

ASUPRA PUTERII

(de Mircea Digulescu)
25.04.2012

ABSTRACT

Acest eseu abordeaza tema *puterii*, discutand modul in care ea ia nastere si dispare precum si dinamica puterii membrilor unui grup (sau societate). Informatiile prezentate in cadrul acestei lucrari prezinta interes in urmatoarele privinte:

- Sporesc intelegerea cititorului cu privire la modul in care puterea este exercitata de altii asupra sa;
- Imbogatesc arsenalul personal de influentare al cititorului cu noi optiuni (acest lucru poate sa conduca la sporirea puterii, dar doar in masura in care respectivele optiuni *sunt aplicate* cu succes);
- Servesc la clarificarea evenimentelor (si motivatiilor care stau la baza lor) ce au loc in cadrul proceselor de putere statale (e.g. alegeri, relatii inter-institutionale).

Principalul context al discutiilor despre putere este cadrul statal. Cele mai multe exemplificari, consecinte si aplicatii vor fi conexe temei „Puterea in stat”. Scopul declarat al lucrarii este de a servi cititorului ca baza pentru digerarea corespunzatoare a urmatorului eseu, „Despre Alegeri si Vot” care va oferi informatii utile referitoare la impactul votului intr-un sistem electoral din cadrul unei *democratii reprezentative* [1]. Multe dintre conceptele prezentate sunt perfect aplicabile oricarui context social, inclusiv celor mai restranse (e.g. mediu organizational, grup de cunostinte, etc.). Astfel, parcurgerea acestui material poate servi la dezvoltarea personala a cititorului.

INTRODUCERE

Fara a se pretinde ideala, urmatorul inteles al termenului de putere va fi adoptat ca definitie operativa pentru restul articolului.

Puterea reprezinta capacitatea individului de a afecta viitorul in sensul dorit de el.

Pentru a-si atinge scopurile (oricare ar fi ele) individul exercita *putere* schimband, mai amplu sau mai superficial, viitorul prin interventia sa. Uneori, un singur om are destula putere pentru a-si atinge scopul fara implicarea altora (e.g. Un pescar poate prinde peste doar folosind unelte sale, fara ajutorul celorlalti). Totusi, in societatea actuala, aproape intotdeauna, individul *are nevoie de cooperarea altora* pentru a-si atinge un scop (eventual comun) – (e.g. Mai multi lucratori dintr-o fabrica conlucrând la

realizarea unui avion). Ca atare, puterea asupra altor indivizi este adesea mai utila decat puterea asupra naturii inanimate: Daca nu poti sa faci singur un lucru, va trebui sa convingi pe altii sa faca lucrul respectiv pentru tine!

Un aspect demn de notat este acela ca NIMENI (individ sau grup) nu a dispus si nu dispune de Putere Absoluta. Nimeni. Nici asupra cadrului natural inanimat si cu atat mai putin asupra oamenilor. Puterea detinuta de diferiti actori vizeaza anumite privinte (e.g. un angajator poate determina un muncitor in constructii sa lucreze 8-10 ore pe zi dar probabil nu si sa isi paraseasca nevasta). Multe privinte nici nu prezinta vreo utilitate deosebita pentru cel care exercita puterea.

De lungul istoriei (asa cum este ea perceputa de autor), educatia formala s-a focalizat aproape exclusiv pe imputernicirea proaspetelor exemplare ale speciei umane (copiilor) vis-a-vis de elementele non-umane ale naturii (vezi aici [2] cateva exemple de lucruri pe care nu le inveti la scoala). Astfel, privita la nivel de specie, umanitatea a reusit sa capate o intelegere si o putere grozava asupra elementelor naturii (reusind, printre altele, sa construiasca zgarie-nori, nave spatiale, centrale [si arme] atomice, sa cloneze oi, sa dezvolte terapii pe baza de gene, precum si multe alte). Totusi, beneficiile acestor salturi stiintifice si tehnologice a fost si sunt extrem de neuniform impartite in cadrul membrilor speciei (un argument ar putea fi considerat [3]).

Tocmai datorita puterii fenomenale a speciei umane (comparativ cu alte forme de viata cunoscute) asupra celorlalte fenomene naturale s-ar putea afirma metaforic ca „Cine controleaza omul, controleaza lumea!”. Astfel, este doar firesc ca anumiti indivizi ai acestei specii sa se fi specializat, ca parte a evolutiei lor, pe castigarea de putere asupra semenilor lor mai degraba decat pe intelegerea universala a naturii inconjuratoare (desi acest element poate ajuta). Acesta teza este sustinuta si de faptul ca exista diferente insemnate intre *resursele si capabilitatile personale* utile sporirii puterii asupra oamenilor (e.g. asa numita „inteligenta emotionala” [4]), fata de cele necesare intelegerii si controlului naturii in general (e.g. inteligenta cognitiva generala [5]). [N.B. : O discutie mai ampla pe aceasta tema se va regasi in viitorul articol „Asupra Omului si Vietii”].

Cum procesele politice dintr-o societate (inclusiv alegerile si votul) reprezinta, prin excelenta, procese de putere inter-umane, mijloacele acestui tip de putere vor fi explorate in continuare.

SURSELE PUTERII

Este esentiala intelegerea motivelor pentru care un individ capata putere asupra altora si a catorva implicatii. Oamenii nu se supun exercitiului puterii unui individ (sau grup) asupura lor din neant, ci ca urmare a folosirii de catre acesta a unor surse (izvoare) de putere. Principalele surse de putere sunt discutate mai jos:

