriem aceste rânduri, un joc al morții – „Balena albastră”, jocul care determină copiii să se sinucidă – îngrijorează părinți, profesori, bunici, mass-media, copii infectați cu virusul proiectat și răspândit de Philipp Budeikin. Poreclit Filip Lis (Filip Vulpe), creatorul „Balenei Albastre”, în vârstă de 21 de ani, locuia în Rusia, într-un apartament din Solnecinogorsk, „un oraș cenușiu” de aproximativ 60.000 de locuitori, situat între o cale ferată și o autostradă ce leagă Moscova de Sankt Petersburg. El a împins la moarte mai mult de o sută de adolescenți.

Într-un amplu reportaj, Iulia Ciuhu – jurnalist la „Adevărul” – ne prezintă atât portretul socio-psihologic al celui ce a inventat și răspândit „Balena Albastră”, cât și regulile acestui joc suicidal. Câteva repere sunt necesar de reținut, îndeosebi pentru conștientizarea pericolelor pe care le generează utilizarea fără restricții a rețelelor de socializare. Pentru că, așa cum am spus în mai multe rânduri, aceste rețele nu aduc numai beneficii, ci, prin

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem

implicarea unor creiere bolnave, aduc nenorociri care depășesc, prin efectele lor, beneficiile extinderii rețelelor respective⁷.

Născut într-o familie modestă, care inițial a locuit în Uhta (oraș din Republica Komi), Philipp Budeikin a crescut într-un mediu tensionat, fiind certat frecvent de mamă chiar în prezența străinilor. A devenit introvertit, ursuz, rezervat, dar și agresiv. Învățând într-o clasă de elevi-problemă, autoizolarea s-a amplificat, Philipp neavând – din pricina agresivității sale – prieteni. A fost admis la o școală profesională, însă nu și-a găsit un loc de muncă. Stabilizat la Solnechnogorsk împreună cu mama sa, fără a avea o altă ocupație, „devine brusc pasionat de internet și cărți despre tehnologia informațională (...). Treptat, viața sa a devenit tot mai virtuală. Toți cunoscuții și toate proiectele sale se aflau în spatele monitorului unui calculator conectat la internet”⁸.

Philipp Budeikin prin virusul pe care l-a proiectat a creat un adevărat flagel, mai întâi în Rusia – prin crearea celor opt grupuri dedicate pe rețeaua socială Vkontakte (variantea rusească a Facebook) – apoi în spațiul ex-sovietic, în Estul Europei sau în Occident (din noiembrie 2015 până în aprilie 2016, 130 de tineri ruși s-au sinucis aruncându-se în gol sau în fața trenului; Ucraina, Letonia și Republica Moldova au înregistrat cazuri recente la adolescenți care și-au postat pe conturile personale de pe platformele sociale simbolurile provocării). Deși Philipp Budeikin a fost arestat în 15 noiembrie 2016, virusul proiectat de el produce o isterie în masă, mii de tineri postând hashtag-urile „Balenei Albastre”. Flagelul a pătruns și în mediul școlar din țara noastră, mulți adolescenți postând mesajul care cheamă la jocul prin care tinerii care eșuează (asemenea balenelor albastre care se „sinucid” ieșind pe țărni) sunt îndemnați să respecte setul de reguli care-i conduc la automutilare, depresie avansată și pieire. „Lista de provocări” a jocului reprezintă seturi de meme deosebit de nocive pe care le promovează virusul proiectat de „Vulpoiul” Budeikin; lista conține meme precum: Pictează-ți f57 pe mână, Trezește-te la 4:20 noaptea și uită-te la videoclipuri de groază, Taie-ți mâna de 3 ori, Pictează o balenă pe hârtie, Dacă accepți să fii o balenă taie-ți piciorul să iasă cuvântul yes, Trebuie să-ți înfrunți frica, Trezește-te la 4:20 noaptea și du-te pe acoperiș, Ascultă muzica pe care ți-o trimit, Taie-ți buzele, Rănește-te, Urcă pe cel mai înalt acoperiș și stai pe margine, Îți primești data ta de moarte, Te duci pe calea ferată la 4:20 noaptea, Promite că ești o balenă, Sinucide-te⁹.

