

NOUL TERORISM – RAPORTUL CORECT ÎNTRE PREVENIRE ȘI GESTIONAREA CONSECINȚELOR

Terorismul, văzut ca formă de conflict asimetric între un grup de indivizi plasați la un palier sub-statal și un stat țintă (prin stat înțelegând instituțiile sale fundamentale și conducătorii acestora) a cunoscut, ca și războiul, mutații importante pe întreg parcursul istoriei omenirii, dar transformările de esență înregistrate în ultimii ani ai secolului al XIX-lea și, mai ales, la începutul secolului al XXI-lea sunt așa de complexe și de radicale încât credem că astăzi ne confruntăm cu un fenomen de o particularitate cu totul aparte, astfel că putem vorbi de un sfârșit al terorismului clasic, așa cum a fost perceput timp de peste 2000 de ani.

Actul de terorism, în forma sa tradițională, are ca scop descurajarea generală. Victima primară a atentatului terorist de tip clasic era mai puțin importantă în comparație cu efectul general scontat asupra unei colectivități sau grup țintă, căruia îi era, de fapt, adresat. Terorismul clasic, în sens tradițional, produce victime individuale adresându-se unei colectivități țintă.

Terorismul este un fenomen natural, însă terorismul tradițional a reprezentat, întotdeauna, exploatarea conștientă și sistematică a acesteia. Terorismul tradițional are un caracter coercitiv, menit să influențeze prin manipulare voința victimelor sale secundare, astfel ca șocul provocat colectivității să fie maxim.

Pentru a-și păstra credibilitatea nealterată, actorii terorismului tradițional își materializează sistemic amenințările potențiale în violențe episodice. Din acest punct de vedere, terorismul tradițional poate fi perceput ca o formă de strategie violentă, de constrângere utilizată pentru a limita libertatea de opțiune a celorlalți.

Obiectivul tactic al promotorilor terorismului tradițional îl constituie diseminarea fricii, angoasei și terorii, în sprijinul realizării obiectivului strategic și anume, atingerea scopurilor politice ce motivează acțiunea. Prin urmare, obiectivul imediat al teroriștilor tradiționali îl constituie crearea panicii și nu distrugerea țintei vizate.

Din această perspectivă, violența nu reprezintă altceva decât „propagandă prin fapte”, cu rolul de a intimida grupul-țintă. Astăzi, noul terorism vizează „suprauciderea” și nu coerciția. Acest proces de transformare a durat circa 10 ani, o perioadă infimă dacă ne raportăm la istoria terorismului.

După cum aminteam, terorismul de tip tradițional, ca instrument de rezolvare a unor conflicte de intensitate medie, care urmărește intimidarea psihică și inducerea forței în scopul eludării legilor, are rădăcini adânci în istoria omenirii.

Pentru că armele moderne și războaiele totale sunt atât de costisitoare și distrugătoare, aceste state, înclinate „ideo-what-logic” să lupte împotriva unor națiuni percepute ca inamici, au încercat să se impună prin conflicte de mică intensitate. În acest fel, ele și-au atacat adversarii, dar s-au delimitat de focarul de conflict și de zona de ostilități militare.

Atâta vreme cât statele-sponsor se angajau în astfel de acțiuni cu un risc minim de a fi culpabilizate, ele nu puteau deveni obiectul represaliilor statelor vizate.

În aceste circumstanțe politice, tehnologice și militare, grupurile naționaliste și unele state totalitare au devenit elemente active în inducerea violenței și a amenințării cu violența în scopul obținerii unor avantaje economice, politice, militare, prin fraudarea legislației internaționale. Multe grupări teroriste din întreaga lume au avut legături, mai mult sau mai puțin oficiale, cu state sponsor.

În prezent, situația s-a schimbat. Terorismul tradițional a evoluat, atât cantitativ cât și calitativ, spre „neoterorism”, cu formele sale cele mai periculoase de manifestare, „superterorismul” și „megaterorismul”.

Neoterorismul specific începutului de secol XXI se caracterizează în principal prin următoarea concepție: dacă actorii terorismului tradițional își considerau victimele atentatelor ca fiind responsabilitatea guvernelor care le-au ignorat avertismentele și amenințările, neoterorismul apreciază fiecare victimă a unui atentat „în orb” ca dușman declarat al promotorilor violențelor motivate politic. Astfel, în 1988, aproape de orașul Khost (situat în estul Afganistanului), Osama bin Laden a fondat „Frontul internațional de luptă împotriva evreilor și cruciaților”. Un prim edict al acestui front, afirma că este o datorie religioasă a fiecărui musulman să ucidă americani, oriunde este posibil, inclusiv civili.

Acest fenomen de demonizare a victimelor nevinovate ale neoterorismului nu reprezintă o particularitate a adepților Jihadului. Timothy McVeigh, atentatorul american de la Oklahoma City (168 morți, o mie de răniți și pagube de zeci de milioane de dolari), dorea, în mod expres, „să ucidă cât mai mulți oameni”.

De asemenea, organizațiile neoteroriste nu mai au nevoie acută de sponsori, deoarece și-au creat sisteme organizaționale cu autoreglare. Suportul logistic al neoterorismului, constă într-un complex de măsuri și activități desfășurate într-o concepție unitară, conspirat sau legendat, extrem de descentralizat și independent de statele terțe sponsor. Acest lucru face posibilă maximalizarea pierderilor în vieți omenești și pagube materiale în tabără, deoarece inhibiția statelor sponsor în a patrona hecatombe megateroriste nu mai are nici o relevanță pentru planificatorii acțiunilor superteroriste, deveniți autonomi din punct de vedere logistic.

Poate mai înfricoșător decât peisajul macabru din jurul ruinelor fumegând de la World Trade Center, unde pompierii au reușit stingerea ultimelor focare de incendiu după abia o lună de zile, iar identificarea victimelor cu ajutorul ADN-ului nu s-a încheiat practic nici la șase luni de la dezastru, este, după cum menționam, supoziția conform căreia, superteroriștii au realizat câștiguri imense la bursă prin vânzări de acțiuni la companiile care urmau să fie neantezate de explozii și prin cumpărarea prealabilă de active de la societățile care urmau să preia activitatea firmelor cu sute de angajați, masacrați în atentatul de la 11 septembrie 2001.

Imediat după șocul de la World Trade Center, societatea americană și-a pus întrebarea „Cum de a fost posibil așa ceva?”.

Un oficial al administrației americane a SUA, a declarat că unul din motivele favorizate ale surprinderii realizate de teroriști la World Trade Center și Pentagon a

constat în faptul că „aceștia nu au respectat nici una dintre regulile de angajare tradițională” a unui atentat terorist.

