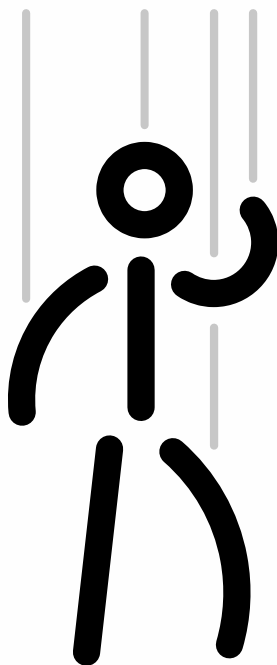


Manipulare

CE ESTE, DE CE ESTE REA,

CE SĂ FACI ÎN PRIVINȚA EI



Traducere din engleză de
Constantin Vlad

Cass R. Sunstein



Cuprins

Ilustrații	9
Tabel	10
Prefață	11
PARTEA ÎNTÂI Teoria	
1. Definirea manipulării	21
2. Evaluarea manipulării	69
3. Dreptul de a nu fi manipulat	87
PARTEA A DOUA Aplicații	
4. Deepfake-uri – manipulați de tehnologie	113
5. Penurie și atenție – manipulare prin <i>sludge</i>	133
6. Problema Barbie – manipulare prin presiune socială	161

PARTEA A TREIA | Viitorul

7. Imbolduri nemanipulative, 1	187
8. Imbolduri nemanipulatoare, 2	211
9. Inteligența artificială – promisiune și amenințare ...	239
Epilog: Prevenirea furtului	285
Mulțumiri	289

Ilustrații

1.1	Asistență IndiGo Travel	58
2.1	Înscriere online Eric July	82
2.2	Cash back de la Papa John's	82
3.1	Factură la abonament Adobe	99
3.2	Avertismente FDA, 2011	107
3.3	Avertismente FDA, 2019	110
4.1	Deepfake-uri	114
5.1	Dezabonare de la SiriusXM	143
5.2	E-mailuri promoționale Air Canada	148
6.1	Spotify, Fear of Missing Out	168
9.1	Etichetă EPA Fuel Economy	261

Tabel

4.1	Politicile platformelor de socializare privind conținutul media manipulat	131
-----	---	-----

Prefață

Ai nevoie de cartea asta.

Ai crede că înțelegi oamenii, dar cunoștințele tale sunt superficiale. Adevărata măiestrie stă în arta manipulării, o practică la fel de veche ca însăși omenirea.

Această carte este ghidul tău în acel tărâm interzis, în care regulile sunt rescrise, iar miza este însăși viața. Ea îți va dezvălui tehnicile, mecanismele psihologice și strategiile folosite de cele mai influente personalități ale lumii.

Vei învăța nu doar să recunoști manipularea, ci să o și folosești cu precizie.

Pe măsură ce parcurgi paginile de față, lasă-te pătruns de puterea acestei cunoașteri.

Imaginează-ți cum s-ar putea schimba viața ta dacă ai avea abilitatea să influențezi pe oricine, oriunde și oricând.

Aceasta este mai mult decât o carte; este cheia care va descătușa un potențial despre a cărui existență nici nu știai. Dar te previn: călătoria te va transforma. Odată însușite aceste secrete, nu va mai exista cale de întoarcere.

Ești pregătit să folosești puterea care a făurit imperii și a comandat legiuni? Alegerea îți aparține, dar nu uita: o mare putere presupune și o mare responsabilitate. Bine ai venit în lumea manipulării.

Mărturisire: paragrafele scrise cu caractere italice nu-mi aparțin. I-am cerut lui ChatGPT să scrie un început manipulator

pentru o carte despre manipulare, iar acesta este rezultatul*. Nu îmi prea plac aceste paragrafe, dar nu sunt rele. Promit să dezvăluie secrete. Încearcă să seducă. Se joacă cu emoțiile cititorului. („Aceasta este mai mult decât o carte; este cheia care va descătușa un potențial despre a cărui existență nici nu știai.”) Iată un pasaj mult mai cunoscut.** Îl cunoști, nu-i așa?