⁷ Vezi Iulia Ciuhu, „Balena albastră”, *jocul care determină copiii să se sinucidă*, în „Adevărul” din 16 martie 2017, p.8; Ion Gaidău, *Cine e tânărul care a inventat jocul morții*, în „Adevărul” din 16 martie 2017, p.9

⁸ Ibidem

⁹ Vezi Alecu Racoviceanu, „Balena albastră”, un fake-news cu consecințe înfiorătoare, în „Evenimentul zilei”, luni 20 martie 2017, pp.4-5

Problema e cu atât mai gravă, cu cât, cei intrați în joc sunt amenințați dacă hotărăsc să se retragă sau nu respectă regulile. Și dacă hotărăsc să continue jocul și dacă hotărăsc să se retragă, consecințele sunt, cel mai adesea aceleași: sinuciderea. Pentru că presiunea psihică la care sunt supuși acești adolescenți este de intensitate maximă, consilierii și psihologii având – atunci când sunt înștiințați de infectarea tinerilor cu asemenea viruși – mult de lucru spre a-i salva.

O ipostază a „războiului minții”, ca „bătălie” între virușii proiectați și virușii culturali, o reprezintă și *manualele digitale*. În fond, este vorba de un virus proiectat, care încearcă să se impună, anulând virușii culturali care au susținut secole de-a rândul manualele clasice, tipărite. Trecând peste interesele financiare enorme ale unor companii producătoare de tehnologii IT, peste resursele limitate necesare procurării softurilor, constituirii infrastructurii wi-fi și asigurării consultanței IT, a softurilor pentru manuale etc., mulți specialiști în psihologie și științele educației consideră că manualele digitale se situează între revoluția tehnologică și imbecilizarea copiilor¹⁰. „Primul efect al introducerii tabletelor – atenționează doctorul în bioetică și biofizicianul Virgiliu Gheorghe – va fi anularea completă a dispoziției și capacității de a citi a tinerilor din noua generație. Astfel, [...] *sporește riscul nașterii unei generații aproape analfabete*”.

Florian Saiu prezintă un tablou al avantajelor și dezavantajelor manualelor digitale, pe care-l sintetizăm mai jos¹¹:

Manualele digitale – între revoluție tehnologică și imbecilizare

Nr.crt.	Avantaje	Dezavantaje
1.	<i>Ușurarea ghiozdanului</i> – se pornește de la realitatea că numărul manualelor pe care un elev le cară zilnic la școală este prea mare, iar greutatea pe care o duc în spate le poate afecta sănătatea	<i>Sănătatea</i> – studiile tot mai frecvente în domeniu demonstrează că utilizarea în exces a tabletelor <i>afectează grav sănătatea copiilor</i> . În plus, ei pot fi distrași de la procesul învățării de tentațiile obișnuite, tentații care au creat deja o prăpastie între părinți și copii: Facebook, e-mail, jocuri etc.
2.	<i>Protejarea mediului</i> – prin folosirea manualului digital unic	<i>Criteriul financiar</i> – manualele digitale pot fi întrebuințate doar prin intermediul unor

¹⁰ Vezi Florian Saiu, *Manualele digitale – între revoluție tehnologică și imbecilizare*, în „Evenimentul zilei”, luni 20 martie 2017, p.10

¹¹ Ibidem

	sunt salvate pădurile, exploatate pentru hârtia necesară cărților scrise	tehnologii (de exemplu, tabletele) destul de costisitoare, aspect ce creează diferențe nedrepte între elevi, dintre școlile din mediul urban și cele din mediul rural
3.	<i>Reînprospătarea constantă a informației</i> – manualul digital poate fi updatat la nesfârșit, perfecționându-se astfel procesul învățării	<i>Instruirea profesorilor</i> – există multe cadre didactice care nu știu să folosească manualele digitale; sunt necesare cheltuieli mari pentru instruirea profesorilor, cheltuieli ce se adaugă celor necesare pentru achiziționarea și întreținerea tehnologiei specifice
4.	<i>Interactivitatea</i> – elevul poate interacționa mai mult și mai ușor cu un manual digital, putându-și dezvolta creativitatea mai rapid. În plus, tehnologiile noi sporesc atractivitatea, susținându-se că elevii ar învăța mai ușor, din plăcere	<i>Percepere</i> – Studiile de specialitate realizate în domeniu demonstrează că persoanele care citesc un text pe hârtie înțeleg și rețin mai bine decât persoanele care întreprind aceeași activitate pe un format digital. Aceleași studii indică afectarea memoriei de lungă durată în situația în care citirea unui text se face de pe un ecran