Specialistul în cauză, gândea în mod tradițional, așa cum fusese instruit să gândească, și anume că orice atentat terorist se compune din câteva faze distincte. În faza premergătoare incidentului, teroriștii își aleg ținta, planifică amănuntele atentatului, stabilesc gradul de risc al acțiunii, retorsiunile și contraloviturile la care se expun din partea autorităților, modul de retragere după atentat etc.

După producerea atentatului (în cazul luării de ostateci) sau înainte de materializarea acestuia (în cazul lovirii unui simbol-țintă), teroriștii își formulează cererile, au loc negocieri, care se prelungesc uneori la peste trei luni de zile, (cum a fost în cazul ocupării reședinței ambasadorului japonez de la Lima de către gruparea Tupac Amaru), acest interval de timp fiind folosit de teroriști pentru a-și mediatiza cauza și de către autoritățile statului țintă pentru pregătirea riposteii contrateroriste.

Acestea erau regulile de angajare cunoscute și o covârșitoare majoritate a atentatelor teroriste tradiționale s-au desfășurat după același scenariu. Neoterorismul nu mai presupune existența unei faze a negocierilor, nici înainte de atentat, nici pe timpul desfășurării acestuia. De asemenea, nu mai este necesară asumarea responsabilității, deoarece noii teroriști nu mai urmăresc obținerea de compromisuri cu statul sau regimul politic țintă, nu mai încearcă să realizeze o coerciție asupra populației prin inducerea de teroare și nesiguranță. Actorii superterorismului își propun să elimine fizic pe toți cei bănuți a nu se conforma idealurilor, viziunii sau programului lor politic.

Ura manifestată de neoteroriști față de civilizația democratică și față de valorile acesteia capătă, pe zi ce trece, o semnificație teologică.

Abandonarea jargonului pseudo-revoluționar, uzitat de teroriștii tradiționali este însoțită de generalizarea motivației para-religioase a supravioleței. „Distrugerea casei faraonului”, adică a civilizației de tip occidental, presupune, pentru neoteroriști, lichidarea în masă a civililor „necredincioși sau pervertiți”.

Omar Abdel Rahman, creierul primului atentat de la World Trade Center (februarie 1993), ar fi dorit ca bomba plasată la subsolul unuia dintre „gemeni” să producă prăbușirea acestuia peste celălalt zgârie-nor și să provoace „uciderea a peste 50.000 de persoane”.

Autorul unui compendiu al predicilor lui Rahman și ale lui Turabi, un alt terorist sudanez de tristă faimă, Sayyid Nussair, explica viziunea apocaliptică a distrugerii „gemenilor” astfel: „atacarea bazelor militare americane este dificilă și nu conduce la nici un rezultat. Puterea militară nu trebuie atacată. Mult mai eficient ar fi să se arunce în aer cele mai înalte clădiri, atracțiile turistice, mândria lor. Așa că trebuie lovit acolo unde se adună cel mai mare număr de oameni.”

Sayyid Nussair, autorul rândurilor de mai sus, nu era numai un teoretician al superterorii ci și un practicant al ei, în 1991 asasinându-l pe rabinul extremist Meir Kahane. Paradoxal, fanatismele de acest gen ne aduc aminte de epoca cruciadelor, însă neoteroriștii sunt deja parte integrantă a epocii postindustriale, a mediilor electronice și a informației, ale cărei mecanisme le înțeleg și le utilizează fără scrupule.

Neoterorismul își difuzează informația rapid, prin mediile electronice, astfel încât atentatele devin mesaje de amenințare în sine.

Actorii neoterorismului nu mai amenință și nu mai avertizează, considerând că este suficient să-și facă simțită prezența prin producerea de hecatombe. Atacurile sunt greu de prevăzut iar riposta poate lovi „în orb”, deoarece neoteroriștii nu mai sunt afiliați la o organizație, facțiune sau grup distinct. Lumea mileniului trei se confruntă cu o masă amorfă de profesioniști fanatizați, care operează în celule mici, ieșind la suprafață brusc, după o existență „normală” sau chiar anodină, după care se scufundă iar în existența cotidiană, la adăpostul metropolelor pe care visează să le distrugă.

Organizația de tip „rețea” (network) nu presupune ierarhii, centre de comandă sau infrastructuri convenționale. Sutele de „fedayni” fanatizați sunt înlocuiți cu celule de 3-4 activiști, rețele de computere, logistică performantă și arme de înaltă precizie sau de distrugere în masă.

Alături de ANM-uri, neoteroriștii uzitează de „netwar”, de „hoarda de PC-uri”, izolate sau cuplate la Internet. Neoteroriștii nu mai poartă berete gen „Che Guevara” sau turbane, arătând mai degrabă ca „hackerii” adolescenți de prin colegii și facultăți. Fanatismul lor nu este o pecete vizibilă, chiar dacă acesta le afectează în mod decisiv viața și ne amenință pe noi, „ceilalți”, la cote nemaiîntâlnite în istorie.

Neoterorismul ne demonstrează cât de vulnerabili suntem, cât de nepregătiți am fost în fața amenințărilor nontradiționale cu care ne confruntăm astăzi și, probabil, încă mult timp de aici încolo.

Din aceste motive, societatea contemporană trebuie să accepte că este serios amenințată, fiind nevoită să parcurgă câțiva pași obligatorii, atât la nivel statal, cât și la cel al organizațiilor internaționale.

Primul pas îl constituie identificarea problemei, acceptarea existenței acesteia, cuantificarea specialităților și particularităților noului terorism.

În mod sintetic, diferențele calitative dintre cele două forme de agregare a terorismului sunt:

Terorismul tradițional

- victime colaterale limitate;
- clamarea responsabilității;
- terorismul ca scenă de exprimare;
- structuri organizaționale bine definite;
- structura ierarhică globală;
- motivații ideologice și naționaliste;
- acte de violență tradițională.

Noul terorism

- letalitatea crescută a atacurilor;
- planificarea atacurilor este lungă și meticuloasă pentru că rezultatele trebuie să fie spectaculoase;
- experți internaționali sprijină operatori locali;
- apariția rețelei de rețele;
- scăderea ponderii sponsorilor;
- victime colaterale în masă;
- autori necunoscuți;
- terorismul ca război;
- structuri amorfe;
- grupuri autonome sau independente

- afiliate;
- rețele globale (C4I);
- motivații fundamentaliste;
- tehnici teroriste evolute și în continuă schimbare;
- acceptarea de victime colaterale.

În aceste condiții, prevenția, preemțiunea, riposta și gestionarea consecințelor, care reprezintă, la rândul ei, o parte integrantă a riposteii nu mai pot fi separate, ele aflându-se într-o stare de agregare osmotică.

Desigur, prevenția rămâne singura soluție viabilă, deoarece prevenirea unui incident, colmatarea inițială a procesului de urgență a unei crize teroriste este întotdeauna preferabilă gestionării unei crize aflată în desfășurare, incidentul putând provoca victime în masă.