Șarpele însă era cel mai șiret dintre toate fiarele de pe pământ, pe care le făcuse Domnul Dumnezeu. Și a zis șarpele către femeie: „Dumnezeu a zis El, oare, să nu mâncați roade din orice pom din rai?” Iar femeia a zis către șarpe: „Roade din pomii raiului putem să mâncăm;

Numai din rodul pomului celui din mijlocul raiului ne-a zis Dumnezeu: „Să nu mâncați din el, nici să vă atingeți de el, ca să nu muriți!”

Atunci șarpele a zis către femeie: „Nu, nu veți muri!

Dar Dumnezeu știe că în ziua în care veți mânca din el vi se vor deschide ochii și veți fi ca Dumnezeu, cunoscând binele și răul.”

De aceea femeia, socotind că rodul pomului este bun de mâncat și plăcut ochilor la vedere și vrednic de dorit, pentru că dă știință, a luat din el și a mâncat și a dat bărbatului său și a mâncat și el.

*Atunci li s-au deschis ochii la amândoi și au cunoscut că erau goi, și au cusut frunze de smochin și și-au făcut acoperăminte.****

Șarpele era un manipulator. Un seducător. Știa multe despre psihologia umană. Știa cum să se joace cu emoțiile celor

* OpenAI, răspuns la această serie de instrucțiuni, ChatGPT (iunie 2024), <https://chatgpt.com/> (în caseta „Message ChatGPT”). „Scrie un început manipulator pentru o carte despre manipulare”; „Fă-l nonficțiune”; „Fă-l mai manipulator”.

** Geneza 3:1-7.

*** Biblia sau Sfânta Scriptură, Editura Institutului Biblic și de Misiune Ortodoxă, București (n.r.).

vizați: „vi se vor deschide ochii și veți fi ca Dumnezeu”. (Era el un expert în optimism nerealist? În științe comportamentale? Evident.) De altfel, ChatGPT a apelat la câteva dintre tehnicile folosite de șarpele biblic. S-a oferit să dezvăluie secrete ascunse și să deschidă ochii cititorului.

Trăim într-o epocă în care manipularea este omniprezentă, în special online. Un scop central al acesteia este să atragă atenția. Dacă o companie de social media îți poate capta atenția, ar putea să taxeze agenții de publicitate. Dacă un agent de publicitate reușește să-ți capteze atenția, ar putea să-ți ia banii. Politicienii îți vor banii, votul și ar putea să te manipuleze să faci ceea ce-și doresc.

Capacitatea de a manipula oamenii depășește însă cu mult simpla atragere a atenției. Manipulatorii, adesea ajutați de (sau constând în) inteligența artificială, se pot juca cu dorințele, speranțele, temerile și slăbiciunile tale. Cunoscând doar câteva lucruri despre tine, ar putea ajunge să știe foarte multe. Ar putea să te convingă să gândești ceea ce vor ei să gândești. Să acționezi cum vor ei să acționezi. Iar ei îți vor și banii, și timpul.

Manipularea reprezintă o amenințare serioasă la adresa bunei funcționări a piețelor care depind de alegeri informate. De asemenea, reprezintă o amenințare serioasă la adresa democrației. Însă, poate mai presus de toate, manipularea compromite libertatea. Este o amenințare la adresa capacității noastre de a acționa autonom.

Există numeroase studii despre coerciție și aproape la fel de multe despre minciună și înșelăciune. Prin comparație, manipularea este un subiect neglijat. Unul dintre motive ar putea fi faptul că e un termen dificil de definit. Un altul ar putea fi omniprezența și caracterul ei inevitabil. Dacă deschizi televizorul sau intri pe internet vei întâlni, cel mai probabil, o tentativă de manipulare. Dacă unul dintre membrii familiei tale nu

încearcă să te manipuleze în cursul următoarei luni, înseamnă că ai o familie neobișnuită. Întrucât o definiție clară este greu de formulat și pentru că unele forme de manipulare sunt inevitabile sau inofensive, subiectul este deosebit de provocator. Voi încerca, aici, să depășesc aceste dificultăți. Deși voi argumenta (preponderent) împotriva manipulării, voi menționa și unele instrumente de influență care ar putea fi considerate atât manipulative, cât și dăunătoare, dar care, de fapt, nu sunt nici una, nici alta. Ar trebui să ne opunem multor forme de manipulare, însă ar trebui să știm și ce nu este manipularea.