Adăugând la dezavantaje constatarea scăderii alarmante a coeficientului de inteligență la nivelul generațiilor de tineri, îndeosebi după 1990 (când s-a extins enorm rețeaua internet), în primul rând ca urmare a renunțării la redescoperirea cunoștințelor, trebuie să mai spunem că unele dintre *avantaje* invocate de „specialiști” sunt hilare. Oare, și-au fracturat coloana vertebrală milioanele de școlari – de-a lungul secolelor – care și-au cărat ghiozdanele încărcate cu manuale? S-au distrus milioane de hectare de pădure pentru procurarea hârtiei necesară manualelor clasice sau ca urmare a jafului companiilor transnaționale care folosesc lemnul din România în țările lor de origine? Este mai importantă „ușurarea ghiozdanului” decât sănătatea psihică?

Rămâne să medităm singuri la aceste întrebări. Dar, visând la ... „o lege a manualelor”, să nu pierdem din vedere că de dragul „revoluției tehnologice” nu avem căderea să contribuim la imbecilizarea generațiilor viitoare. Chiar dacă virușii viitorului sunt viruși ai minții proiectați.

II. 2. *Virusii proiectați motivați*

Revenind la întrebarea lansată de R. Brodie Ce fel de virusi ai minții proiectați vor exista în viitor? trebuie remarcat că el, pornind de la relația de dependență a acestor virusi de intențiile și priceperea creatorilor lor, dar și dependența de memele cu care sunt infectați acești creatori, previzionează o multiplicare a *virusilor motivați* de unii factori cerți: *profit, putere, viitor dezirabil* („mai bun pentru omenire”).

Virusii proiectați motivați de profit pot fi legali sau ilegali. Și unii și alții își au, în opinia lui R. Brodie, „originile obscure în dubioasa schemă a lui Ponzi”, emigrantul italian care, înființând în 1919 o companie în Boston (Securities Exchange Company), s-a oferit să restituie investițiile oamenilor în 90 de zile cu o dobândă de 50% (o investiție de 10 \$ aducea un profit de 15 \$ în trei săptămâni: „Ponzi cumpăra cupoane internaționale în Europa și, datorită fluctuațiilor pe piața valutară, le schimba în Statele Unite, obținând un profit. Oamenii au început să bănuiască ceva necurat atunci când un ziar a descoperit că, deși în firma lui Ponzi fuseseră investiți 15 milioane de dolari în 8 luni, se vânduseră cupoane poștale de doar 360 de dolari în întreaga lume!”¹²

Schema lui Ponzi conținea un virus al minții care nu avea nici o legătură cu schema în sine. Acest virus a răspândit mema-strategie *Investește alături de Ponzi*, memă care alăturată unor meme de tipul *oportunitate și recompensă* de tipul celei *Îmbogățește-te rapid* a reușit să atragă atenția, răspândindu-se rapid printre locuitorii din Massachusetts și statele vecine¹³.

„Acțiunile lui Ponzi – susține Brodie – erau aparent frauduloase: el îi mințea pe oameni în legătură cu lucrurile în care investeau. Dar *schema piramidală* care a rezultat nu necesita nici o minciună supusă investitorilor – memele sale lucrau cu sinceritate totală. Într-o schemă piramidală tipică, există o diagramă organizațională în formă de triunghi, cu un mem în vârf, două meme la nivelul următor, câte două meme sub fiecare din cele de dinainte, adică patru în total la nivelul al treilea, și de două ori mai multe, adică opt, la ultimul nivel”¹⁴.

Participarea la jocul piramidal e motivată prin virusul profit, fiecare participant cumpărându-și locul și recrutând (tot prin virusul motivant profit) alți noi participanți.