Din aceste motive, pe lângă toate instrumentele clasice de prevenție și ripostă, care rămân perfect valabile și în actualul context, trebuie elaborată o nouă strategie de abordare a conceptelor de prevenție și gestiune a crizelor, care să cuprindă următoarele elemente:

Riposta clasică / prevenție și preemțiune

- palierul diplomatic;
- sancțiuni economice;
- operații sub acoperire;
- intervenții militare;
- operațiuni speciale ale forțelor de securitate.

Noua strategie

- destrămarea sprijinului logistic și financiar;
- politică agresivă a vizelor și deportărilor;
- extinderea operațiunilor de tip J.T.T.F. (Joint Terrorism Task Forces);
- cooperare internațională în domeniul bancar (înghețări de conturi și confiscări de bunuri);
- cooperare internațională în domeniul securității (ofițeri de legătură, atașați militari și din serviciile speciale în țările aliate, schimb de informații, operații comune, acoperite și la vedere);
- îmbunătățirea securității aeriene, navale și feroviare a locațiilor publice;
- sistemele de alarmare a populației;
- sistemul de informare / conștientizare a populației;
- apariția sistemelor de gestionare a conflictelor: ICS (Incident Command System).

În consecință, sistemul imunitar social trebuie upgradat constant, deoarece noul terorism pare a se afla în expansiune, deține inițiativa, putând surprinde autoritățile statale, regionale sau internaționale. După 11 septembrie 2001, terorismul nu mai reprezintă o amenințare de nișă, ci este o certitudine,

asemănătoare războiului rece, care funcționează pe același principiu al distrugerii totale, reciproc asigurată.

Realitatea pare să trădeze faptul că mass-media a devenit o condiție *sine qua non* pentru actele de terorism, înțelese ca metodă de a stăpâni și paraliza acțiunea maselor, prin constrângere psihologică și intimitate de natură criminală. De cele mai multe ori, în lipsa publicității, actele de terorism nu au un rezultat și nici nu pot funcționa.

AD – TERORISMUL CA MIJLOC DE EVOCARE A EMOȚIILOR NEGATIVE

Din analiza privind actele de terorism la nivel internațional reiese faptul că numărul atacurilor împotriva țărilor din Occident a crescut considerabil, ceea ce ar trebui să reprezinte un semnal de alarmă pentru mass-media din această zonă. În timp ce publicitatea constituie obiectivul principal al teroriștilor, mijloacele de comunicare au avansat de la stadiul de relatare prin viu grai la reportaje în presă scrisă, radio, și, nu în ultimul rând, în televiziune, aceasta din urmă întărind puterea de propagandă a teroriștilor; în acest sens, un rol crucial îl joacă Internet-ul, întrucât reprezintă instrumentul ideal de propagare a ideilor incluse în sfera terorismului (Ganor, 2002). Este bine cunoscut faptul că teroriștii și susținătorii Jihadului mondial folosesc mass-media ca o platformă de transfer a mesajelor operaționale. Oricum, câteva dintre celelalte mijloace de utilizare a mass-media de către rețeaua mondială a Jihadului par că le scapă oamenilor din vedere. Una dintre cele mai infame utilizări ale mass-media o reprezintă exploatarea surselor ușor de păcălit, în scopul inducerii panicii în rândul „dușmanilor lui Allah”. Cel mai mic zvon despre o operațiune iminentă a Al-Qaeda este răspândit la fiecare colț de stradă, împrăștiind teroarea în rândul populației civile, nesigură și neștiutoare a ceea ce are de întreprins pentru a face față unei asemenea situații. Demersul este susținut de o istorie bine coordonată a mesajelor de amenințare ale Al-Qaeda, cu declanșarea atentatelor, astfel încât, imediat ce acestea încep să apară, ca avertisment, pe site-urile teroriștilor, sunt preluate și transmise, constituind o primă etapă a unei serii reînnoite de atacuri. Faptul că numeroase astfel de mesaje au fost făcute publice și împărțite de mass-media – fără ca nici un atentat să se materializeze – nu pare a fi fost luat în considerare. Orice zvon care dă naștere la titluri de primă pagină este transmis și analizat de experți *ad-teroriști* și contribuie la creșterea nivelului dorit al terorii, înainte de a fi dat uitării încă o dată. Nici unul dintre avertismentele privitoare la pregătirile pentru actele de teroare ulterioare nu divulga informații concrete despre datele atentatelor ori ținte alese sau prin ce modalități se vor concretiza. Mijloacele mass-media sunt mult prea ușor manipulabile și încadrate între uneltele declanșatoare ale conflictelor psihice. Rolul mass-media este de a transmite publicului informațiile de care acesta are nevoie și la care are dreptul. Dar prin transmiterea anunțurilor, amenințărilor și declarațiilor organizațiilor teroriste, factorii mass-media servesc mai degrabă intereselor teroriștilor, decât pe cele ale publicului (Shay & Ganor, 2002).

Ad-terorismul desemnează înfricoșarea unei populații prin acte de violență, evocând groază, frică, spaimă provocată deliberat, prin amenințare sau intimidare,

fiind menit să atragă atenția asupra scopurilor urmărite de către teroriști (Delcea, 2004, 2005; Legea nr.353, 2004). Terorismul modern are ca scop cultivarea spaimei și subminarea încrederii populației civile. Scopul provizoriu este izolarea fiecărui individ și dezintegrarea comunității; amenințările continue lucrează în direcția subminării senzației de siguranță, dereglând rutina cotidiană. Dar scopul strategic absolut al teroriștilor este să manipuleze opinia publică, astfel încât aceasta să preseze autoritățile cu putere de decizie pentru a capitula în fața pretențiilor teroriștilor. Populația – țintă devine o unealtă în mâna teroriștilor pentru a constitui o agendă politică și religioasă care justifică înlăptuirea actelor teroriste (Shay, 2002; Stănescu, 2005).

Diverse studii și cercetări întreprinse din perioada anilor '80 până în prezent au scos la iveală o nouă latură a terorismului, și anume aceea de terorism orientat spre mass-media, care urmărește, în linii mari, instaurarea groazei în rândul unui grup-țintă. Cu certitudine, datorită tehnologiilor moderne, grupările teroriste se bucură de posibilitatea de a transforma mass-media în propriile lor arme de distrugere. Studiile ulterioare au încercat să surprindă efectele negative ale mediatizării acțiunilor teroriste. Foarte multe studii s-au făcut pe seama acestui fenomen controversat și discutat până în prezent de către cercetători. Teroarea mediatizată a generat numeroase studii de specialitate și teorii multiple (Stănescu, 2001).

În anii '80, Barry Collin, cercetător în cadrul Institutului pentru Securitate și Spionaj din California, a introdus conceptul de „ad-terorism”, pentru a defini atacurile premeditate și motivate politic sau religios ale grupurilor subnaționale sau ale agenților clandestini asupra informațiilor, datelor, sistemelor și programelor de calculatoare ce serveau mass-media pentru a transmite teroarea (Denning, 2005).

