

## FENOMENUL VIOLENȚEI TELEVIZATE DIN PERSPECTIVA TEORIILOR MEDIATICE

*Ludmila RUSNAC*

*Catedra Jurnalism*

La violence du monde dans lequel nous vivons est bien réelle. Il est vrai que les médias audiovisuels sont omniprésents dans les foyers et que le sujet de la violence dans les médias, comme par exemple sur la télévision, dans les émissions et dans les films est un sujet bien discuté de nos jours. Dans les émissions pour adultes, la violence est plus explicite. Les armes à feu et les couteaux ont l'air vrai, tout comme les corps démembrés par des explosions et le sang qui gicle. La violence habite l'information: chaque jour apporte son lot de brutalité et d'actualité dramatique dont la télévision et les journalistes ont le devoir de rendre compte. De nombreuses études se sont penchées sur les effets de la télévision sur les spectateurs. Et si des milliers d'études apportent des résultats contradictoires, la dernière en date, publiée par le prestigieux magazine Bulletin Informatif de CIJ, pourrait bien apporter un début de solution. Elle prouve que trop de petit écran est synonyme d'agressivité... Par ailleurs, accuser la télévision d'être la cause de la violence et de tous les maux de la société est un procès trop facile. Néanmoins, il ne s'agit pas de censurer ou d'aseptiser les écrans de télévision de toute représentation violente ou érotique, mais de renforcer la vigilance des adultes et leur implication dans la protection des mineurs. Il s'agit donc de trouver un point d'équilibre.

Datorită politicii statului, în perioada sovietică toate mijloacele de informare în masă existente la noi operau cu informații provenite exclusiv din evenimente „pozitive”, lipsite de elemente de violență și careva încărcătură emoțională, astfel că abia în prezent publicul află că și în deceniile trecute existau ucigași în serie și se săvârșeau acte de terorism. Situația care s-a creat la începutul anilor '90 generează aspecte inedite ale activității presei. Angajații diferitelor mijloace media nu mai sunt obligați să aleagă cu grijă evenimentele care urmează a fi mediatizate, ci prezintă, ca într-o oglindă, viața reală a societății în proces de democratizare, o viață dură și violentă, capabilă de a emana materiale tocmai bune pentru a satisface, pe de o parte, cerințele auditoriului care peste noapte s-a trezit față în față cu adevărata realitate pe care vrea să o cunoască și, pe de altă parte, așteptările tuturor mijloacelor media de a informa publicul veridic și poliaspectual. La începuturile procesului de liberalizare a presei anume acesta era scopul tuturor mijloacelor de informare în masă, fie televiziune, presă scrisă sau radio. Stupefiați de libertatea și bucuria posibilității de a vorbi despre orice, jurnaliștii din orice domeniu încep să acorde prioritate temelor considerate până mai nudemult tabu, pentru ca ulterior să înțeleagă că acest lucru mai este încă și profitabil. Avizi de informație veridică și de calitate, telespectatorii absorb cu zgârcenie tot ce le pun la dispoziție mass-media, asigurându-le acestora o audiență maximă. Pe piață apar primele posturi private de televiziune, pentru ca, timp de un deceniu, numărul acestora să depășească cifra de 30, toate fiind cointeresate în satisfacerea gusturilor publicului și în acumularea profitului din activitatea prestată. Cu viteza luminii pe piață își fac apariția spectaculoasă o sumedenie de posturi radiofonice private care la fel își cer dreptul legal la profit. Într-o epocă a industrializării rapide, atât presa scrisă, cât și cea audiovizuală se axează primordial pe motive comerciale pentru ca mai târziu aria de interese să se extindă asupra unei politici de stimulare a interesului maselor pentru informația senzațională care șochează datorită efectului de bombă pe care îl comportă. În ultimele decenii milioane de pagini de ziar și ore de emisie radio și televizată își au conținutul în descrierea diferitelor acte de violență cu detalii pline de cruzime care servesc atât pentru informare, cât și pentru instruirea comportamentelor agresive de către membrii unei comunități cu deschidere la media. Tot mai multe articole de ziar scot la iveală evenimente senzaționale și acte de violență ce se produc în societate, iar structura descriptivă a acestora este orientată nu atât către informarea cititorului, cât spre impresionarea acestuia, pentru a-l determina să procure numărul de ziar. Din ce în ce mai des publicațiile zilnice de informare propagă panică și frică prin publicarea de materiale însoțite de titluri ochioase și fotografii senzaționale. Inventate la început ca nadă pentru cititori, articolele de acest gen au ajuns în prezent să ne modeleze gusturile și nevoile. Un alt mijloc prin intermediul căruia avem acces la violență din mass-media este Internetul ce ne oferă posibilități practic nelimitate de a cunoaște lumea înconjurătoare. Acest excepțional mijloc de informare include în structura sa atât presa scrisă (presa on-line), cât și pe cea radio și electronică. La dispoziție ne este pusă toată informația pe orice tematică existentă în lume, inclusiv jocuri deosebit de violente foarte populare printre copiii de vârstă școlară.