Schemele piramidale se bazează pe meme ce acționează resorturi și posedă o mare forță a „evangelismului” însă, fiind dependente de creșterea exponențială, epuizează întotdeauna mult prea rapid fondul de participanți¹⁵. Așa s-a întâmplat prin anii '90 în

¹² Richard Brodie, *Virusul minții. Cum ne poate fi de folos o știință revoluționară*, *Memetica*, Editura Paralela 45, Ediția a II-a, 2015, p.223

¹³ Ibidem, p.224

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Ibidem, p.225

România cu jocul piramidal „Caritas”, care a isterizat întreaga țară, îmbogățindu-i pe unii privilegiați pe seama distrugerii celor mulți, care au ieșit mult mai săraci, deposedați de bani, case, automobile etc. Prin escrocheria pusă la cale chiar de unii politicieni ai vremii.

Azi marketingul multi-nivel este considerat, cum constată Brodie, „afacerea viitorului”: „Întrucât reclamele media și competiția pentru mintea consumatorului devin din ce în ce mai costisitoare, zgomotoase și aglomerate, ocazia de a vinde direct și ieftin printr-o rețea cu mai multe nivele devine din ce în ce mai atractivă”¹⁶.

Dintotdeauna profiturile au fost factori motivați pentru investitori, acestea reprezentând o recompensă pentru resursele consumate în orice întreprindere care produce plusvaloare. Dar cei ce dovedesc a stăpâni „arta de a face afaceri” sunt destul de puțini prin raportare la populația implicată în afacere, adică a celor ce se alătură – din lipsă de resurse financiare – celor ce conduc afacerea respectivă.

Fiecare investitor își construiește structura organizațională pe care o consideră eficientă, adică o structură organizațională care să facă față concurenței (să supraviețuiască) și să-i aducă profituri. Asemenea procedee au fost aplicate și în firmele tradiționale – în care structurile organizaționale sunt relativ imuabile – și în firmele actuale care promovează afaceri „ce se bazează pe oportunități egale și pe supraviețuirea celui mai adaptat”, pentru că profiturile sunt încasate de cei ce conduc afacerea, chiar dacă sunt obținute prin participarea tuturor angajaților. Marketingul multi-nivel este „afacerea viitorului” pentru că – bazându-se pe virusul motivant profit – creează iluzia participării tuturor la redistribuirea profiturilor. Ori această participare este și ea piramidală, baza fiind aprioric exclusă.

Programele prin care companiile își fac reclamă susțin autoperpetuarea virusului profit, valorificând forța exponențială a autoreplicării, „cea mai puternică forță din univers”¹⁷. Iar pentru schemele piramidale, rețeta este simplu devoalată de Brodie: „Cheia către un virus pentru profit de succes este să oferi un stimulent pentru evanghelizarea sau înscrierea de noi membri”¹⁸.

Alți viruși motivați sunt *virușii puterii*. Printre atributele sale, puterea motivează virușii proiectați în așa fel încât, memele pe care le răspândesc și multiplică să folosească celui care a creat acei viruși. Memele strategii care susțin motivarea sunt cele circumscrise *privilegiului, prestigiului, influenței, autorității, statusului social, chiar dominației*. Făcând distincția între *puissance* și *pouvoir*, trebuie observat că virușii puterii contaminatează și

¹⁶ Ibidem, p.226

¹⁷ Ibidem, p.227

¹⁸ Ibidem, p.226

indivizi și instituții/autorități, dar aspectele asupra cărora insistăm vizează puterea ca relație socială, îndeosebi puterea instituționalizată.

Relațiile de putere caracterizează orice societate – inclusiv societățile lignajere – ceea ce presupune că virușii puterii sunt – la origini – viruși culturali: ei s-au perpetuat și replicat singuri, rezistând în timp și contaminând mulți oameni în fiecare epocă istorică și în orice comunitate. Fiind factorul ce asigură echilibrul aproximativ și care se opune entropiei comunității din care provine, puterea este și venerată și contestată, însă își are resursele proprii prin care se autoconservă, exercită și se face ascultată. Cu timpul virușii puterii – ca urmare a tendinței obiective de preservare a puterii însăși – au evoluat pe direcția virușilor proiectați, direcție impusă prin intervenția directă a oamenilor: ei au creat instituții cu scopul special de a se perpetua și a răspândi viruși proiectați.