- Cointeresarea („Pull”): Oferirea (explicita sau implicita) de avantaje (materiale, spirituale, interpersonale) concrete in schimbul cooperarii. Transferul efectiv poate avea loc inaintea momentului cooperarii sau poate fi programat dupa cooperare. Oferta poate viza o cooperare punctuala (e.g. „ma votezi la urmatoarele alegeri”) sau continuata (e.g. „contribui la implementarea agendei partidului meu prin toate actiunile tale”). In cazul secund, se poate vorbi despre o *cooptare* a individului. Premizele fundamentale ale succesului cointeresari sunt *utilitatea subiectiva a ofertei* (e.g. unii indivizi ar putea valoriza o masina noua mai putin decat, de pilda, o relatie sentimentala cu un partner compatibil) si *credibilitatea ofertei* (riscul perceput de individ ca schimbul sa nu se materializeze din diferite motive). De remarcat ca, in situatii complexe (cum este schimbarea destinului unui stat), perceptia riscului joaca un rol esential: Primirea avantajelor este de regula programata ulterior „castigarii puterii in stat” si, ca atare, pe langa aprecierea riscului de razgandire (i.e. inselaciune), individul tine cont si de sansa de reusita a demersului ofertantului. Se observa astfel de ce majoritatea candidatiilor sunt interesati ca victoria lor sa para sigura, inevitabila. La fel de aparent este acum si de ce un actor care este perceput ca „fiind deja la putere” are un avantaj atat de mare: ofertele lui par mai credibile (uneori e posibil chiar ca transferul sa se produca imediat, anterior momentului cooperarii). [N.B.: S-ar putea ca multe beneficii materiale transferate de cineva „aflat deja la putere” dar care care ulterior o pierde sa fie suspendate sau anulate de viitoarea putere (in mod legitim sau nu, „legal” sau nu)].
Totodata, ofertantul poate specula o serie intreaga de elemente conjuncturale pentru a convinge: lipsa de informatii despre oferte si alternative mai bune, gandirea pe termen scurt, necunoasterea propriei puteri, si mai ales tendinta multor indivizilor de a actiona solitar, fara a cauta activ sa construiasca aliante avantajoase (si ca atare aderand la aliante defavorabile lor pentru simplul motiv ca doar reprezentantii acestora i-au contactat).
- Coercitia („Push”) [6]: Amenintarea (implicita sau explicita) cu suferirea unor consecinte nedorite in cazul necooperarii. Psihologic coercitia reprezinta opusul cointeresarii, chiar daca rational ea este doar un caz particular al ei (oferirea oportunitatii de a evita o consecinta negativa). Toate conceptele (e.g. utilitate, credibilitate) si implicatiile discutate anterior raman valabile si in cazul coercitiei. Diferenta notabila tine de *efectul psihologic* al utilizarii coercitiei: Cel care face uz de ea (in special *ilegitim*) va genera resentimente, va fi perceput negativ, adversarial (poate chiar va fi urat) de catre tinta. Desi cooperarea pe termen scurt poate fi asigurata in acest fel, adesea sansele exercitarii ulterioare a altor surse de putere (mai ales cand amenintarea represariilor nu mai este credibila) scad dramatic. Totodata, in timp, tinta poate sa accepte producerea efectului amenintarii si puterea asupra ei sa dispara complet. In functie de gravitate, este chiar posibil ca tinta sa caute sa se razbune, inclusiv prin mijloace care ii

creaza si ei un prejudiciu important (poate chiar mai mare decat cel cu care a fost amenintata).

Din aceste considerente, cel mai frecvent, coercitia este exercitata prin interpusi - asemanator rutinei „good cop/bad cop” [7] sau este combinata cu cointeresarea (in acele „oferte dulci-amare”). [N.B.: Coercita poate fi legitima si chiar necesara in anumite cazuri (e.g. „Amenintarea implicita a infractorilor potentiali cu pedeapsa”)].

- Sensibilizarea („Preparation”): Construirea unei relatii pozitive cu o persoana *anterior* momentului solicitarii cooperarii, in scopul cresterii susceptibilitatii ei la doleantele proprii. Sensibilizarea poate presupune oferirea de *cadouri* (i.e. avantaje [nu neaparat materiale] pentru care nu este solicitat nimic in schimb) sau alte tactici psihologice interpersonale pozitive (e.g. oferirea de laude si feedback pozitiv in discutii). Dezideratul unei relatii pozitive poate fi sincer (bazat pe identitatea de valori, compatibilitatea personalitatilor, etc.) sau interesat (urmarind strict cooperarea ulterioara). Cand reuseste [N.B.: unele persoane pot lasa impresia ca sunt sensibilizabile doar pentru a primii avantaje „gratis”], persoanele astfel sensibilizate tind sa accepte mai usor solicitari ulterioare de cooperare, chiar unele ce aduc atingere valorilor sau intereselor lor rationale.
- Preventia („Prevention”): Presupune ferirea subiectului de „influenta daunatoare” si limitarea capacitatii efective a acestuia de a colabora (e.g. constitui aliante) cu anumiti indivizi. In mod tipic, preventia este exercitata colectiv (de catre un grup de indivizi) si intr-un cadru structurat (institucional, national). Cateva tipuri de preventie sunt discutate in randurile urmatoare:
Controlul Informatiilor (selectia si manipularea datelor la care subiectul este expus) este discutat mai jos.
Controlul Programului (acoperirea cu activitati controlate, „sigure” – munca, transport, odihna, recreere, educare, etc. – a cvasi-totalitatii momentelor din viata relevanta a subiectului, astfel incat acesta sa nu aiba, de facto, timpul sa dezvolte relatii politice cu alti indivizi, iar cand incearca sa fie prea obosit pentru a fi eficace) este unul din cele modurile cele mai puternice de prevenire a cooperarii directe intre indivizi cu scopuri comune, fiind in acelasi timp si cel mai dificil de impus.
Controlul Anturajului (limitarea expunerii subiectului la indivizi ce l-ar putea influenta nedorit) capata doua forme: (i) imedicarea abordari de catre subiect a unor indivizi indezirabili si (ii) imedicarea abordarii subiectului de catre astfel de indivizi. Impedirea se poate produce fie prin bariere conventionale (granite politice, separare geografica, disiparea grupurilor ad-hoc, etc.), fie, mai important, prin prevenirea descoperirii reciproce a persoanelor interesate de a interactiona (i.e. subiectul nu va stii pe cine sa abordeze, cu cine sa ia legatura; poate nu va stii nici ca exista persoane care impartasesc aceleasi valori sau cu care ar fi in interesul lui sa ia interactioneze). S-ar putea chiar ca doua

persoane, in esenta impartasind aceleasi interese si avand capacitatea de colaborare neingradita fizic, *sa nu realizeze acest lucru* – e.g. sa se judece gresit una pe cealalta (e.g. un intelectual sa considere orice miner prost si violent) ca urmare a propagandei sau din alte cauze (e.g. prejudecati). Totodata, este posibil ca persoane despre care subiectul considera (ca urmare a propagandei sau dezinformarilor) ca sunt apropiate intereselor lui sa fie defapt cei mai nocivi acestora (e.g. un subiect „saturat de cum merg lucrurile” in statul sau – promovat nejustificat ca fiind o „democratie” – sa decida ca extremismul sau dictatura sunt forme preferabile de guvernare si, ca atare, sa caute sa se asocieze cu astfel de persoane).