Nu este o problemă dacă nu există un calculator în familie, copilul poate accesa Internetul în orice centru de calculatoare din oraș. Filmele în desen animat, cum ar fi „Super Fighter”, „Agent M 69”, „Waron Terrorism”, „Alien Attak”, „Alien Clones”, „Robot Rage” și multe altele, sunt în top la toate centrele Internet din oraș. Și în timpul lecțiilor, și în afara lor, copiii accesează diferite jocuri moderne, cărora le dedică majoritatea timpului.

Trebuie să menționăm însă faptul că majoritatea filmelor în desen animat și a jocurilor pe Internet conțin scene de agresivitate, bătaii, lipsă de respect. Adresări ca: «жирный тупица», «дурак», «идиот», «водолаз-вонючка» și fraze de tipul: «лупи брата пока он не вззоет», «поставь брату подножку», «ты куда лезишь, идиот?», «засесть за свои вонючие уроки» sunt foarte frecvente... și atât de ușor de imitat. Diferite instituții mediatice se antrenează într-o cursă anevoioasă și lungă pentru audiență. Jurnaliștii înțeleg că se pot scoate bani grei din vânzarea informației, pentru aceasta este doar necesar să utilizeze experiența mass-media din Occident. Astfel, presa autohtonă începe o nouă viață.

Este incontestabil faptul că în ultimele decenii mass-media devine tot mai violentă. Zilnic suntem puși în situația să vizionăm știri și reportaje despre accidente, catastrofe, acte de terorism, incendii și să citim în ziare despre violuri, omoruri, furturi și acte de vandalism. Ce fenomen a determinat această nouă dimensiune a realității sociale? Ce situație a generat apariția și consolidarea unor noi aspecte în politicile redacționale ale diferitelor instituții mediatice? Care sunt efectele violenței promovate de televiziune asupra publicului?

Primele preocupări legate de semnificațiile violenței televizate s-au făcut simțite încă la mijlocul secolului trecut, când demarează cercetările referitoare la efectele violenței televizate, considerându-se că violența de la ecran naște comportamente similare în societate. Astfel, Comisia Națională pentru Depistarea Cauzelor și Prevenirea Violenței, SUA, a publicat în anul 1969 un raport desfășurat la această temă, menționând că prezența violenței în mijloacele de informare în masă a atins cote înalte, mai ales în programele de televiziune [1]. Un alt studiu efectuat de către un grup de cercetători americani, finalizat în 1972, a prezentat rezultate nu mai puțin pesimiste. Mediologii au concluzionat că vizionarea imaginilor violente influențează minorii și îi determină să adopte conduite agresive după modelele eroilor din filme. Cu toate că specialiștii recunosc că nu toți copiii sunt identic afectați, totuși consideră unanim că violența televizată este dăunătoare pentru psihicul telespectatorilor tineri [2]. Studiile efectuate ulterior au demonstrat că violența TV într-adevăr are efecte și îi determină să adopte un anumit comportament nu numai pe tineri, dar și pe adulții care își dedică majoritatea timpului pentru vizionarea programelor ce incită la violență.

Violența este actualmente o problemă socială complexă, ale cărei consecințe și modalități de manifestare prezintă interes atât pentru instituțiile de control social, cât și pentru opinia publică. Prelungirea procesului de depășire a crizei economice existente, care se manifestă prin persistența inflației, sărăciei și șomajului, generează în permanență tensiuni și stări de conflict între indivizi și între instituții sociale și indivizi.