R. Brodie dezvoltă câteva considerații interesante privitoare la virușii puterii prin referire la unul dintre ei: *cultul*: „Cultul este un virus al puterii. Ideea de bază a cultului este să ofere putere, sub formă de acces la bani, sex și/sau energie a oamenilor, conducătorului cultului”¹⁹. Combătând ideea conform căreia *un cult este o religie care nu are încă adepți suficienți*, Brodie susține că *un cult nu trebuie neapărat să fie o religie*, acesta având „două elemente cheie”:

„1. Fiecare individ se dedică unei misiuni sau unui scop mai înalt, pe care însă nu l-a ales ca rezultat al unei reflecții personale, conștiente.

2. Părăsirea cultului are consecințe serioase”.

Cele două elemente cheie sunt memele „ce pun viața și munca oamenilor în slujba unui cult”, iar când „se combină cu orice formă de *evangelism*, se creează un puternic virus al minții, un *virus al puterii* care se răspândește automat cât se poate de mult la nivelul populației”²⁰.

Deși în conștiința comună cuvântul *cult* se referă la organizații de tip religios și/sau la organizații pe care cei mai mulți le consideră „periculoase”, trebuie spus că pentru mulți cercetători *cultul* face referiri cam la toate organizațiile, indiferent de scopul lor. Toate cultele își proclamă o *misiune* pe care declară că urmăresc să o îndeplinească, iar membrii cultului fac din această misiune – sacră sau profană – un scop al vieții, un scop originat în afara lor, care conferă putere cultului căruia îi aparțin: „Membrii sunt condiționați să creadă că îndeplinirea misiunii este cel mai important lucru pe care îl pot face cu viața lor și trebuie să

¹⁹ Ibidem, p.227

²⁰ Ibidem

fie gata să sacrifice totul pentru acest scop. Odată ce sunt programați cu această memă, devin un fel de sclavi”²¹.

Un exemplu de cult este, din perspectiva analizei speciale introdusă aici, partidul politic înțeles ca organizație cu misiune precisă: accederea la putere. Membrii de partid sunt condiționați în momentul adeziunii să susțină misiunea asumată de partid și să se implice în promovarea programului organizației, program circumscris unei ideologii prin care partidul este plasat pe eșichierul politic. Cei patru *discriminanți* fundamentali, în funcție de care se structurează definiția partidului – *continuitatea organizației, caracterul național al organizației, dorința de a exercita puterea și căutarea unei susțineri populare* – determină competiția partizană și, prin urmare, raportarea inevitabilă la alte partide²².

Misiunea partidelor – ca organizații politice – se sprijină pe virusul proiectat și lansat de M. Duverger *Partidele sunt vehicule ale democrației*. Acest virus a devenit vehicul pentru memele de bază ale partidului și pluripartidismului însă a evoluat destul de rapid către *partidocrație*, un fenomen nociv care s-a instalat prin exploatarea unei revendicări a regimurilor democratice de către virusul puterii: regimul politic democratic revendică în mod necesar existența partidelor politice și exploatându-se această necesitate existențială, s-a ajuns la o dominație a partidelor politice asupra socialului și politicului. *Partidocrația* – ca virus motivat de putere – exprimă dominația quasi – totală de către partide a politicului, chiar regimul politic fiind identificat cu regimul partidelor²³.

Partidele sunt viruși ai puterii și utilizează tot mai mult – îndeosebi în campaniile electorale – tehnici tot mai sofisticate ale virușilor proiectați pentru a deveni din ce în ce mai puternice pe scena politică.

Într-o concurență acerbă partidele caută soluțiile cele mai eficiente spre a-și răspândi memele „bune” și a-și atinge scopurile politice. Multe din memele răspândite de partide au fost transferate de la companiile economice și megacorporațiile în continuă expansiune. Întocmai cum aceste companii și megacorporații utilizează tot mai perfecționist memele pentru a-și atinge scopurile economice, la fel partidele utilizează memele „bune” spre a-și atinge scopurile politice. Meme susținute de virusul motivat al puterii.