Cartea de față este împărțită în trei. Partea întâi abordează întrebări teoretice: ce este manipularea, ce e în neregulă cu ea și ce s-ar putea face în această privință. O atenție deosebită este acordată autonomiei, demnității și bunăstării sociale. Se face legătura între constrângere, minciună, înșelăciune și manipulare (cei patru călăreți ai Apocalipsei?) și se insistă asupra faptului că toate ridică întrebări care se suprapun despre libertate. După cum vom vedea, manipularea este un concept schimbător, cu multiple fațete. Putem oferi definiții care surprind o parte din ceea ce este manipularea, însă niciuna nu cuprinde totul. (Voi insista mult asupra chestiunilor legate de definiții; unii cititori ar putea dori să parcurgă mai rapid Capitolul 1 și să treacă la Capitolul 2.) După cum vom vedea, manipularea este (deseori) condamnată din cauză că încalcă autonomia și lezează demnitatea oamenilor. Vom vedea, totodată, că aceasta este (deseori) condamnată, pentru că diminuează bunăstarea oamenilor – adică le face viața mai grea. O mare parte din atenția mea se va concentra asupra efectelor manipulării, care îi privează pe oameni de timpul sau de banii lor.

Partea a doua se referă la aplicații. În primul rând, investighează fenomenul deepfake și conținutul media manipulat. Deepfake-ul este o formă de manipulare larg răspândită și

poate cauza prejudicii grave. În al doilea rând, explorează conceptul *sludge*^{*}, frecvent utilizat pentru a manipula oamenii – de exemplu, prin generarea de fricțiuni care fac dificilă ieșirea dintr-o situație nefavorabilă. Problema acestui concept depășește granițele manipulării, însă reprezintă un mijloc puternic de a manipula consumatorii, investitorii, pacienții, studenții și alte categorii de persoane. În al treilea rând, în Partea a doua discutăm despre *bunurile pe care oamenii le cumpără, dar care și-ar dori să nu existe*. Oamenii pot fi manipulați să cumpere bunuri a căror existență le displace sau pe care chiar o deplâng. Așa cum vom vedea, această problemă ridică o serie de noi întrebări despre manipulare în epoca actuală.

Partea a treia explorează viitorul sau măcar unele aspecte ale acestuia. Două capitole sunt dedicate modalităților de a influența oamenii, sau de a-i îmboldi (*nudging*^{**}), fără a recurge la manipulare. Acord mult spațiu acestei chestiuni întrucât acest concept s-a aflat în centrul activității multor guverne și instituții private, fiind și un subiect care mă pasionează personal; în plus, există multă confuzie în această privință și este important să clarificăm aspectele etice, inclusiv linia de demarcație dintre îmboldire și manipulare. Unii consideră că îmboldirea este manipulative. Poate fi, dar nu neapărat; explorez această chestiune în detaliu. Partea a treia investighează,

* Literal: nămol. Conceptul *sludge* este folosit în economia comportamentală și în zona politicilor publice pentru a defini acele „bariere birocratice” sau „fricțiuni administrative” care constau în proceduri complicate sau inutile. Scopul acestor bariere este de a descuraja oamenii să acționeze și să ia decizii în interesul lor, reducând eficiența și accesul la beneficii. Pentru fluenta lecturii, am decis să folosim cuvintele „bariere birocratice” sau „birocrăție” pentru a traduce acest concept (n.r.).

** Opusul conceptului *sludge*, *nudging* reprezintă utilizarea unor intervenții subtile în arhitectura alegerilor, prin care comportamentul indivizilor este influențat să facă alegeri benefice, fără constrângeri sau interdicții în ceea ce privește libertatea de alegere. Ambele concepte sunt detaliate de autor și Richard Thaler în bestsellerul lor internațional *Nudge*. Ediția finală. (n.r.).

totodată, modurile de utilizare a inteligenței artificiale. Punctul meu de vedere este optimist. Subliniez potențialul inteligenței artificiale de a ajuta oamenii să compenseze lipsa de informații sau distorsiunile cognitive. Totuși observ că inteligența artificială poate produce forme noi și deosebit de dăunătoare de manipulare.