Pentru înțelegerea fenomenului violenței este necesar să luăm în considerație trei factori esențiali. Aceștia sunt: caracteristicile mesajului și contextul de producere a semnificațiilor, mediul sociocultural al producerii și receptării mesajelor și caracteristicile psihologice ale indivizilor. În acest context, majoritatea cercetătorilor sunt de acord asupra ideii că televiziunea contribuie la promovarea unei culturi a violenței în societatea contemporană și participă în calitate de factor decisiv la socializarea indivizilor, în special a celor care dispun de un acces redus la alte surse de socializare. Esențial este să delimităm principiile de coexistență între televiziune și violență, doar astfel vom putea înțelege logica mijloacelor de comunicare de masă referitor la etalarea violenței în diverse programe audiovizuale. Or, menționează G.Sartori, „este fals că televiziunea se limitează să reflecte schimbările în curs din cadrul societății și culturii sale. În realitate, televiziunea reflectă schimbări pe care în mare măsură ea le promovează și le inspiră” [3]. Deseori am simțit pe pielea noastră de consumatori violența imaginii televizate, dar rareori am încercat să evaluăm care sunt semnificațiile acesteia. De exemplu, ne poate oare influența într-un anumit fel o imagine violentă? Ne poate ea schimba dispoziția, creându-ne o stare nouă? Sau nu ne creează nici o stare? Este oare violența imaginii întotdeauna legată de imagini violente? Care sunt caracteristicile unei imagini violente? Are oare imaginea violentă o valoare pozitivă? În ce context? Este oare violentă imaginea unui om bolnav? Dar lupta plină de cruzime a unui erou pozitiv? Prin ce se deosebește o imagine sau o scenă violentă de una non-violentă? Care este relația dintre violența imaginii și imaginea violenței? Există o careva relație? Care sunt criteriile de delimitare? Pot fi considerate violente scenele ce prezintă secvențe televizate ale luptelor fără reguli? Depinde oare starea de fericire de violența vizionată? etc. În literatura de specialitate nu sunt prezentate careva criterii bine definite ale imaginii

violente. În accepțiunea noastră, „violentă” este acea imagine care perturbază pentru un anumit moment lucrul normal al psihicului uman, creând o ușoară stare de șoc și disconfort mintal ca rezultat al vizionării situațiilor de utilizare a forței fizice sau de altă natură pentru obținerea profitului. Această definiție se referă atât la violența mass-media față de auditoriu (ne referim la politica redacțională de selecție a informațiilor), cât și la violența din mass-media, adică nemijlocit la imaginile și scenele ce conțin violență și agresivitate și care constituie conținuturile diferitelor programe de televiziune. În mare parte, avalanșa de violență vizuală din cultura media poate fi urmare a căderii accelerate a cadrajelor istorice și barierelor culturale sub acțiunea modelului de televiziune occidental, agresiv și dinamic. Exteriorizarea excesivă a violenței din societate poate fi o premisă pentru ca indivizii să se obișnuiască să discearnă între violența inutilă și tautologică a programelor de televiziune și violența necesară și tolerabilă. Lumea mass-media contemporane este lipsită de cultura imaginii, care, „în ciuda ofertei enorme de vizual, nu mai reprezintă intermediarul legitim între vizibil și invizibil, ci reificatorul problematic al concretului în hiper-concret, al umanului în numai-uman, și, la limită, în sub-uman, non-uman sau chiar post-uman” [4]. Încă la începutul anilor '90 mediologul E.Sanders remarca că este foarte dificil a defini clar și unanim ceea ce se înțelege prin termenul „violență televizată”. Nu întotdeauna acest fenomen prezintă caracteristici similare pentru cercetătorii în domeniu, astfel că părerile lor se dispersează, uneori radical. Pentru reușita definirii acestui termen, este necesar să ne clarificăm asupra mai multor factori. Primordial, trebuie să înțelegem prin ce se deosebește o imagine non-violentă de o imagine violentă? Care sunt caracteristicile unei imagini violente? Poate o imagine violentă să devină non-violentă, fără a știrbi conținutul ei informațional? Cum facem distincție între violența difuzată în cadrul programelor de știri și cea pe care o vizionăm în filme artistice, emisiuni criminalistice, documentare etc.?