Controlul Interactiunilor (limitarea interactiunilor ce au loc intre indivizi, odata ce acestia au capacitatea si dorinta de interactiune) cuprinde descurajarea sau prevenirea formelor indezirabile de interactiune. Intr-un mediu controlat (e.g. la locul de munca) poate capata forma interventiilor punctuale menite sa curme o discutie cu potential de a aluneca intr-o directie nedorita, interzicerii anumitor activitati in spatiul respectiv prin regulamente, etc.. Mai eficace in schimb este diminuarea dorintei individului de a se angaja intr-un comportament nedorit (descurajarea sa) prin propaganda (e.g. stigmatizarea activitatii respective, exagerarea riscurilor aferente, interzicerea prin lege, s.a.m.d.). O modalitate de stigmatizare (las la aprecierea cititorului daca justificata sau nu), care totusi a pierdut mult din influenta (dar se pare ca nu complet) a fost emiterea de „norme” religioase de catre cler (autorul a fost amuzat sa citeasca [8]).

De remarcat ca, adesea, grupuri de persoane, cu rea credinta, pretind, in mod nejustificat, ca preventia este exercitata asupra sau in legatura cu ele (cand in realitate sunt sincer indezirabile pentru persoanele cu care doresc sa interactioneze) doar pentru a atrage atentia, pentru a deturna agenda unei discutii, a tergiversa luarea unei decizii, sau, mai grav, pentru a „demoniza” persoana acuzata in viziunea opiniei publice.

Nota Bene: Desi, din descrierea anterioara, poate parea ca preventia in esenta este intotdeauna ilegita, exista cazuri izolate cand ea este justificata: De exemplu, cand subiectul nu are capacitatea necesara (e.g. discernamant) pentru a intelege el insusi veridic influentele la care este supus (e.g. un parinte *poate fi* justificat in a limita anturajul copilului lui pentru a evita asocierea sa cu infractori sau alte persoane viclene si periculoase). In aceste cazuri izolate este esential ca subiectului sa fie adus la stadiul in de a avea aceasta capacitate si nu tinut, in permanenta, impotriva vointei sale, departe de influente competitive.

- Controlul Informatiei: Selectia si manipularea datelor la care subiectul este expus. Controlul Informatiei (atins prin ceea ce se numeste, eufemistic, Razboi Informational) confera o putere fenomenala celui care il exercita cu succes. Daca nu credeti, va propun urmatorul experiment mental: „Ganditi-va la ultima data cand ati prestat o activitate sau ati vandut ceva. Aproape sigur ati primit in schimbul efortului dumneavoastra bani. Poate nici macar nu i-ati primit in mana, ci au fost transferati intr-un cont bancar al carui sold l-ati consultat. Valuta tranzactiei probabil a fost cea nationala (e.g. RON) sau alta larg cunoscuta

(e.g. USD, EUR). Dar daca va oferea cineva sa va plateasca in *meticali* [9] sau in *SUCRE* [10]? Probabil ati fi reflectat indelug daca veti putea cumpara ceva cu acesti bani si poate chiar v-ati fi pus intrebarea daca va fi necesar sa calatoriti in Mozambic. Fara indoiala ar fi trezit neincredere. Totusi, in valutele familiare ati avut incredere implicit, fiind convins ca veti putea convinge pe oricine sa le accepte ca plata fara probleme. De ce? Cunoasteti mecanismele monetare dupa care functionaza EURO, sa zicem? Probabil ca nu si nici nu va pasa de ele prea tare! Probabil ca nu cunoasteti nici tratatele internationale in domeniu monetar si nici nu v-ati pus problema daca veti gasi ce sa cumparati cu acesti bani peste o luna. Doar aceste lucruri au functionat dintotdeauna, nu? Ei bine, *convingerea interna* in realitatea puterii de cumpara a EURO, sa zicem, este rezultatul *Controlului Informatiei*. Chiar daca este o incredere justificata (bazata pe un fapt real), ea exista ca urmare a informatiilor neverificate care v-au parvenit (e.g. pe canale media, de la banca, de la comerciantii de la care ati cumparat) si nu ca urmare a cunoasterii fidele a starii de fapt.” Diferentele dintre gradul de cunoastere a realitatii al unui actor fata de al altuia genereaza ceea ce se numesc *asimetrii informationale*.

Controlul Informatiei, ca sursa de putere, vizeaza urmatoarele aspecte:

Cenzura – eliminarea din fluxul informational la care subiectul este supus a informatiilor „periculoase” (e.g. existenta alternativelor preferabile colaborarii cu cel care exercita puterea). Cenzura se poate produce in mai multe moduri: restrictionarea efectiva a surselor de informare, supraincercarea informationala (astfel incat, chiar daca are acces la sursele informative de calitate, subiectul nu le va sesiza in amalgamul de date pe care le are la dispozitie), discreditarea surselor vizate (e.g. „Postul X de televiziune sustine doar interesele lui Y”) cu scopul de demotiva subiectul in a le consulta, precum si conditionarea preemtiva (chiar daca subiectul accede la respectivele informatii, nu le va intelege, fie datorita lipsei de educatie fundamentala, fie ca urmare a *aprecierii gresite a intelesului unor termeni*).

Propaganda – inocularea in mintea subiectului a anumitor mesaje, idei sau intelesuri pe care acesta sa le considere realitati. Respectivele idei pot fi sau nu conforme cu realitatea obiectiva.

Dezinformarea – in situatia in care cenzura si propaganda nu produc efectele scontate, dezinformarea are rolul de a genera confuzie (conform dictonului „Daca nu-i poti convinge, deruteaza-i!”) si de a canaliza eforturile indivizilor si grupurilor, care au hotarat sa treaca la actiune, in directii gresite (e.g. gasind aliati persoane care, in fapt, au interese complet contrare).

Uzul de informatii – accesul la anumite date operative relevante permite detinatorului lor sa actioneze eficient (e.g. cunoasterea raspandirii teritoriale a unei resurse naturale pretioase este utila in dimensionarea investitiilor in terenuri).

- Carisma: Felul de a fi al unei persoane (stilul personal), dar si valorile, principiile si convingerile sale pot genera *buna credinta* (goodwill) in randul celor cu care intra in contact, in functie de amploarea compatibilitatii cu

acestea. Aceasta buna credinta poate fi produce efecte pozitive, in sensul cooperarii intre doi indivizi asemenea, ce impartasesc obiective comune, dar si efecte nedorite precum erori de logica sau proces decizional precar (e.g. gandire de grup [11]). Carisma poate genera si *devotament afectiv*.