Așa cum vom vedea, manipularea este deseori (nu întotdeauna) un fel de viclenie; îi tratează pe oameni ca pe niște instrumente sau indivizi naivi – ori, mai degrabă, ca pe niște obiecte, decât ca pe niște subiecți. Dacă ținem minte acest aspect, vom înțelege mai bine ce este manipularea și de ce este greșită. După cum vom vedea, manipularea este greșită din multe dintre motivele pentru care și constrângerea este greșită. Nu e mai rea decât constrângerea, e rea într-un mod diferit. E mai perfidă. Manipulatorii nu tratează oamenii cu respect. Aceștia le îngreunează oamenilor luarea unor decizii raționale despre cum să-și trăiască viața.

Constrângerea, minciuna, înșelăciunea și manipularea au multe în comun: toate iau ceva de la oameni fără consimțământul lor. Manipularea poate fi o formă de furt.

Având în vedere aceste aspecte, voi propune un nou drept, adecvat epocii actuale: dreptul de a nu fi manipulat. Vom dedica destul de mult timp definirii sferei de aplicare a acestui drept, iar o parte a discuției va fi ceva mai complexă. Stabilirea conținutului acestui drept nu este o chestiune simplă. Ar trebui să existe un drept *moral* de a nu fi manipulat. Ar trebui să existe și un drept *legal*, dar acesta trebuie definit și limitat la cazurile flagrante, în care se produce un prejudiciu real. Este mult mai greu să definești dreptul de a nu fi manipulat decât pe cel de a nu fi înșelat (și voi avea ceva de spus și despre asta).

După cum vom vedea, Statele Unite au recunoscut, în mod discret, pe 12 august 2024, un fel de drept de a nu fi manipulat:

„Americani nu ar trebui să fie supuși unor practici confuze, manipulative sau înșelătoare online”.* Considerați asta o Declarație de Independență.

Sunt perfect conștient că voi înota împotriva unui curent puternic. Atât în domeniul economiei, cât și în politică, indivizii și instituțiile dispun de capacități fără precedent de a manipula oamenii. Totodată, au un interes major să facă asta. Să luăm, de exemplu, rețelele de socializare, care îți vor atenția și care pot afla cum să te atragă în nesfârșitele meandre ale unor subiecte implicând conspirații, sport, mașini sau sex. Unele dintre cele mai serioase amenințări vor părea, fără îndoială, destul de primitive și destul de inofensive în viitorul apropiat. Noile tehnologii, inclusiv inteligența artificială (IA), vor produce modalități inimaginabil de eficiente de a manipula oamenii, chiar dacă, așa cum vom vedea, SF-ul ajută la stimularea imaginației.

Când am lucrat în administrația federală, am fost șocat de numărul uriaș de minciuni și falsuri care au atras atenția publicului. Mi-am dat seama că „orice poate fi gândit va fi spus”. În ceea ce privește tehnologia, este doar o ușoară exagerare să spunem că „orice poate fi folosit va fi folosit”. (Faptul că e o exagerare este important; ia în considerare armele nucleare.) Duhurile odată eliberate sunt rareori puse la loc.

Totuși: consumatori, investitori, lucrători și cetățeni ai lumii, uniți-vă; nu aveți nimic de pierdut în afară de lanțuri.

* Vezi Biden-Harris Administration Launches New Effort to Crack Down on Everyday Headaches and Hassles That Waste Americans' Time and Money (12 august 2024), www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/08/12/fact-sheet-bidenharris-administration-launches-new-effort-to-crack-down-on-everyday-headaches-andhassles-that-waste-americans-time-and-money/.

Partea
întâi | Teoria

1 | Definirea manipulării

În 2012, echipa Data Science a Facebook a hotărât să realizeze un experiment pentru a vedea dacă și cum poate influența emoțiile utilizatorilor platformei*. Vreme de o săptămână, membrii acesteia au modificat fluxurile a 689 003 utilizatori Facebook. Unii dintre ei au fost expuși la mai puține postări conținând cuvinte sau expresii pozitive, în timp ce alții au văzut mai puține postări conținând cuvinte sau expresii negative. Întrebarea era simplă: va schimba această intervenție tipurile de emoții pe care le manifestau utilizatorii Facebook online? Cu alte cuvinte, va înregistra platforma o *contagiune emoțională*?