Collin a mai remarcat faptul că situația la care se asistă în prezent este doar o parte din ceea ce este un instrument important și extrem de complex al teroriștilor (Marret, 2002, Delcea, 2005).

Într-un alt studiu publicat în anul 1997, intitulat *The Media and Terrorism: A Reassessment*, Paul Wilkinson își propune să cerceteze relația de simbioză existentă între terorism și mass-media, ca rezultat al conceptului de ad-terorism. Analiza sa pornește de la o definiție generală a celor două noțiuni, concentrându-se, apoi, pe rând, asupra aspectelor legate de obiectivele urmărite de către teroriști, luarea de ostatici, impactul asupra opiniei publice și reacția negativ emoțională a societății civile. La un anumit punct, cele două noțiuni se întrepătrund, lucru care reiese, pe de o parte, din intenția teroriștilor de a dobândi un statut de legitimitate și, pe de altă parte, din nevoia mass-media de a obține subiecte senzaționale, considerând terorismul o sursă inepuizabilă de știri menită să genereze o creștere a audienței. În situația în care ne confruntăm cu problema legăturii dintre mass-media și terorism, trebuie avută în vedere tendința de a înțelege perspectiva teroristă asupra comunicării, de vreme ce terorismul, prin însăși natura lui, constituie o armă psihologică dependentă de modul în care amenințarea este transmisă societății. Elementele-pivot ale actelor de violență sunt reprezentate de amenințarea, rănirea ori distrugerea guvernelor și a grupurilor-țintă, ca mijloace de constrângere a acestora de a se supune cerințelor teroriștilor (Stănescu, 2005).

Autorul mai abordează și studiile lui Michael Wieviorka (1993), contestând viziunea lui Wieviorka de susținere a faptului că între terorism și mass-media nu există o relație de simbioză, aducând astfel argumente din literatura psihosociologică de specialitate, care invocă termenul de simbioză, ce rezidă într-o relație de dependență mutuală între grupuri total diferite din cadrul unei comunități, devenind astfel o legătură complementară (Cathelat, 2005). Cu certitudine, nu se poate infirma „aportul” major al tehnologiei moderne și sateliților de comunicare la creșterea publicității de tip terorist (Delcea, 2005).

Ca urmare, cercetătorii Ganor, Ehrlich, Shay, (2002), de la The International Policy Institute for Counter-Terrorism (ICT), pun bazele teoriei „ad-terorismului”. Ei pleacă de la recente demersuri criminale ale teroriștilor, care fac uz de mass-media, în vederea mediatizării violenței, șocului și groazei în rândul populației și combină mai multe științe ale comunicării (psihologia, sociologia, mass-media etc.), pentru a forma un concept bine definit, în vederea explicitării acestui fenomen numit ad-terorism.

Ei menționează trei tipuri de ad-terorism, ca strategie de intimidare a publicului consumator de mass-media:

- ✓ Ad-terorism ca formă de avertizare;
- ✓ Ad-terorism ca formă de violență;
- ✓ Ad-terorism ca formă de victorie.

Așadar, este o premieră faptul că s-a conturat conceptual acest tip de terorism, ca manifestare de ostilitate asupra societății civile, dar cercetările din ultima vreme au lăsat fără răspuns mai multe întrebări esențiale asupra acestui fenomen controversat numit ad-terorism (Delcea, 2004).

Scopul materialului de față este de a studia relația dintre mesajul mediatizat al terorii (ca emitent) și subiectul care receptează mesajul (ca receptor), pentru a surprinde activarea emoțiilor negative declanșate la subiecții supuși interacțiunii cu mass-media. Acesta este un studiu care nu s-a făcut până în prezent și care a fost propus de foarte mulți cercetători în domeniu (Chermak, 2003).

Pentru atingerea acestor obiective, studiul nostru își propune să contribuie, pe lângă celelalte studii, la unele predicții legate de impactul terorii mediatizate asupra societății civile.

Delimitări conceptuale

Termenul de terorism provine din latinescul „terror”, care înseamnă violență fizică, spaimă, teroare, provocate deliberat prin acte de violență publică, folosirea cu intenție a unor mijloace capabile să ducă la un pericol comun. Caracteristicile terorii sunt: violența și amenințarea cu violență, folosirea sistematică și persistentă a violenței, intimidarea și sensibilizarea prin agresivitate și ură (Delcea, 2004; Buș, 2005).

În volumul „Political Terrorism” de Schmidt și Youngman (1988) sunt citate 109 definiții cu privire la formele de intimidare ale terorismului, autorii obținându-le de la diverse academii militare și universități care studiază și cercetează acest fenomen. Acestea constituie componentele unei statistici care arată criteriile de definire ale terorismului. Ele sunt (Delcea, 2004): violență, forță

(apar în 83,5% din definiții); politic (în 65%); frică accentuată, teroare (în 51%); amenințare (în 47%); efecte psihologice și anticiparea reacțiilor (în 41,5%); discrepanță între ținte și victime-civili (în 37,5%); acțiuni intenționate, planificate, sistematică și acțiuni organizată (în 32%); metode de luptă, strategii, tactici (în 30,5%).

Foarte multe studii, până în prezent, au încercat să conceptualizeze *ad-terorismul* ca unul din tipurile terorismului biologic, chimic, nuclear, radiologic, a ciberspațiului și a terorismului informațional. Arma terorismului este ființa umană, iar mijloacele sunt nelimitate (Petrescu, 2003). În tabelul de mai jos este prezentat cel mai recent studiu, publicat cu titlul „Puterea politică și ad-terorismul” și realizat de Angheluș și Vescan (2005), cu privire la tipurile terorismului. Din statistica lor reiese că ad-terorismul are cel mai puternic efect negativ asupra publicului.

Tipul terorismului	Statistică
<i>Terorismul naționalist</i>	6,3%
<i>Terorismul fundamentalist islamic</i>	6,8%
<i>Terorismul sponsorizat</i>	6,1%
<i>Terorismul de stânga</i>	5,9%
<i>Terorismul cibernetic</i>	7,8%
<i>Terorismul narcotic</i>	6,4%
<i>Terorismul biologic</i>	6,7%
<i>Terorismul patologic</i>	5,9%
<i>Ad-terorismul</i>	17,9%
<i>Terorismul răzbuțător</i>	6%
<i>Terorismul infracțional</i>	6,4%
<i>Terorismul etnic</i>	8,8%
<i>Air-terorismul</i>	9%
Total 13	100%

După Angheluș și Vescan, 2005

Privitor la conceptul ad-terorism s-au scris și publicat multe studii. Pentru a înțelege acest termen destul de controversat (Cosnier, 2002), vom încerca să-l definim și delimităm conceptual, pentru a diferenția multitudinea de terminologii.