Cum definim totuși violența televizată? O definiție ar fi următoarea: „forță distrugătoare care influențează asupra integrității psihice sau fizice pentru a pune în valoare un început de dominare sau distrugere a umanității individului” [5]. La o anumită etapă, credem că această definiție poate servi drept criteriu de evaluare a secvențelor violente din presa electronică. Deseori, filmele de lung metraj, seriilele lacrimogene și emisiunile importate formează esența grilei de emisie la multe posturi de televiziune comerciale de la noi, fapt care conduce la transferul unei imagini eronate despre criminalitatea din lumea occidentală, iar contrastul dintre realitatea imaginată și cea cotidiană, reală, devine atât de acută uneori, încât „devenim incapabili de a le discerne, deoarece orice „spectacol” televizat pretinde a avea conotații de adevăr” [6]. Experți din cadrul Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA) afirmă că sunt necesare legi mai restrictive privind violența care exercită un impact moral și psihologic negativ asupra copiilor și adolescenților, deoarece „starea criminogenă actuală este rezultatul abundenței îndelungate și al abuzului de informație de acest gen, cât și al toleranței depline a societății față de acest fenomen” [7].

În mare parte, cercetările asupra violenței de la televiziune țin cont doar de violența psihică exercitată de către acest media. Din perspectiva psihologilor avem următoarea definiție a violenței televizate: „reprezintă acte violente sau agresive din punct de vedere psihic, efectuate cu intenția de a face rău cuiva sau de a-l impune să comită asemenea acte” [8]. Ulterior, specialiștii francezi în domeniul mediologiei elaborează în 1977 o nouă definiție a termenului: „Violența reprezintă un act care se naște din insatisfacție, perturbând starea psihică, psihologică sau socială a persoanelor sau grupurilor sociale. Violența poate fi directă sau subtilă”. Indubitabil, definirea violenței se realizează în funcție de anumite criterii culturale și normative, de natura caracteristicilor societății la moment, existența anumitor interese, precum și în funcție de anumite criterii subiective de ordin spațial și temporal, care deosebesc o societate de alta. Unii cercetători raportează violența la esența agresivă a naturii umane, precum și la funcționalitatea societății, astfel că violența pasională manifestată ocazional se proliferază într-o violență sistematică și rațională. Totuși, termenul de „violență” comportă semnificații particulare în funcție de contextul de referință. Antropologul Freeman este de părere că „o abordare interacțională a studiului violenței conduce la concluzia generală că comportamentul agresiv este determinat atât de variabile interne, cât și de variabile externe, fiind puternic influențat de învățare” [9]. Într-un raport al Organizației Mondiale a Sănătății (World Report on Violence and Health) despre violența televizată găsim următoarea definiție a termenului ce ne interesează: „folosirea intenționată de către unele persoane a forței psihice sau fizice, sau a puterii de altă natură, pentru a mări șansele de influență asupra altor persoane, cu scopul de a le impune voința” [10]. Violența exercitată de mijloacele electronice de informare se referă primordial la obținerea cu orice scop a profitului; or, violența televizată este tirajată cu scopul de a mări audiența și nimeni nu se gândește la faptul că ea reduce reactivitatea sistemului nervos al tele-

spectatorilor, autocontrolul, stimulează impulsivitatea, generează emoții puternice, modificându-le conștiința de sine, lipsindu-i, în final, de moralitate. Fiind întrebat ce loc ocupă televiziunea în lista factorilor ce influențează și modelează comportamentele indivizilor, Alistaire Cooke, unul dintre legendarii producători ai televiziunii americane, a opinat: „*Televiziunea ocupă primul loc după influența părinților, cu siguranță înaintea școlii și a bisericii. Este mult mai ușor să capeți obiceiuri proaste prin intermediul televiziunii, decât prin orice alt mijloc*” [11]. Problema influenței violenței televizate asupra publicului este studiată de către oamenii de știință în domeniu de mai bine de șaiszeci de ani. Majoritatea cercetărilor efectuate au descoperit funcționalitatea unei relații între violența distractivă expusă de mass-media și agresivitatea tinerilor și a minorilor din țările occidentale. R. Wilson afirmă că vizionarea excesivă a informațiilor audiovizuale ce conțin violență naturală induce ideea că violența este o cale efectivă pentru rezolvarea conflictelor sociale și servește ca imbold pentru a o practica în viața reală [12]. După cum observă corect S.Lamson, „*copiii se obișnuiesc cu ideea că violența din societate este un fenomen normal, le este frică să devină la un anumit moment victime ale agresorilor, crescând agresivi și plini de cruzime*” [13]. Concluzii asemănătoare ne prezintă și G.M. Gedatus [14]. De altfel, suntem într-un tor de acord cu J.Cantor care susține că diferite media prezintă copiilor o gamă largă de modele de comportament violent care în viața reală probabil nu le vor sesiza niciodată, însă „*vizionarea chiar și a câtorva secvențe violente se poate solda cu apariția nervozității și sentimente de neliniște*” [15].