R. Brodie analizează megacorporațiile ca viruși ai puterii subliniind că *acele companii care încearcă strategii de valorificare a membrilor se descurcă mai bine și sunt imitate de*

²¹ Ibidem, p.228

²² Vezi Horațiu Tiberiu Gorun, Adrian Gorun, *Contribuții la dezvoltarea stasiologiei românești*, Editura Academica Brâncuși, 2016, pp.118-135

²³ Ibidem, pp.3-4; Dumitru Lepădatu, *Procese și fenomene politice*, Editura Actami, București, 2000, p.220

celelalte.²⁴ Același lucru se poate afirma și despre partide ca viruși motivați de putere. Deși Brodie analizează doar strategiile de valorificare a membrilor de către megacorporații ca viruși ai puterii, pornind de la concluziile lui, pot fi scoase în evidență și strategiile la care apelează partidele politice. Le sintetizăm în tabloul de mai jos²⁵.

STRATEGII DE VALORIFICARE A MEMELOR

STRATEGIA	CORPORAȚII	PARTIDE POLITICE
<i>Declarații de misiune</i>	Companiile cer angajaților să subscrie la <i>declarațiile de misiune</i> care conțin valori corporatiste precum „angajamentul de a oferi servicii de calitate” și „devotamentul față de client”. Scopul <i>declarației de misiune</i> este acela de a <i>unifica</i> angajații, făcându-i pe toți „să meargă în aceeași direcție, încât munca fiecărui angajat să se sprijine pe a celorlalți”. Activitatea în organizație se bazează pe „aliniera” membrilor și activităților lor la un scop colectiv, de echipă. Au loc seminarii de pregătire corporatistă menite „a alinia intențiile oamenilor” și a crea <i>cultura corporatistă</i> .	Partidele cer membrilor să subscrie și susțină <i>declarațiile de misiune</i> care conțin valori politico-ideologice precum angajamentul de a oferi o viață mai bună populației, devotamentul față de alegători, instaurarea ordinii sociale, înfăptuirea dreptății, echității etc. Scopul <i>declarației de misiune</i> este integrator, membrii partidului asumându-și lucrul în echipă și acceptând structurile și ierarhiile preconstituite la nivelul organizației. Scopul impune disciplina internă de partid, fiind un scop colectiv, declarat de echipă. Au loc seminarii, întruniri, întâlniri cu lideri centrali, „ședințe de lucru”, „școli de vară” etc.

²⁴ R. Brodie, *op. cit.* p.229

²⁵ Ibidem, pp.229-232

		menite a unifica intențiile membrilor prin virusul motivat al puterii și a crea <i>cultura politică partinică</i> .
<i>Cătușele de aur</i>	Pentru companii, „aurul” din care sunt plămădite aceste „cătușe” este recompensa financiară, cel mai adesea acțiunile ce se acordă angajatorului în schimbul rămânerii pe termen lung în cadrul companiei. „Cătușele de aur nu sunt altceva decât <i>meme consecințele părăsirii organizației</i> , aceeași memă care este folosită și de culte pentru a-și ține membrii pe loc”	Pentru partide, „aurul” din care sunt plămădite „cătușele” este recompensa politică, administrativă (portofolii, funcții, prestigiu) ce se acordă membrilor de partid în schimbul rămânerii în partid, al înregimentării pe termen lung în partidul respectiv. Și în acest caz este valabilă observația privitoare la memă <i>consecințele părăsirii organizației</i> .
<i>Efectul de disonanță cognitivă al ritualului de inițiere</i>	Se creează și se întărește în mintea angajaților companiei o memă ce reprezintă <i>valoarea apartenenței la companie</i> . După <i>inițiere</i> , noii angajați simt că s-a creat o <i>legătură între ei și organizație</i> și că apartenența la companie „le dă un sentiment irațional de valoare, sentiment pe care nu l-ar avea dacă n-ar fi trecut prin ritualul de inițiere”. Nu toate corporațiile utilizează ritualurile de inițiere, însă apelează la conceptul de <i>a-ți face datoria</i> care sedimentează încrederea că, după o anumită	Se creează și se întărește în mintea celor ce aleg să devină membrii unui partid politic o memă ce exprimă <i>valoarea apartenenței la partidul la care aderă</i> în baza partizanatului politic. <i>Ritualul de inițiere</i> îi conduce pe noii membrii să simtă că s-a creat o <i>legătură între ei și partid</i> și că apartenența la partid, le conferă sentimentul irațional de valoare, sentiment pe care nu l-ar fi dobândit dacă nu ar fi trecut prin ritualul de