Ad provine din englezescul „advertising” (reclamă), ce „este doar produsul efectiv și final (mesajul) al procesului și activității de publicitate, care, în funcție de canalul mediatic căruia îi este destinată, poate fi macheta de presă, spotul TV sau radio etc.” (Petre & Nicola, 2004, p.23). „Reclama” (ad)- sub orice formă s-ar prezenta – nu constituie altceva decât o situație ce apare în câmpul variat al fenomenelor exterioare, în fața căreia indivizii sunt chemați să se adapteze.

Aceste situații (reclame) au câteva caractere proprii și specifice; dintre acestea cele mai de seamă sunt următoarele:

1. reclamele au caracter de apel, avertizare, invitare etc.
2. apelul, avertizarea, invitația etc., au scopul de a determina o anumită reacție din partea acelorora cărora li se adresează” (Tudoran, 2004, p.47).

Așadar, „reclama (ad) nu este numai un discurs comercial, ci și politic, social, moral, întotdeauna discurs ideologic” (Cathelat, 2005, p.64) și „ceea ce ajunge la public nu este decât un slogan, un cuvânt sau o siglă mai mult sau mai puțin explicită (ex. IRA, Al-Qaeda etc.), un simbol sau un drapel, care sunt tot atâtea mărci de recunoaștere. Acolo se află miezul unui mesaj (ad), al unei ideologii” (Marret, 2002, p.165), „întrucât teroarea este îndreptată spre media, și nu spre victime, succesul ei este definit în termenii de acoperire mediatică” (Toma, 2004, p. 74), pentru „a induce sentimentul de frică în populație sau într-o parte a populației, ca efect psihologic al acestui mod de luptă” (Stănescu, 2001, p.55). „În această interpretare, relația dintre mass-media și terorism se bazează, deci, pe principiul interesului reciproc, pe de o parte, transgresiunea tabu-ului violenței, șocul evenimentului, teama, sentimentul de amenințare și iraționalul; pe de altă parte vizibilitatea și, la limită, legitimitatea spectacolului, pe care o împrumută canalele de comunicare indispensabile funcționării societăților democratice” (Garcia-Morrou, 2005, p.82).

De altfel, teroriștii ar acționa vizând doar publicitatea mediatică, chiar dacă este evident că acțiunile lor sunt alese, astfel încât să fie cunoscute de un număr cât mai mare de oameni. În funcție de date și de locuri, specifice sau cu conotație simbolică, pare mai degrabă o simbioză (pe lângă alte tipuri de simbioză – economică, politică, culturală), decât o metodă obiectivă de transmitere a unei informații violente (Delcea, 2004; Tétu; 2000; Picard, 1991). În tabelul de mai jos sunt trecuți câțiva cercetători care au delimitat conceptual termenul de ad-terorism, în urma studiilor efectuate asupra mass-media și terorismului.

Termenul	Delcea (2003, 2004, 2005)	Garcin- Marrou (2001, 2005)	Angheluș și Vescan (2005)	Wilkinson (1997)	Chermark (2003)
<i>Ad-terorism</i>	+	+	+	+	+
<i>Publicitate</i>	+	+	+	+	+
<i>Reclamă</i>	+	+	+	+	+
<i>Mediatizarea terorismului, violenței și fricii</i>	*	*	+	+	+

După Delcea, 2005

Cele mai influente definiții ale ad-terorismului provin din științele psihosociale.

Din multitudinea de definiții au fost selectate câteva, cu intenția de a surprinde multiplele aspecte ale acestui domeniu, privit fie ca un proces de comunicare-violentă cu „efect psihologic” (Buș, 2005), fie ca o activitate de comunicare între grupul ce emite mesajul ideologic și public; fără a se contrazice, ele aduc noi informații ce explică complexitatea acestui act comunicațional de tip terorist. Astfel:

Ad-terorismul, din perspectiva abordărilor științelor socio-cognitive, reprezintă o comunicare de tip persuasiv, emisă de către o grupare teroristă prin mass-media adresată unui public-țintă, în scopul de a modifica favorabil atitudinea acestuia față de expectanțele lor (Delcea, 2005, p.60).

Terorismul nu poate determina apariția unei stări de teamă, decât printr-o campanie de utilizare sistematică a violenței (Buș, 2005, p.197).

Ad-terorismul este o formă de comunicare în masă, care are o puternică influență asupra formării, consolidării și schimbării atitudinilor, gusturilor, părerilor și comportamentelor oamenilor; pentru a determina un guvern sau grup-țintă în vederea scopurilor lor propuse (Angheluș și Vescan, 2005, p.87).

Presă este, într-adevăr, liberă în alegerea modului de a trata informația și, mai mult decât teroriștii, ea este cea care fabrică înfățișarea terorismului (Toma, 2004, p.75).

Așadar, cele mai prestigioase abordări asupra ad-terorismului din perspectiva psihosocială abundă în cercetări legate de relația dintre mass-media (simbioză), ca modalitate de intimidare și evocare a emoțiilor negative în rândul publicului-țintă (Wilkinson, 1977; Martha, Middletonwn & Wesleyan, 1983; Wardlaw, 1989; Wieviorka, 1993; Wilkinson, 1997; Ganor, Ehrich, Shay, 2002; Silver, 2002; Chermak, 2003; Delcea, 2004; Toma, 2004; Odorogea, 2004; Angheluș și Vescan, 2005).

Premisele abordării ad-terorismului ca efect de activare a emoțiilor negative

Teroriștii au început să se folosească de mass-media încă din anii '60, datorită impactului emoțional pe care l-au constatat la societatea civilă în urma unei mari mediatizări, atunci când în 1968 s-au îmbarcat la bordul zborului El Al Roma-Tel-Aviv și l-au deturnat spre Algeria, cerând să fie eliberați cei 1200 de arabi arestați de către statul Israel. Apoi au urmat cele mai spectaculoase mediatizări ale terorii, care au șocat lumea până în ziua de azi. S-a demonstrat încă o dată că practicile lor mediatice ating cele mai mari ținte.

Teroriștii de azi cunosc cele mai performante metode de sensibilizare, folosindu-se de televiziune și Internet. De-a lungul anilor au dobândit noi forme mediatice de comunicare și noi modalități prin care să-și atingă scopul (Delcea, 2005).