Specialiștii din cadrul Asociației Americane de Psihologie pentru Televiziune și Comportament Social concluzionează, la începutul anilor '90, că cercetările efectuate anterior confirmă existența efectelor negative ale violenței de televiziune, modalitățile de influență fiind următoarele:

1. *Afectarea directă*, care presupune că acei telespectatori care sunt martori la imagini ce conțin violență excesivă devin ulterior mai agresivi și utilizează violența pentru rezolvarea conflictelor zilnice.

2. *Desensibilizarea*. Scenele violente de la televizor pot determina telespectatorii să devină nu doar mai agresivi, dar și mai puțin sensibili la cazurile violente din societatea reală.

3. *Sindromul lumii rele*. În urma vizionării programelor violente, mai ales a emisiunilor informative în care evenimentele violente abundă excesiv, telespectatorii încep să considere că societatea este într-adevăr foarte periculoasă și ei pot deveni în orice moment victime ale diferitelor acte de violență sau agresiune. Pentru prima dată discuțiile despre natura influenței exercitate de către televiziune asupra vieții publice și a celei private demarează la finele anilor '80, așa-numita „*perioadă adultă*” în dezvoltarea mijloacelor electronice de masă. Se naște și prima generație de tineri „*crescută cu spectacolul violenței televizate*” [16]. Senzaționalul începe să fie cultivat de posturile de televiziune la forma maximă, telespectatorii puteau viziona deja 7 acte violente pe parcursul unei ore de emisie [17]. Deosebit de importantă este relația dintre media și violență. Astfel, televiziunea ne apare în două ipostaze: ca reflector al violenței din societate (prin conținutul emisiunilor de știri, filmelor documentare și programe criminalistice) și ca generatoare de violență (prin conținutul programelor de ficțiune: filme artistice, seriale, desene animate, clipuri muzicale, blocuri publicitare). Trăim într-o epocă în care imaginea subminează deseori realitatea, ajungându-se la banalizarea reprezentării violenței în programele de actualități după modelul filmelor de acțiune importate. Astfel, se impune o evaluare cantitativă a prezenței violenței în programele televizate prin stabilirea contextului, nivelului de gratuitate al scenelor violente, gradului de integrare narativă, precum și depistarea formelor inacceptabile de reprezentare a violenței în conținutul programelor informative, științifice și de divertisment. Asocierea dintre violență și senzațional va marca evoluția de mai târziu a televiziunii, care va promova un model de civilizație în care violența se va manifesta ca o componentă normală și justificată.

Importanța abordării acestei teme este indiscutabilă odată ce în ultimele decenii prezența violenței în audiovizual a atins cote maxime.

După cum am menționat mai sus, televiziunea deseori este elogiată, dar și contestată în același timp. Sociologii și psihologii o acuză că acționează ca un drog social, iar efectele ei sunt devastatoare pentru perioade nelimitate de timp. Bunăoară, i se incriminează că:

- dirijează masele către superficialitate
- stimulează creșterea ratei delincvenței
- contribuie la degradarea morală generală
- pervertește valorile culturale ale publicului
- descurajează creativitatea [18].

Psihologii susțin că tinerii și copiii sunt cei mai sensibili la imaginile violente. Când acestea le traumatizează imaginația prin efecte de șoc, se produce o răsturnare totală a ierarhiei valorilor morale. Televiziunii i se incriminează și faptul că „*ar cultiva un anumit conformism social, ar conduce la omogenizarea, stereotipizarea sau standardizarea comportamentelor, pur și simplu ar duce la (...) extinderea societății de masă*” [19]. În timp ce cercetătorii studiază impactul violenței televizate asupra auditoriului și gradul de violență care ar putea fi permis, eticienii se întrebă dacă nu ar fi mai bine ca violența la micul ecran să nu fie tolerată. Cercetătorul Chandler este de părere că în prezent reducerea violenței la televiziune este o necesitate socială, indiferent dacă în urma transmisiunii doar o singură persoană poate fi afectată de conținutul media sau chiar nici măcar una [20].