Răspunsul a fost clar. Facebook avea într-adevăr putere asupra emoțiilor utilizatorilor săi. Persoanele care au fost expuse la mai puține postări negative au ajuns să publice mai puțin conținut negativ, iar cele expuse la mai puține postări pozitive au avut mai puține postări pozitive. Așa cum afirmau autorii, „emoțiile exprimate de alții pe Facebook ne influențează propriile emoții, constituind dovezi experimentale ale unei contagiuni pe scară largă prin intermediul rețelelor de socializare”.

Experimentul a provocat o alarmă generală, pentru că oamenii au înțeles imediat implicațiile: dacă o platformă de socializare ar dori să manipuleze sentimentele utilizatorilor săi, ar putea face acest lucru. O platformă ar putea probabil să

* Adam D.I. Kramer et al., Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion Through Social Networks, 111 *PNAS* 8788 (2014), disponibil la www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.132004011.

facă oamenii să se simtă mai triști sau mai furioși ori, dimpotrivă, mai fericiți sau mai iertători.

Este una dintre cele mai puternice scene din istoria televiziunii. Don Draper, carismaticul protagonist al serialului *Mad Men*, este însărcinat să realizeze o campanie publicitară pentru Kodak, care tocmai inventase un nou proiector de diapozitive cu vizionare continuă. Acesta funcționa ca o roată. Folosind dispozitivul pentru a afișa scene dintr-o familie cândva fericită (care se întâmplă să fie propria familie, acum destrămată), Draper le spune potențialilor clienți*:

În limba greacă, „nostalgie” înseamnă literalmente „durere cauzată de o rană veche”. E o înțepătură în inimă, ceva mult mai puternic decât o simplă amintire. Acest dispozitiv nu este o navă spațială. E o mașină a timpului. Merge înapoi, merge înainte. Ne duce într-un loc în care tânjim să ne întoarcem. Nu se numește Roata. Se numește Caruselul. Ne permite să călătorim așa cum o face un copil. În cerc, iar și iar, și apoi înapoi acasă... într-un loc unde știm că suntem iubiți.**

Clienții de la Kodak sunt cuceriți. Și anulează întâlnirile cu alte companii.

* Vezi *Mad Men*, Citate, IMDB, www.imdb.com/title/tt1105057/quotes

** Revelator, în această scenă, e că nostalgie înseamnă de fapt „dorul pentru o întoarcere acasă”, iar nu „durere cauzată de o rană veche”.

În 2018, firma Cambridge Analytica a obținut datele cu caracter personal ale aproximativ 87 de milioane de utilizatori Facebook. A făcut-o prin intermediul unei aplicații numite „This Is Your Digital Life” („Aceasta e viața ta digitală”). Aplicația le pune utilizatorilor o serie de întrebări concepute pentru a afla câte ceva despre personalitatea lor. Folosind aplicația, oamenii au oferit, fără să știe, Cambridge Analytica nu doar răspunsuri la întrebări, ci și permisiunea de a accesa milioane de date individuale, bazate pe istoricul lor de utilizare a internetului. Cu alte cuvinte, s-a considerat că cei care au răspuns la întrebările relevante au fost „de acord” să permită Cambridge Analytica să le urmărească comportamentul online. Și mai mult, aceștia au acordat companiei acces la un mare număr de date individuale privind activitatea online a tuturor prietenilor lor de pe Facebook.

Pe baza acestor date individuale, Cambridge Analytica considera că are capacitatea de a practica „știntirea psihologică”. Compania s-a folosit de comportamentul online al oamenilor pentru a elabora profiluri psihologice, încercând apoi să le influențeze comportamentul, atitudinile și emoțiile prin intervenții fundamentate psihologic.

Cambridge Analytica aprecia că, prin intermediul acelor intervenții, ar putea influența opțiunile politice ale indivizilor. Potrivit unui fost angajat al companiei, scopul acestui demers era de a folosi informațiile obținute despre oameni pentru a construi „modele care să exploateze ceea ce știam despre ei și să le vizeze demonii interiori”.^{*} Să ne oprim puțin aici, vă

^{*} Anne Barnhill, „How Philosophy Might Contribute to the Practical Ethics of Online Manipulation”, în *The Philosophy of Online Manipulation*, pp. 49, 50-1 (Fleur Jongepier și Michael Klink, editori, 2022).