Data evenimentului	Descrierea evenimentului
1970	Dawson's Field
Mai, 1972	Atentatul de la aeroportul din Lod
Septembrie, 1972	Atentatul de la jocurile Olimpice din Munchen
Iunie, 1976	Deturnarea avionului Airbus al Air France la Entebbe
Septembrie, 1977	Răpirea și asasinarea lui Schleryer
Iunie, 1985	Deturnarea zborului TWA Atena-Roma
Octombrie, 1985	Asasinarea lui Achile Lauro
Noiembrie, 1985	Deturnarea zborului Egipt-Air Atena-Cairo
Martie, 1995	Atentat cu arme biologice comis de secta Aum, Tokyo, Japonia

Aprilie, 1995	Atentat la Oklahoma City
Decembrie, 1996	Luarea de ostatici la ambasada Japoniei din Lima
Septembrie, 2001	Deturnarea celor 4 avioane în SUA
Martie 2004	atentat la gara Atoka din Spania
Iulie, 2005	Atentat sinucigaș la Londra

De-a lungul ultimelor decenii, cercetările legate de mesajul audiovizual al terorii au generat controverse între specialiști asupra gradului său de influențare a opiniei publice. Iar Comisia de Cultură, Arte și Mass-Media a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei (APCE), împreună cu Departamentul de Stat american, în luna aprilie 2005, a emis un comunicat, prin care se sublinia: „Acoperirea asigurată de media ar putea servi teroriștilor, al căror scop este acela de a face să treacă propriul lor mesaj către publicul larg respectiv ar putea constitui motivația însăși a unor acte teroriste.

Lumea a putut să vadă imagini atroce extrem de șocante în casete turnate chiar de teroriști. Mijloacele mass-media sunt azi sistematic utilizate pentru a transmite mesaje între responsabilii politici și teroriștii care nu doresc sau nu pot să angajeze un dialog direct” (Stănescu, 2005, p. 299). Dintre diversele abordări, se remarcă studiile behavioriste și cognitive cu privire la ad-terorism.

Behaviorismul este o paradigmă influentă în ceea ce privește mediatizarea terorii. Perspectiva behavioristă operează cu concepte precum „stimul” (mesajul terorii mediatizat) și „răspuns” (reacția comportamentală a consumatorilor de mass-media). Această paradigmă mai pune în discuție și învățarea directă, pe observarea atentă a mediului mediatizat și a interacțiunilor subiectului cu acesta, sugerând că indivizii sunt niște consumatori ai mass-media (Petre și Nicola, 2004; Delcea, 2004). De fapt, temerea fiecăruia dintre noi este un răspuns emoțional realist la evenimente care ne pot răni (atentate, deturnări de avioane, explozii mediatizate), și reacționăm la teamă retrăgându-ne, izolând-o sau suntem șocați în prezența ei.

Frica devine groază când, dincolo de pericolul specific al situației, tinde să devină un sentiment foarte puternic al vulnerabilității personale. Groaza poate fi declanșată de evenimente curente legate de conflicte recente nerezolvate, mediatizate la scară mondială (Irak, Afganistan etc.), ce activează sentimente de pierdere a controlului sau stării dezadaptative. Pericolul actual al celor mai multe atacuri teroriste este relativ ridicat la cel mai înalt nivel mediatic, în comparație cu pericolele ce se desfășoară în viața noastră de zi cu zi, precum și accidente, atacurile de cord induse de stres, obezitatea datorată diabetului, infirmitățile fizice sau moartea cauzată de fumat. Teroriștii sunt capabili să răspândească teroarea irațională, haosul, șocul și groaza pentru a evoca impactul lor. Prin uciderea unui președinte, îi fac pe toți să se simtă amenințați. Prin torturarea, asasinarea, luarea de ostatici și violarea câtorva persoane, ceilalți se vor simți nesiguri. Distrugerea unor clădiri, avioane și instituții de stat (asediul școlii de la Beslan din Rusia) îi fac pe ceilalți să se întrebe dacă nu cumva vor fi ei următorii. Arma omniprezentă a

teroriștilor este mediatizarea fricii exagerate, care se transformă în anxietate ridicată, în special când este mediatizată de mass-media.

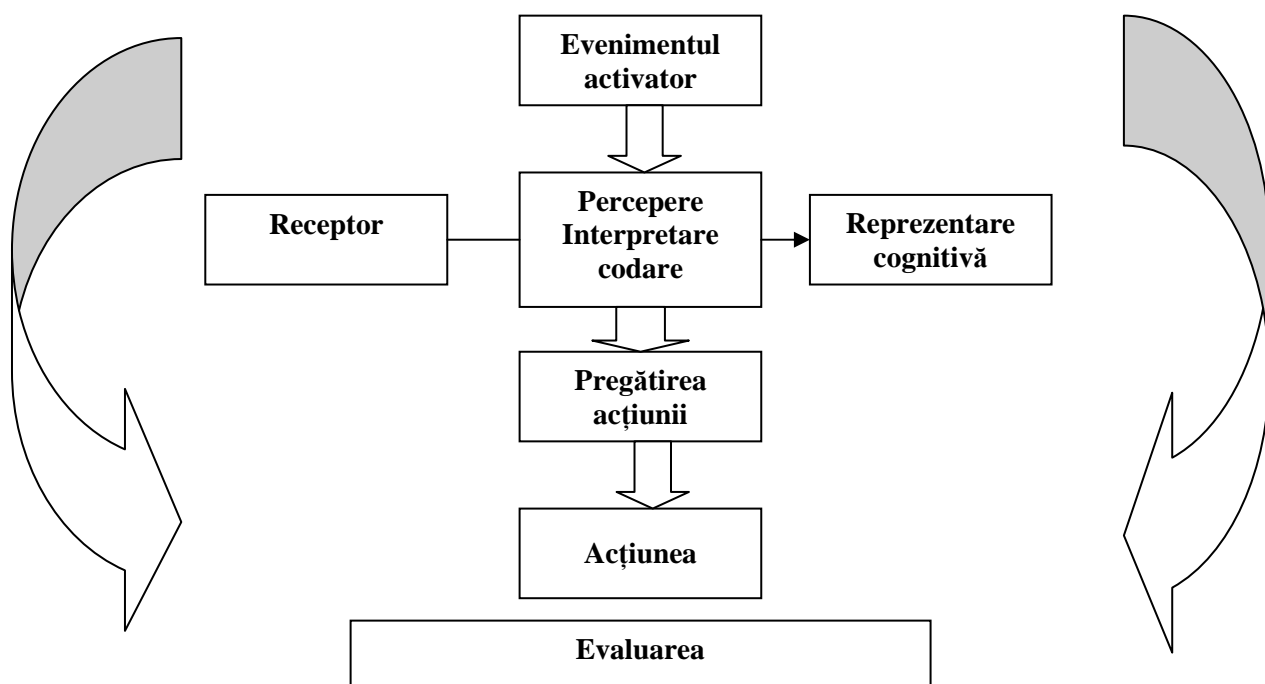
Cel mai probabil, teroriștii vor acționa, mai degrabă, prin plasarea bombelor sinucigașe în metrouri, clădiri federale sau a bombelor cu ceas în autobuze, muzee etc., decât prin otrăvirea apelor sau a mâncării. Într-un sens mai profund, tot ceea ce înseamnă terorism are legătură cu psihologia (Zimbardo, 2005).