Cercetătoarea J.Cantor propune o clasificare detaliată a cauzelor atractivității scenelor violente pentru publicul telespectator:

1. Dorința de a simți ceva deosebit.
2. Efectul de empatie (tendința de a simți virtual violența).
3. Ignorarea totală a restricțiilor (efectul fructului interzis).
4. Dorința de a vedea la ecran acte violente care oglindesc propria experiență.
5. Studiarea criminalității din zonă.
6. Sentimentul de autoliniștire.

Dând vina permanent pe televiziune pentru toate problemele societății ar însemna că noi, în calitate de acuzatori, credem că publicul reprezintă un grup extins de indivizi lipsiți de conștiință care nu sunt capabili să facă deosebire între bine și rău. Trebuie să recunoaștem că răul din societate nu se află la o mai mare distanță de oameni decât cel de la ecranul televizat. Sociologul T.Gitlin afirmă în acest context că „*e ușor să arăți cu degetul la industria spectacolului. Aceasta nu înseamnă că televiziunea este inocentă, doar că se încearcă găsirea unor țapi ispășitori*” [21]. În ce ne privește, considerăm că scopul fundamental al cercetătorilor ar trebui să se axeze nu atât pe stabilirea naturii efectelor televizate, cât pe căutarea răspunsului la întrebarea dacă manifestările violenței din societate servesc ca punct de inspirație pentru violența de la ecran sau violența televizată prezintă societății acele modele de comportament, considerate ca panaceu pentru rezolvarea tuturor conflictelor. Există un nod gordian care trebuie tăiat? Unii cercetători oferă un răspuns afirmativ la această întrebare, considerând că consumul masiv de violența televizată poate genera profunde stări de panică și sentimente de frică și insecuritate. Așa considera sociologul G.Gerbner într-o fază incipientă a cercetărilor asupra impactului violenței televizate. Tot în acea perioadă este descoperit faptul că vizionarea scenelor violente mărește sentimentele de izolare și nesiguranță ale indivizilor; în rezultat, susține G.Gerbner, „*aceștia fac încercări de a se retrage din realitatea extrem de violentă*” [22]. Care sunt consecințele unei asemenea situații și cum este influențat comportamentul uman sunt întrebări la care încearcă să găsească răspuns peste 2500 de studii efectuate în SUA pe parcursul anului 1982. Concluziile acestor studii se axează pe funcționalitatea a trei efecte de bază: *efectul de catharsis, efectul de suscitare al violenței și efectul de întărire*. Unii specialiști consideră că starea de catharsis permite eliberarea de anumite gânduri și porniri agresive prin participarea simbolică la actele de violență prezentate imaginar. Alții, din contra, consideră că mesajele violente constituie un stimul perfect pentru adoptarea de către marii consumatori de televiziune a comportamentelor violente. Dr. Franck Brady consideră că „*expunerea la stimuli agresivi mărește starea emoțională a individului care, la rândul-i, va mări probabilitatea unui comportament agresiv*” [23]. De aceeași părere este și cercetătorul George Comstock care adaugă că expunerea continuă la programele televizate ce conțin violență va determina adolescenții să se comporte mai agresiv în mediul de prieteni sau în alte medii sociale, deoarece aceștia se identifică cu personajele negative pe care le agreează. În accepțiunea lui Comstock, în ultimele decenii ale erei mediatice „*s-a creat o cultură a violenței, pe care fiecare se simte dator să o însușească*” [24]. Este bine cunoscut faptul că telespectatorii tineri încearcă să imită eroii negativi, când aceștia devin un personaj preferat, un model, preluând de la ei caracteristicile de comportament și modalitățile de exprimare. Ulterior, când apare ocazia potrivită, ei își pun în valoare performanțele achiziționate. Semnificative sunt și caracteristicile psihosociale ale receptorilor care beneficiază de serviciile media electronice, precum și apartenența de grup și mediul social în care aceștia activează. Scenele violente din cadrul unui program informativ vor fi recepționate altfel decât acțiunile violente din conținutul unui film artistic care are scopul de a recrea publicul. În primul caz violența prezentată este veridică, naturală, reală și informația va produce efecte puternice, directe și mediate, deoarece telespectatorii vor simți pericolul foarte aproape, în realitatea în care trăiesc, iar în cazul secund este vorba despre o violență gratuită, care nu este necesară, ficțională, utilizată pentru a