- Calitatea de expert: Cunostintele, abilitatile si capacitatile proprii, independente de cooperarea subiectului (e.g. expertiza in domeniul tehnologiei informatiei, abilitatile de negociere, abilitatea de a construi avioane de lupta) confera putere atat prin varianta exercitarii lor directe, cat si ca parghie de influenta. O abilitate rara ofera sansa de a „pune ceva pe masa” intr-o eventuala negociere. Totodata, calitatea de expert intr-un domeniu, *recunoscuta de interlocutor* face ca opinia exprimata in acel domeniu (inclusiv cu privire la o actiune viitoare – „ce ar trebui facut”) sa fie pretuita si poate chiar adoptata ca atare. Un aspect foarte important de retinut, vis-a-vis de experti, este acela ca *si ei sunt oameni* – si ca atare au o agenda personala, niste obiective proprii si, prin urmare, ca pot prezenta selectiv sau chiar denatura informatiile oferite, profitand de nepriceperea interlocutorilor. In special in domenii puternic politizate (economie, drept) o opinie despre „ce e corect sau bine de facut” este lipsita de substanta fara a se preciza *ce se urmareste* (e.g. a fost salvarea bancilor [12] o actiune „buna”? Pentru managerii si actionari lor desigur! Pentru lucratorii din fabrici probabil ca existau variante mult mai convenabile. Poate ca la fel si pentru bancile care *nu au primit ajutoare* sau afacerile care aveau linii de credit la astfel de banci).

Chiar daca este imposibil ca toate persoanele sa fie expert in toate domeniile (si nici nu este necesar), **cu cat cineva poseda cunostinte mai aprofundate intr-un anumit domeniu, cu atat marja de manevra a expertilor rau-intentionati este mai mica**. Este lesne de inteles cat de importanta este in acest scop educatia fundamentala (mai ales in stiinte) si abordarea pragmatica, stiintifica de descoperire a adevarurilor (vezi Metoda Stiintifica [13]).

- Autoritatea: Reprezinta disponibilitatea apriorica a subiectului de a se conforma directivelor unei alte persoane aflate intr-o pozitie de autoritate. Exemple includ structurile militarizate (ierarhice), lanturile organizationale ale autoritatii (relatia sef – subaltern) dar si relatiile de autoritate informale (e.g. din cadrul miscarilor sociale sau din voluntariat). Efectul esential al autoritatii este acela ca cel supus exercitiului ei va actiona chiar si (i) in absenta informatiilor complete; (ii) contrar convingerilor personale; si (iii) raspunzand limitat pentru faptele sale (raspunderea fiind la cel care comanda). Demn de notat, relativ la autoritate, este ca aceasta produce efecte doar in masura in care este recunoscuta. Uneori, chiar daca este public recunoscuta, prin varii subterfugii poate fi subminata. In aceasi masura, poate fi utilizata ca pretext pentru a justifica abuzuri insemnate sub scuza „am ascultat ordinele” (adesea aceasta scuza este insuficienta in cazul infrangerii sursei de autoritate [14]). Autoritatea are, cel mai frecvent, si o componenta de coercitie (consecinte ale nesupunerii). De

asemenea, autoritatea este *specifica anumitor situatii* (e.g. atributii de munca, conform fisei postului, etc.), subtiindu-se consistent in afara acestora.

Insasi esenta autoritatii tine de *izvorul de legitimitate* (e.g. cadru constitutional in cazul reprezentantilor statali, contractul comercial sau de munca in cazul relatiilor private) pe care se bazeaza, ea fiind erodata sau chiar disparand complet cand acesta este „secat”: Chiar daca un (fost) reprezentant va avea acces la canale de comunicatie privilegiate cu alti actori (e.g. un sef al jandarmeriei cu echipajele operative), acestia din urma vor acorda din ce in ce mai putina importanta doleantelor sale, pe cat legitimitatea demintarului se va clatina (in perceptia lor), ei tinzand sa dea din ce in ce mai multa importanta elementelor (i)-(iii) si, de asemenea, sa ia in calcul repercursiunile executarii unor ordine ilegale.

- Persuasiunea: Convingerea individului de a adopta o pozitie (un punct de vedere) diferita de cea anterioara. Persuasiunea poate presupune: (i) prezentarea convingatoare de noi informatii (eliminarea asimetriilor informationale) - logos; (ii) schimbarea distributiei incarcaturii emotionale a subiectului (e.g. a face un soldat sa realizeze ca el valorizeaza mai mult interesul national decat propria siguranta) – pathos; si (iii) construirea de incredere in intentiile si caracterul celui care incearca sa convinga – ethos. Atunci cand este bazata pe adevaruri factice, persuasiunea este una dintre cele mai legitime surse de putere (i.e. ajuta subiectul sa realizeze ceea ce doreste de fapt). Este, de asemenea, dificil de exercitat in acest fel cand subiectului ii lipsesc o serie de cunostinte fundamentale, stiintifice. Orice tentativa de persuasiune asupra unei persoane trebuie sa tina cont de *modelul mental initial* (rational si emotional) al acesteia si sa il foloseasca ca punct de plecare. Acestea fiind spuse, multi actori fac uz de **erori de logica** pentru a convinge un subiect mai putin alert. Cateva tipuri importante de astfel de erori sunt discutate aici: [15]. Autorul recomanda cu tarie consultarea acestei referinte.
- Reteaua de influenta: Presupune exercitarea puterii asupra subiectului indirect, prin intermediul retelei sociale [16] proprii: „Daca nu-l poti convinge direct, convinge-i pe altii sa-l convinga”. Este imposibil sa fie exagerata amploarea acestei surse de putere. Iata un argument ilustrativ: In 2011, numarul median de prieteni pe Facebook al unei persoane era 100 (media aritmetica 190) [17]. In acest context, autorul considera 200 (aproape de medie) o estimare buna a numarului asteptat de contacte sociale ale unui individ activ care nu este persoana publica sau vedeta. 200 de persoane. Asta este tot ce poate, in medie, un individ sa influenteze *direct*! Chiar daca exista persoane cu peste 2000 de contacte sociale, este improbabil ca legaturile cu fiecare dintre acestea sa fie suficient de stranse (in contextul in care doar a contacta pe fiecare din cele 2000 intr-un singur an ar presupune peste 5 contacte *cu persoane diferite* pe zi!) pentru a avea relevanta practica. Cu toate acestea, aproape toti indivizii

au putere si asupra unor persoane cu care nu au interactionat anterior deloc (e.g. un pacient asupra unui medic) si chiar asupra unora cu care nici nu vor interactiona vreodata direct (e.g. un director general asupra unui angajat executant). In contextul acesta, un model mental pragmatic al societatii (sau oricarui sub-sistem) este acela al **unui graf in care nodurile sunt indivizi si muchiile sunt relatii de putere (eventual in anumite privinte) intre ei**. Astfel, sursele de putere mentionate pana acum afecteaza „taria” unei singure muchii (vezi [18]) (i.e. puterea 1-la-1), pe cand puterea generala (vezi [19]) se poate „propaga” din nod in nod prin intregul graf (vezi [20]). Avand in minte acest model, urmatoarele aspecte sunt important de avut in vedere:

Formarea retelei: Nu poate exista un indicator absolut (i.e. o ordine totala) care sa masoare cat de mult este capabil un individ (sau grup) sa dezvolte putere asupra altora. Persoane diferite vor avea capacitati diferite de a dezvolta ganqing [18] cu altele, in functie de o serie de factori personali si conjuncturali. Spre exemplu, un antrenor de fotbal – obisnuit cu un anumit stil de leadership, perfect functional asupra fotbalistilor – s-ar putea sa aiba mari dificultati in a dezvolta putere asupra unui grup de programatori software, obisnuiti sa fie convinsi rational inainte de a efectua o actiune. De asemenea, o persoana supusa Controlului Informatiei va fi mult mai dificil de influentat de cineva care nu cunoaste modelul sau mental sau care doar catalogeaza ca false convingerile acesteia. Din experienta empirica a autorului, schimbarea unor convingeri (chiar vadit gresite) adanc inradacinate in mintea subiectului este un demers puternic consumator de efort si timp, chiar si atunci cand elemente socio-culturale si de incredere sunt impartasite. Ca atare, desi acest demers (de educare a celor cu false convingeri) este util si necesar, poate un prim pas de impact mult mai mare ar fi asocierea cu persoane care *deja* impartasesc convingerile si obiectivele dorite.

Tratamentul colectiv: Cum graful social poate deveni foarte mare (doar exista ~ 7 miliarde de indivizi pe glob), uneori devine imposibila abordarea fiecarui caz in mod individual. Ca atare indivizii sunt grupati dupa categorii de trasaturi comune relevante, ale lor si ale situatiei lor particulare, alcatuind *segmente* (vezi [21]) care servesc drept baza pentru un tratament colectiv. Abordari *personalizate* sunt posibile doar pe baza tehnologiilor de automatizare (e.g. sisteme software), care, pe baza unui set (eventual adaptiv) de reguli, modereaza interactiunea (tipic a unei organizatii) cu fiecare individ in parte pe baza informatiilor despre acesta (e.g. oferte personalizate de la agentii de telefonie mobila).

Efectul de aglomerare („clustering”): Poate daca ati avea de ales intre a onora o invitatie la cina a lui Popescu Gheorghe (amicul dumneavoastra) sau a lui George Bush (fostul presedinte american), probabil o veti alege pe ultima, chiar daca poate ca persoana primului va este mult mai agreabila. Tendinta actorilor de a se orienta spre a dezvolta relatii cu alti actori pe care ei ii percep ca fiind puternici, genereaza uneori un „efect de avalansa” – o profetie autoimplinitoare – in care cei care sunt puternici social devin si mai puternici. De remarcat ca, adesea, aceasta preferinta psihologica catre cel mai puternic nu genereaza

cele mai favorabile rezultate pentru decident: daca actorul puternic are o alta agenda decat decidentul (e.g. doreste sa devina dictator absolut), cel slab va primi doar „firimituri” (mici compromisuri) in schimbul cooperari sale (sau poate chiar nimic – subiectul facand obiectul unei manipulari sau unor false promisiuni efective sau insinuate). Indiferent de cauze, pe moment, fenomenul aglomerarii, in deosebi in influentul domeniu economic este o realitate (vezi [23]).

De remarcat ca aceste surse de putere sunt valabile si pentru grupuri (aliante) de indivizi in raport cu alti indivizi sau grupuri (e.g. puterea unei companii asupra angajatilor). Pentru ca o colectie de indivizi sa formeze un grup, in sensul afirmatiei anterioare, este necesar ca ei sa aiba capacitatea de actiune colectiva (i.e. sa vrea si sa poata conlucra intr-o anumita privinta).

Un element de foarte mare impact, relativ la putere, ce nu a fost ca atare discutat in aceasta sectiune, este *leadershipul*. Pe langa efectul punctual, adesea tranzactional, al exercitarii surselor de putere discutate mai devreme asupra comportamentului subiectului, exista tehnici deosebit de eficace pentru a afecta insasi esenta sa valorica si ideatica precum si intreaga scara de obiective intermediare. Acestea sunt inglobate in conceptul de leadership transformational [24]. Desi se poate folosi partial si de surse de putere dintre cele discutate anterior (in special Carisma, Persuasiune, Senzibilizare, Preventie si Control Informational), acesta vizeaza crearea unor trairi afective puternice (preponderent pozitive) dar si trainice, durabile, care il inspira pe subiect sa fie capabil de eforturi si privatiuni personale ce depasesc cu mult sfera celor obisnuite. Tehnici specifice leadershipului includ Managementul Atentiei, Semnificatiei, Increderei si Sinelui. Asemenea tuturor surselor de putere, leadershipul poate fi folosit legitim, benefic pentru subiect (chiar si in afara sensului fizic, corporal) sau nu. Acest subiect va fi aprofundat intr-un viitor articol, „Asupra Omului si Vietii”.

Mai multi autori au publicat lucrari pe tema puterii. Un punct de pornire pentru a afla mai multe este aici: [25].

DINAMICA PUTERII

Aspectul cel mai important al Puterii, cel care este adesea pierdut din vedere de multi, este caracterul ei dinamic: Cel care azi are putere, maine poate sa nu mai aiba, iar cel care era lipsit de putere sa o dobandeasca. Acest fenomen, in mod evident, nu se produce „de la sine” ci este produsul mai multor factori printre care se numara si actiuni efective ale unor actori sociali.

De asemenea, societatea (si realitatea in general) este in perpetua schimbare, atat la nivel global cat si individual. Astfel, insasi dezideratele actorilor pot suferi modificari, pe masura ce cunoasterea mediului inconjurator sporeste, odata cu aparitia noilor

tehnologii (care permit, spre exemplu, automatizarea celei mai mari parti a muncii de sustinere a vietii), odata cu cristalizarea valorilor si identitatii proprii, odata cu maturizarea sau imbatranirea, etc. Acest lucru poate schimba „balanta puterii” dintre actori, poate produce noi aliante (sau destrama unele istorice, care nu mai sunt relevante) si poate remodela insasi fabrica sociala in ceva de nerecunoscut.