Abordarea behavioristă mai susține că mesajele mediatizate nu pot fi obiective, deoarece sunt create de mintea umană; astfel, într-o formă mai mult sau mai puțin mascată, intențiile și credințele teroriștilor sunt răspândite în rândul tuturor oamenilor, deoarece „mesajul transmis de mass-media este, de fapt, un transfer mediatic de cunoștințe” (Crișan și Danciu, 2000, p.171). Această metodă examinează mass-media din perspectiva studiilor sociale care sunt controlate, punând un accent asupra măsurării audienței și a efectelor comportamentale, având ca intenționalitate descoperirea unor pattern-uri care pot prezice comportamente similare.

Behavioriștii consideră că mass-media poate induce emoții negative consumatorilor de media, având la bază unele studii (Livingstone, 1998) care încearcă să demonstreze că există stimuli ce pot provoca acțiuni violente de tipul atentatelor (Crișan și Danciu, 2000).

Abordarea cognitivă pune accent mai degrabă pe gândirea și pe motivațiile celor care mediatizează teroarea evocând emoțiile negative. Una dintre teoriile importante subliniate de Albert Bandura (1990) arată că procesele mentale (percepția, înțelegerea, interpretarea, memoria etc.) sunt mediate de anumite scheme mentale sau structuri ierarhizate de organizare a cunoștințelor. Aceste scheme sunt structuri cognitive care includ diverse cunoștințe despre terorism, teamă, șoc și groază, inoculate și învățate din mass-media, ca și stimuli repetitivi în vederea activării emoțiilor negative. Subiectul fiind un consumator al mass-media, folosește diverse scheme cognitive sau perceptuale pentru a-și organiza cunoștințele, anticipa evenimentele și pentru a-și justifica comportamentul.

Cosnier (2002) subliniază importanța abordării cognitive în comparație cu cea behavioristă, arătând că emoțiile negative sunt în strânsă legătură cu informația. Tot el mai remarcă faptul că, în prima etapă, evenimentul inducător este receptat, codat și transpus într-o formă de reprezentare mentală la subiectul uman. În a doua etapă este aplicat un plan de pregătire în vederea acțiunii. Iar în a treia etapă este efectuată o evaluare a activării adaptive.



(După Cosnier, 2002)

Concepțiile definatorii menționate mai sus sunt adoptate de diferiți autori cognitiști (Leventhal, 1984; Lazarus, 1984, etc.).

De fapt, răspunsurile noastre afective la stimulii negativi sunt determinate de cognițiile și credințele noastre despre atributele acestor stimuli (Opre, 2002).

Cercetările din ultima perioadă dovedesc că output-urile afective pot fi determinate de procesele noastre cognitive deductive/învățate. De exemplu, Schachter (1964, 1971; Schachter & Singer 1962, după Opre, 2002) argumentează că emoția nu apare înainte ca subiectul să infereze cauza „arousalului” fiziologic resimțit și, după, aceea, etichetează acel răspuns ca pe o emoție.

Stimulii cu conotație emoțională negativă sunt, de regulă, mult mai penetrabili, fiindcă dau naștere unor reacții puternice, cum sunt imaginile șocante și, de aceea, sunt mai ușor de reținut decât argumentele expuse.

Tot emoțiile negative pot duce la modificări comportamentale mult mai rapid decât argumentele logice (Szentagotai & Panaitescu, 1999).

Cosnier (2002) trece în revistă toate studiile legate de emoții negative evocate de mass-media, subliniind, în acest fel, simbioza ca relație între terorism și mass-media (Cathelat, 2005).

Astfel, tabelul de mai jos face obiectul cercetărilor ulterioare cu privire la emoții.

Emoția negativă	Woodworth și Schlosberg (1964)	Ekman și Friensen (1975)	Izard	Achwartz și Schaver (1987)
<i>Frică</i>	+	+	+	+
<i>Furie</i>	+	+	+	+
<i>Tristețe</i>	+	+	+	+

<i>Dezgust</i>				
<i>Dispreț</i>	+	+	+	
<i>Disperare</i>	+	+	+	

(Emoția negativă de bază, după Cosnier, 2002)

Așadar, evaluarea cognitivă a sensului sau semnificației stării de bine sau nu stă la baza tuturor afectelor.

Abordarea cognitivă mai ia în calcul și învățarea, care are un rol important în schimbarea atitudinală și persistența acesteia, accentuând rolul mediator ca relație între emoție și cogniție, în timpul expunerii la mesaje cu conotație emoțional negativă (Zimbardo, 2005).

Concluzionând, cele două abordări se completează, de fapt, una pe alta, datorită efectului negativ multiplu de care se folosește teroristul pentru a sensibiliza și emoționa negativ consumatorul de mass-media, datorită capacității de exprimare a emoțiilor negative în procesul comunicării mediatice de care dă dovadă teroristul (Sherman, 2005).

Teorii asupra efectelor de comunicare în masă

Mediatizarea terorii produce o serie de efecte în plan psihosocial și sociocultural. Aceasta poate fi diferențiată după mai multe criterii: intensitate; zone de manifestare; persistență; modul în care își exercită influența; grupul-țintă sau persoana-țintă.

Mijloc de comunicare	Procentul
TV	98%
Servicii telefonice	94%
Video-recordere	82%
TV prin cablu	67%
Internet	38%

Procentul de locuințe americane cu acces la diverse mijloace de comunicare

(După Anuarul Casei Albe, 1997-2001)

Pornind de la aceste criterii de analiză a efectelor negative în masă, au fost elaborate numeroase teorii asupra rolului, funcțiilor și mecanismelor psihosociale prin care acestea acționează (DeFleur și Ball-Rokeach, 1999).

Astfel, în perimetrul paradigmei „efectelor puternice” (Cristea, 2000) ale mass-media, surprindem unele modele teoretice semnificative, de la care studiul de față a plecat, privind simbioza ca relație între terorism și mass-media.

Teoria hegemoniei mass-media. Teoria hegemoniei mass-media, având la bază concepțiile de sorginte marxistă asupra structurii duale a societății (clase dominante și clase dominate), afirmă capacitatea mass-media de a constitui un instrument eficient de dominare și control social, utilizând mijloace persuasive de tip cultural-simbolic.

Clasele aflate la putere domină societatea nu prin forță, ci prin utilizarea sistemelor educaționale și de informare în masă în scopul impunerii unui sistem de valori, reguli, ideologii sau modele comportamentale care le sunt convenabile și care le

asigură hegemonia asupra categoriilor sociale. Spre exemplu, Frațiunea Armata Roșie a fost adesea numită „grupul” ce simboliza un statut politic ideologic și cu o cultură aparte față de cultura Germaniei, fiind destul de mediatizat în acea perioadă, astfel încât se credea un stat în stat (Marret, 2002).