	<p>perioadă, chiar dificilă, angajatul poate avansa profesional.</p> <p>Se formează, astfel, <i>convingeri</i> în baza cărora angajații vor avea o conduită consecventă, greu de zdruncinat.</p> <p>Reținem două remarci ale lui R. Brodie privitoare la ritualurile de inițiere și convingeri, remarci care pornesc de la scopul dublu al ritualurilor de inițiere: „efectul programator sau de spălare a creierului” și efectul unei disonanțe cognitive ce oferă asigurarea că inițiatul a acceptat cultura companiei.</p> <p>Iată remarcile: „Convingerile sunt ca potecile pentru vite. Cu cât mergi mai mult pe o potecă, cu atât mai mult ți se pare că drumul e corect” și „Când îi faci pe oameni să se dedice unui sistem de convingeri și să ridice bariere care să-i împiedice să se răzgândească, te folosești efectiv de viața și energia lor. Dacă adaugi evangheliismul, ai creat un virus al puterii care se răspândește singur, folosind viețile oamenilor pentru a atinge un scop”.</p>	<p>inițiere. Partidele care apelează la ritualurile de inițiere sedimentează încrederea noilor membri în organizație, în lideri, în programul partidului. Ei sunt programați să lucreze pentru partid și să aștepte, „făcându-și datoria” avansarea în ierarhia internă. Și în cazul partidelor se formează convingeri greu de zdruncinat, în baza cărora membrii de partid își educă o conduită prin care își impun să nu încalce disciplina de partid. Remarcile lui Brodie sunt valabile și în cazul partidelor politice.</p>
--	--	--

Am prezentat câțiva viruși proiectați, modalitățile în care își impun dominația pe parcursul „războiului minții” și câteva aspecte privitoare la virușii motivați – ca viruși ai viitorului. În privința virușilor motivați de putere, am pus față în față virusul motivat de

puterea economică și un virus motivat de puterea politică. Ambii, cum spuneam, contaminatează și conduc la alinierea la un scop, aliniere care nu este obligatoriu nocivă: „Alinierea la un scop nu e neapărat un lucru rău – trebuie doar să vă asigurați că scopul este unul la care subscrieți în mod conștient, care face ceea ce spune că face și care vă aduce împliniri personale. Microsoft, unde am lucrat mult timp, a avut de la început o misiune clară, exprimată de cofondatorul companiei, geniul vizionar Bill Gates: câte un calculator pe fiecare birou și software-ul Microsoft pe fiecare calculator. Dincolo de această misiune se află o grupare de valori cu care era de acord toată lumea din cadrul companiei: excelență la nivel tehnic, intoleranță față de proasta calitate, producție de cea mai înaltă calitate și, mai presus de toate, dorința de a fi numărul unu”²⁶.

Faptul că nu toți virușii proiectați sunt nocivi, trebuie să ne conștientizeze asupra necesității unei atenții sporite în privința virușilor proiectați cu care suntem programați și a celor pe care-i răspândim. Problema este, însă, destul de dificilă, pentru că, așa cum am mai spus, memele bune sunt cele care se răspândesc foarte repede, indiferent dacă ele sunt nocive sau benefice.

Bibliografie

1. Brodie Richard, *Virusul minții. Cum ne poate fi de folos o știință revoluționară, Memetica*, Editura Paralela 45, Ediția a II-a, 2015
2. Gorun Adrian, Gorun Horațiu Tiberiu, *Un scurt tratat despre educație (Teoria generală și sociologia educației. Elemente de memetică)*, Editura Universitaria Craiova, 2016
3. Gorun Horațiu Tiberiu, Gorun Adrian, *Contribuții la dezvoltarea stasiologiei românești*, Editura Academica Brâncuși, 2016
4. Lepădatu Dumitru, *Procese și fenomene politice*, Editura Actami, București, 2000,
5. Preda Radu, *Când ideologia ucide în Adevărul*, 16 martie 2017

²⁶ Ibidem, pp. 231-232