La nivel bilateral (corespunzator muchiilor din graful social), balanta de putere sufera schimbari in principal datorita scaderii sau sporirii unora dintre sursele de putere discutate mai devreme (sau a impactului *leadershipului*). Cateva aspecte non-triviale legate de acest fenomen sunt:

- Anumite surse de putere (e.g. cointeresarea cu indeplinirea promisiunii ulterioara cooperarii, coercitia, autoritatea, carisma) **au la baza perceptia subiectului** vis-a-vis de puterea efectiva a celui care o exercita si vis-a-vis de realitatea inconjuratoare (e.g. in cazul Controlului Informatiei), situatia de fapt concreta. Astfel, nimeni nu va actiona in baza promisiunilor unui candidat politic despre care crede ca sigur va pierde. La fel, nu va da crezare amenintarilor (coercitiei) unei persoane percepute ca fiind lipsite de capacitatea de a le pune in aplicare. Cea mai importanta perceptie vizata este aceea a magnitudinii puterii de tip retea: Exceptand mici favoruri personale (tinand eventual de calitatea de expert de pilda), toate celelalte surse de putere se bazeaza implicit pe capacitatea individului de a determina *pe altii* sa treaca la actiune (e.g. un dezvoltator imobiliar isi convinge clientii sa lucreze cu el si sa ii plateasca avans apeland la increderea lor ca el va putea, direct sau indirect, sa determine un set de muncitori si furnizori de materiale sa se comporte astfel incat, dupa termenul convenit, pe terenul sau sa apara o casa).
- Modificarea valorii unor surse de putere (e.g. Persuasiune) se poate produce si ca urmare a unor factori interni subiectului in cauza – sporirea cunoasterii, schimbarea nevoilor determinante, cristalizarea valorilor si identitatii, etc. –, parand spontana (chiar surprinzatoare) pentru mediul extern.
- Este posibil ca unii subiecti sa persiste intr-o relatie de putere cu altii chiar dupa ce sursele care au stat initial la baza respectivei relatii au disparut. Acest fenomen poate fi datorat procesului decizional *din inertie*, meditatiei insuficiente sau ineficace asupra contextului real, lipsei structurii psihologice antreprenoriale (i.e. dorinta de a functiona intr-un mediu determinisit, structurat, bine definit) sau altora. Concret, ce se intampla este ca subiectul pierde din vedere sa isi puna problema daca motivele initiale care au determinat cooperarea mai sunt sau nu de actualitate (e.g. continua sa lucreze la o firma care i-a oferit initial cele mai bune conditii de pe piata chiar daca in prezent i le ofera pe cele mai proaste).

La nivel sistemic, lucrurile devin si mai interesante. Puterea *retelei de influenta* jucand un rol dominant, alaturi de alte cateva concepte notabile. Scopul final al discutiei este sa propuna un model mental cat mai fidel la care cititorul sa se raporteze in intelegerea fenomenelor de putere.

Formalizare conceptuala (tehnica - puteti sari peste daca nu prezinta interes)

Vom incerca sa imbunatam modelul „static” al grafului social discutat in paragraful *Reteaua de Influenta*. Astfel, pentru a cuprinde dinamica reala a modificarii realitatii viitoare (inclusiv a balantei de putere) ca urmare a exercitarii de putere de catre fiecare individ, putem schita:

- Fiecare actor autonom, pana la cel mai mic nivel de granularitate (i.e. angajat nu companie, cetatean nu stat), reprezentat de un nod in graful social, este o mica masina de calcul ce, la fiecare moment de timp: (i) primeste stimuli din mediu; (ii) transmite stimuli in mediu, de-a lungul unor muchii, catre alti actori (pentru simplificare putem presupune ca, la fiecare moment discret de timp, acesta primeste niste stimuli, ii *processeaza* alterandu-si *starea* interna [e.g. valori, convingeri, motivatii, strategii, decizii] iar apoi transmite in mediu niste stimuli [care vor produce efecte la momentul de timp urmator]; de asemenea, starea interna se poate modifica *spontan* la fiecare moment de timp, in absenta unor stimuli externi).
- Starea interna a unui actor cuprinde: (i) modelul cognitiv asupra realitatii – inclusiv perceptia grafului social (i.e. cum crede ca este raspandita puterea); (ii) fundamentul motivational (i.e. deziderate personale - stimuli necesari pentru a genera un comportament); (iii) procesul decizional (modelul de calcul) utilizat pentru a decide ce stimuli sa emita si eventual (iv) o serie de „resurse de putere” ce pot fi utilizate in raport cu altii. De remarcat ca starea interna sufera modificari in timp.
- Stimuli de interes (in studiul puterii) care circula in mediu sunt exercitari ale diferitelor surse de putere de catre un actor asupra altuia, cu scopul de (i) a-i modifica starea interna (e.g. prestigiul personal in perceptia sa) si (ii) de a-l determina sa transmita, la randul sau, anumiti stimuli.
- Starea reala a sistemului la un moment dat este data de suma starilor interne ale actorilor (putand astfel diferi de orice perceptie subiectiva a oricarui dintre ei).
- Tranzitia sistemului dintr-o stare reala in alta, de la un moment de timp la altul, este determinata de efectul stimulilor emisi la momentul anterior de fiecare actor.

Aceasta „formalizare” conceptuala este degrabă informală din punct de vedere științific (autorul fiindu-se intenționat să folosească notații prea specializate) dar are scopul de a oferi un cadru mental pentru conceptele cu aplicabilitate practică imediată prezentate în continuare. Totuși, ea este compatibilă cu un domeniu de cercetare în plină dezvoltare: Analiza dinamicii rețelelor [26].

Jocuri și Putere

O primă observație empirică relativă la dinamica puterii este că, aproape întotdeauna, schimbările în rețea se produc gradual – în timp –, pe principiul cauza-efect. Astfel,

actorii sociali, prin punerea in aplicare a deciziilor pe care le iau (e.g. de cooperare sau necooperare cu altii) produc in fiecare moment schimbari la nivelul balantei de putere globale, dar afectand, intr-un prim moment, doar pe cei cu care interactioneaza direct [nu neaparat fata in fata sau bidirectional – e.g. prin mass media]. Acestia la randul lor vor afecta pe altii, s.a.m.d.. Nuclee (aliante) independente de indivizi ce impartasesc aceeasi viziune, fara sa aiba cunostinta unele de altele, se pot forma spontan, in „zone” distantate ale retelei sociale, in ceea ce autorul numeste *emergenta*.

Privita simplist, evolutia societatii este rezultatul unui proces in care fiecare actor in parte este permanent pus in fata situatiei de a opta pentru una dintre mai multe variante de actiune (eventual pe care chiar el si le-a formulat). Aproape intotdeauna, efectele resimtite depind si de alegerile facute de ceilalti actori (e.g. beneficiul obtinut prin votarea unui anumit candidat depinde si de rezultatul scrutinului, care, la randul sau, depinde si de votul celorlalti). Deciziile luate de fiecare individ sunt bazate atat pe valorile si dezideratele proprii cat si pe convingerile pe care le are, inclusiv vis-a-vis de ce cum se va comporta restul lumii. Consecintele acestor decizii includ modificari ale balantei de putere a diferitilor actori sociali (prin diminuarea sau sporirea unei surse de putere).