Teoria dependenței de mass-media, ca o variație a concepției de mai sus, afirmă teza conform căreia subiecții umani devin progresiv dependenți de comunicarea în masă, ce le oferă informații, comentarii, interpretări și soluții de rezolvare a conflictelor și problemelor teroriste de azi – fără a solicita un efort deosebit din partea celor care beneficiază de aceste servicii.

Mijloc de comunicare	Procentul	Activitatea	Nr. ore
Internet	0,1%	Privitul la TV/Video	1.616
Cărți	3%	Ascultarea radioului	1.389
TV	46%	Citirea presei/revistelor/cărților	332
Film/ teatru	0,4%	Internetul	252
Ziare	4,6%	Odihnă	2.920
Video	1,7%	Timpul în care este folosită media	2.460
Radio	32%		
Casete	9%		
Reviste	2,4%		

Numărul de ore dintr-un an pe care o persoană îl petrece în medie folosind mijloace de comunicare în masă și numărul de ore dintr-un an pe care o persoană îl acordă diverselor activități (în medie)

(După: The Versiois, Suhler & Associates Communications Industrz Forecast, 1997/2001)

Teoria „glonțului magic”- pornește de la analiza marilor campanii propagandistice care au avut ca efect generarea unor mișcări de masă cu baze psihologice profund iraționale. Se avansează ideea condiționării mulțimilor prin cunoscutul mecanism pavlovian stimul-reacție. Stimulul „glonțului magic” se prezintă sub forma unui puternic șoc psihic care se adresează celor mai profunde

zone emoționale și inconștiente (David, 2004), ceea ce permite dizolvarea totală a subiecților umani în mulțime, devenind astfel adevărați „sclavi psihici”. La rândul ei, mulțimea este manipulată prin intermediul unor simboluri în raport cu care au fost elaborate schemele de reflexe condiționate (amenințările repetate mediatizate și sloganul Al-Qaeda, spre exemplu).

Așadar, mass-media poate acționa în acest caz ca adevărat „modelator magic” (Cristea, 2000) al sensibilității și evocării emoțiilor negative, având, astfel, posibilitatea de a declanșa comportamente sociale programate (Mucchielli, 2002).

La baza acestor teorii se află teza conform căreia simbioza (privită ca relație mutuală între teroriști și mass-media) are efecte puternice și durabile, datorită „contaminării psihologice care afectează latura noastră comportamentală (ex. comportamente dezadaptative); cognitivă (decizii eronate) și emoțională (ex. emoții negative, stres etc.)” (David, 2004, p.183) și care pot viza cele mai profunde zone ale organismului social.

De fapt, terorismul și mass-media se află într-o relație pe cât de complexă, pe atât de evidentă. Terorismul are nevoie de publicitate, iar mass-media are nevoie de audiență. Iar regula ambelor părți este să dea naștere unui efect puternic psihologic, îndeplinind, astfel, fiecare sarcina „în care fiecare răspunde cel mai bine și cel mai eficient nevoilor celuilalt” (Toma, 2004, p. 74).

Concluzionând, fenomenele de influențare, de evocare a emoțiilor negative din mass-media sau alte forme de mediatizare a terorii sunt, deci, consubstanțiale comunicării, fiindcă orice comunicare a terorii este o încercare de a influența, urmărindu-se, astfel, să se transmită un sens, ceea ce nu se poate realiza fără influențare.

Teroriștii au constatat acest „efect” și îl pun în aplicare ca o strategie sau element psihologic important, care vizează atât scăderea moralului inamicului prin îngrozire, cât și întărirea forțelor proprii, a încrederii în sine și a voinței de a lupta (Stănescu, 2001). Unul dintre cei mai de seamă teoreticieni ai terorismului, britanicul Liddel Hart (1954), afirma că, în aproape toate marile bătălii din istorie, învingătorul și-a pus inamicul în dezavantaj psihologic înainte să aibă loc confruntarea.

Nr. crt.	Tipul de Ad-terorism	Grupul țintă	Sursa de mediatizare
1.	Intimidare și amenințare	Statele care se împotrivesc	Mass-media
2.	Haos, șoc și teroare	Populația necombatantă și grupuri asemănătoare	Mass-media
3.	Negociere	Statele care nu recunosc statutul formelor teroriste	Mass-media, scrisori, telefon, fax și internet
4.	Propagandă religioasă	Grupul care se împotrivește	Mass-media și liderii religioși
5.	Propagandă politică	Statele care se împotrivesc expansiunilor teritoriale și politice	Mass-media
6.	Anunțul victorios	Statele și grupurile care au suferit atentate sinucigașe, deturnări de avioane, asasinare etc.	Mass-media scrisori, telefon, fax și Internet

Tipuri de ad-terorism (După Delcea, 2004)

Analizând rezultatele de mai sus, putem reține concluzii relevante despre mesajul terorii mediatizat, acesta reprezentând o formă de intimidare și evocare a emoțiilor negative.

Studiile de până acum (Wilkinson, 1977; Martha, Middletonwn, & Wesleyan, 1983; Wardlaw, 1989; Wiewiorka, 1993; Wilkinson, 1997; Ganor, Ehrlich, Garcin-Morrou, 2001; Shay, 2002; Silver, 2002; Chermak, 2003; Delcea, 2004; Toma, 2004; Odorogea, 2004; Angheluș și Vescan, 2005) dovedesc, în special în teoriile palestiniene, impactul evocării emoțiilor negative, ce pune într-o situație neplăcută pe cel care preia informația cu caracter violent și agresiv, consumatorul de media.

Așadar, pe de o parte, „lumii îi este frică” (Garcin-Morrou, 2005), datorită mediatizării repetate a violenței și a terorii, iar pe de altă parte, teroriștii capătă o imagine tot mai vie în mințile consumatorilor de media, ca fiind cei ce pot lovi în orice sferă a securității, indiferent de stat, guvern sau persoană.

De fapt, mediatizarea terorii are un rol de intimidare sau este esențialmente o strategie bazată pe impactul psihologic (Ariel, 1993). În definițiile oficiale (Departamentul de Stat al SUA, Anglia, Spania etc.), conceptele precum „influențarea unui public”, „inducerea sentimentului de frică în populație sau pe de o parte a populației” se referă la efectul de activare a emoțiilor negative (Schmid și Jongman, 1988, Delcea, 2005). Silver (2002) a remarcat, în urma studiului longitudinal efectuat pe 6000 de persoane, după atentatele de la 11 septembrie 2001, că efectele psihologice ale unei traume majore, activarea emoțiilor negative, șocul, groaza și frica la nivel național, în urma atacurilor teroriste, nu se reduc doar la experiența directă a subiecților, ci comportă, în egală măsură, același grad al reacțiilor psihice pentru cei care sunt consumatori de media și receptează mesaje ale terorii.

Adaptat după Cristian Delcea, „Impact strategic nr. 1 / 2006”
de Valentin Preda