Privita astfel, viata poate fi considerata **un joc repetitiv, in sensul teoriei jocurilor** [27] ale carui recompense impacteaza puterea relativa a actorilor sociali. De ce ar fi util sa fie privita in acest fel? Fiindca teoria jocurilor este un domeniu intens studiat, abundand in rezultate notabile, cu aplicabilitate concreta, a caror utilizare poate spori eficacitatea actiunilor unui actor. Vom discuta pe scurt cateva aspecte relativ la acest model al vietii ca joc:

1. Premize de rationalitate si inteligenta: In contextul teoriei jocurilor [27], o premiza comuna este aceea de inteligenta suficienta a tuturor actorilor (i.e. ei au capacitatea sa deduca solutia optima pentru ei). Acest lucru nu este neaparat adevarat in practica, unde variante la care un adversar nu s-a gandit sau nu a realizat ca sunt optime pot fi revelate lui prin comunicarea unor demonstratii. O alta premiza comuna, ce face uz de modelul utilitar al comportamentului uman [28], este aceea ca toti actori sociali vor actiona in propriul interes egoist, fiind dezinteresati de binele (sau raul) altora in cazul in care acesta nu ii afecteaza direct pe ei. Aceasta premiza furnizeaza adesea un context mental gresit atunci cand, de pilda, subiectii sunt indivizii cu nevoi de autoactualizare [29].
2. Informatii Partiale: Viata este un joc cu informatii partiale, in care valorile si convingerile altora nu sunt pe deplin cunoscute (uneori nici cele proprii nu sunt), iar agenda lor secreta (strategia de joc) cu atat mai putin. Ca atare, in special in contextul *Controlului Informatiilor* si *Preventiei*, este posibil ca un actor, in deosebi cu cat comunica mai putin cu altii, sa ajunga sa aprecieze, in mod eronat, amploarea sprijinului real pentru viziunea sa asupra viitorului (e.g. sa creada ca ceilalti sunt fie prea putin inteligenti, fie prea slabi sa vrea si sa o poata sustine) precum si distributia lui in randul membrilor societatii. De aceea este util ca membrii societatii sa comunice cat mai amplu si mai eficace intre ei. De asemenea, el nu va stii cu precizie care este structura interna si reseaua de

influenta a unui alt actor cu care interactioneaza. De aceea, *prestigul* (vezi [30]) unui individ in societate, inclusiv opinia altora despre puterea sa si a retelei sale este deosebit de important, putand duce chiar la „profetii auto-implinitoare” (i.e. Supusii cred ca imparatul are puterea sa faca orice, deci se spun lui, deci acesta chiar are acea putere).

Totodata, nu va stii precis cum se vor comporta efectiv ceilalti (e.g. cum vor vota restul cetatenilor intr-un scrutin). Acest ultim aspect are un impact urias asupra comportamentului efectiv si al rezultatului actiunilor. Spre exemplu, daca un candidat in primul tur de scrutin, intr-un sistem electoral cu doua tururi de scrutin (i.e. ca cel din Romania prezenta), este preferat de majoritatea populatiei, dar fiecare individ al acestei majoritati are convingerea ca acesta va pierde (fiindca, in mod eronat, considera ca doar el si nimeni altul l-ar va vota), si, in acelasi timp, intre cei doi perceputi ca „favoriti” unul este puternic dezagreat, consecinta este ca acel candidat dorit de majoritate nu va ajunge in turul secund. Ca atare, **semnalarea** – comunicarea indirecta (e.g. prin trenduri, sondaje, etc.) are un efect de putere.

3. **Cooperativ versus Necooperativ:** Cooperarea presupune convenirea asupra unei strategii comune de joc intre mai multi actori. Atunci cand ea nu se produce (sau doar o parte dintre participanti o realizeaza, ceilalti ramanand „izolati”), chiar daca actorii, individual, actioneaza optim, jocul (sub anumite premise [31]) va degenera la unul din **Echilibrele Nash** [32] (vezi exemple in referinta). Acest echilibriu nu este neaparat Pareto-eficient (poate exista un alt rezultat care sa fie strict preferat de *toti* actorii). In schimb, jocul care a ajuns la un echilibru Nash are urmatoarea proprietate deosebita: **„Nici un actor nu are de castigat daca isi modifica unilateral (doar el) strategia”**. Astfel, daca un individ incearca (testeaza) *singur* o alta strategie (e.g. sa nu coopereze cu elita actuala si sa incerce sa formeze un nou curent politic), beneficiul resimtit va fi mai slab decat daca nu si-ar fi schimbat strategia. Ca atare, daca ceilalti nu reactioneaza (ca urmare a, spre exemplu, semnalarii), este in interesul sau rational sa revina la strategia anterioara. Probabil multe persoane, de-a lungul vietii au trait aceasta experienta – a testarii unilaterale - si, esuand sa produca o imbunatatire a nivelului de trai s-a resemnat frustrat si a reluat cooperarea. Acest fenomen al esecului unilateral este considerat de autor unul din motivele fundamentale ale *apatiei politice* (inclusiv al absenteismului la vot). Echilibrele Nash pot fi **stabile la coalitii sub o anumita dimensiune** (vezi [33]), fapt ce este evident in avantajul celor care beneficiaza cel mai mult de pe urma rezultatului acelui echilibru (e.g. o elita politica dominatoare, daca exista, va cauta sa perpetueze o ordine sociala, favorabila ei, cat mai apropiata de un echilibru Nash stabil – oferind „noilor veniti” [e.g. noilor generatii] alternativa favorabila rational a cooperarii). Un aspect adesea neinteles de persoane puternic individualiste, pentru care interesul personal egoist reprezinta totul este acela ca, adesea, **prin cooperarea cu altii beneficiul personal (in cel mai egoist sens cu putinta) poate fi sporit**. Cu alte cuvinte, multi dintre cei care resping cooperarea cu alte persoane pe motiv ca „nu le pasa de soarta altora”, omit sa inteleaga faptul ca, prin cooperare, isi fac lor personal un bine (facand, in mod coincidental, si altora

bine). Autorul recomanda cu tarie parcurgerea referintei despre Echilibrul Nash de pe Wikipedia [32] – limbajul este destul de accesibil si pasajele „criptice” pot fi sarite fara probleme.

Cele mai mari probleme in cooperarea efectiva intre actori este deficienta abilitatilor de negociere ale acestora, precum si focalizarea excesiva pe tipul adversarial de negociere, bazat pe pozitii – ca si cum viata ar fi un joc cu suma zero.

4. Regulile jocului: Pentru a lua deciziile cele mai bune in viata, este util ca actorul social sa inteleaga pe deplin „regulile” jocurilor care modeleaza situatiile concrete cu care se confrunta in realitate. Aceasta presupune mai mult decat simpla cunoastere a lor: presupune dezvoltarea unei strategii optime. Un exemplu clasic de joc care necesita astfel de atentie este dat de alegerea unui reprezentant intr-un sistem electoral de un anumit tip (discutat in articolul „Despre Alegeri si Vot”).

In concluzie, dinamica puterii intr-o retea sociala este data de produsul *actiunilor si deciziilor rationale* ale actorilor (e.g. formarea de aliante, alegerea de strategii), combinate cu tendinte emergente, manifestate prin schimbari incrementale, evolutioniste ce au la baza fenomene conexe precum *semnalarea, schimbarea individuala spontana a convingerilor si valorilor* dar mai ales dinamica fluxurilor informationale dintre membrii.

ÎNCHEIERE

Doresc sa inchei acest articol cu un banc ilustrativ pentru ideile evidentiate mai devreme si doua citate:

Bancul:

„Tatal: Fiule, vreau sa te casatoresti cu fata pe care ti-o voi alege eu!

Fiul: Nu!

Tatal: Dar este fiica lui Bill Gates!

Fiul: Atunci bine.

Tatal se duce la Bill Gates: Vreau ca fiica ta sa se marite cu fiul meu!

Bill Gates: Nu!

Tatal: Dar este Directorul Bancii Mondiale!

Bill Gates: Atunci bine.

Tatal se duce la presedintele Bancii Mondiale: Numeste-l pe fiul meu director al bancii tale!

Presedintele Bancii Mondiale: Nu!

Tatal: Dar este ginerele lui Bill Gates!

Presedintele Bancii Mondiale: Atunci bine.”

Morala: Daca reusesti sa ii faci sa creada ca tu deja esti un puternic, poti chiar sa devi puternic.

Primul citat: **„Este preferabil sa ai puterea de a da decat pe cea de a primi.”**
(Winston Churchill)

Al doilea citat: **„Aproape toti oameni pot face fata aversitatii, dar daca vrei sa pui la incercare caracterul unui om, da-i putere!”** (Abraham Lincoln)

REFERINTE

- [1] — *Mircea Digulescu (2012 Ian) – Asupra Democratiei* - <http://reflectii-despre-societate.blogspot.com/p/asupra-democratiei.html>
- [2] – *Adrian Soare, Succes Dublu* - <http://www.succesdublu.ro/lucruri-pe-care-nu-le-inveti-la-scoala/>.
Nota Bene: Nu exista vreo afiliere sau vreo legatura de orice fel intre autor si Adrian Soare sau Succes Dublu. Textul este citat deoarece continutul sau a fost considerat relevant de catre autor.
- [3] – *Wikipedia, The Free Encyclopedia – List of countries by distribution of wealth* – http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_distribution_of_wealth
- [4] – *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Emotional Intelligence* - http://en.wikipedia.org/wiki/Emotional_intelligence
- [5] – *Wikipedia, The Free Encyclopedia – G factor (psychometrics)* – [http://en.wikipedia.org/wiki/G_factor_\(psychometrics\)](http://en.wikipedia.org/wiki/G_factor_(psychometrics))
- [6] – *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Coercion* – <http://en.wikipedia.org/wiki/Coercion>
- [7] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Good Cop Bad Cop* - http://en.wikipedia.org/wiki/Good_Cop_Bad_Cop
- [8] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Catholicism and sexuality # The Catholic teaching on specific subjects* - http://en.wikipedia.org/wiki/Catholicism_and_sexuality#The_Catholic_teaching_on_specific_subjects
- [9] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Mozambican metical* - http://en.wikipedia.org/wiki/Mozambican_metical
- [10] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – SUCRE* - <http://en.wikipedia.org/wiki/SUCRE>
- [11] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Groupthink* - <http://en.wikipedia.org/wiki/Groupthink>
- [12] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Emergency Economic Stabilization Act of 2008* - http://en.wikipedia.org/wiki/Emergency_Economic_Stabilization_Act_of_2008
- [13] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Scientific method* - http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_method
- [14] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia – Just following orders* - http://en.wikipedia.org/wiki/Just_following_orders

- [15] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *List of logical fallacies # Informal fallacies* - http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_logical_fallacies#Informal_fallacies
- [16] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Social network analysis* - http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network_analysis
- [17] - *Lars Backstrom, Facebook (2011 Nov)* – *Anatomy of Facebook* – <http://www.facebook.com/notes/facebook-data-team/anatomy-of-facebook/10150388519243859>
- [18] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Ganqing* - <http://en.wikipedia.org/wiki/Ganqing>
- [19] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Guanxi* - <http://en.wikipedia.org/wiki/Guanxi>
- [20] - *Ion Luca Caragiale (1901)* – *Lanțul slăbiciunilor* - http://ro.wikisource.org/wiki/Lanțul_slăbiciunilor
- [21] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Market segmentation* - http://en.wikipedia.org/wiki/Market_segmentation
- [22] – <Numar sarit intentionat>
- [23] - *Stefania Vitali, James B. Glattfelder, and Stefano Battiston (2011)* – *The network of global corporate control (cited by NewScientist)* - <http://www.newscientist.com/article/mg21228354.500-revealed--the-capitalist-network-that-runs-the-world.html>
- [24] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Transformational leadership* - http://en.wikipedia.org/wiki/Transformational_leadership
- [25] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Power (philosophy) # Six bases of power* - [http://en.wikipedia.org/wiki/Power_\(philosophy\)#Six_bases_of_power](http://en.wikipedia.org/wiki/Power_(philosophy)#Six_bases_of_power)
- [26] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Dynamic network analysis* - http://en.wikipedia.org/wiki/Dynamic_network_analysis
- [27] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Game theory* - http://en.wikipedia.org/wiki/Game_theory
- [28] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Utilitarianism* - <http://en.wikipedia.org/wiki/Utilitarianism>
- [29] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Self-actualization*- <http://en.wikipedia.org/wiki/Self-actualization>
- [30] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Face (sociological concept)*- [http://en.wikipedia.org/wiki/Face_\(sociological_concept\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Face_(sociological_concept))
- [31] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Nash equilibrium # Occurrence* -

http://en.wikipedia.org/wiki/Nash_equilibrium#Occurrence

[32] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Nash equilibrium* -
http://en.wikipedia.org/wiki/Nash_equilibrium

[33] - *Wikipedia, The Free Encyclopedia* – *Core (economics)* # *The core in voting theory* -
[http://en.wikipedia.org/wiki/Core_\(economics\)#The_core_in_voting_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Core_(economics)#The_core_in_voting_theory)