genera senzații puternice. Efectul de întărire al media electronice se referă la acutizarea tendințelor agresive ale indivizilor, la care subscriem: „*Televiziunea nu îi învață pe oameni să devină violenți, ci doar întărește și solidifică predispozițiile deja existente*” [25]. O tendință accentuată de a imita violența o au persoanele care prezintă un deficit de stabilitate psihică și care preiau de la televizor modelele de comportament violent. Deci, mesajele violente nu sunt definitorii în acest sens, primordiale sunt structura personalității, gradul de socializare, nivelul de educație și natura relațiilor cu semenii. Merită să amintim faptul că criticile aduse televiziunii privind influențele nefaste exercitate de programele ce abundă în violență și agresivitate nu se axează pe suficiente probe dovedite științific, o alternativă a aprofundării cercetărilor fiind utilă și binevenită în acest sens. Expunerea la mesajele media violente conduce la înregistrarea unor efecte diferențiate și acest lucru este evident; or, indivizii nu suportă similar acțiunile de cultivare ale televiziunii, preluarea valorilor promovate de televiziune se produce lent, pentru ca să se soldeze cu formarea în conștiința telespectatorului a unei reprezentări proprii asupra realității.

Efectele sociale ale consumului de televiziune au fost analizate în numeroase studii de profil, deseori prin prisma unor controverse semnificative, exprimate de către autorii acestor studii. Totuși, în unele cazuri lipsesc anumite repere bine definite privind analiza funcțiilor și așa-numitul *rezultat* al consumului de televiziune. Unii cercetători în domeniul mijloacelor de comunicare în masă au ajuns la concluzia că persoanele care își petrec majoritatea timpului în fața televizorului se caracterizează printr-o frică pronunțată față de realitatea înconjurătoare și se simt în nesiguranță în interiorul grupurilor sociale din care fac parte: familie, colectiv de serviciu, cerc de prieteni etc. Dacă e să ne aliniem acestei păreri, reiese că televiziunea (consumul excesiv de televiziune) reprezintă un generator de sentimente și stări de insecuritate în rândurile telespectatorilor. În această ordine de idei, se cere a fi menționată așa-numita *teorie a cultivării sociale*, al cărei autor este sociologul american George Gerbner. În rezultatul desfășurării unei anchete sociologice pe un eșantion al populației americane, Gerbner concluzionează că televiziunea a ajuns să „*monopolizeze deplin comunicarea cu lumea externă, subminând alte surse de informație*” [26]. Astfel, sociologul vorbește pentru prima dată despre *efectul de cultivare* pe care îl are televiziunea și care se manifestă prin educația unei gândiri unilaterale, la fixarea unei viziuni și a unor valori comune. De aici angajarea ideii că telespectatorii care sunt expuși în permanență imaginilor televizate ajung să fie dependenți de acest mijloc de informare, care devine pentru acest segment al publicului autoritar, prin impunerea unui anumit mod de a gândi și de a percepe lumea în care trăiește.

George Gerbner vorbește despre două categorii de telespectatori: lejeri (light viewers) și grei (heavy viewers). Lejeri sunt acei telespectatori care zilnic vizionează un timp redus programele televizate, astfel că efectele mesajelor nu se resimt negativ în comportamentul și mentalitatea lor, indiferent dacă acestea sunt efecte mediate sau pe termen lung. Telespectatori grei însă sunt, susține cercetătorul, persoanele care stau mai mult de patru ore zilnic în fața televizorului și anume această categorie de telespectatori au o concepție cultivată despre lumea înconjurătoare, concepție ce coincide cu cea distribuită prin intermediul diferitelor tipuri de emisiuni televizate.

Ei vor crede că în realitate nivelul violenței societale este extrem de ridicat, iar fiecare individ are șanse reale de a deveni victima unui act de agresiune. În cazul telespectatorilor lejeri rata convingerii în posibilitatea de a deveni realmente victima unei crime este net inferioară. Deci, teza principală a teoriei cultivării rezidă în faptul că violența prezentată la televiziune cultivă convingerile telespectatorilor și, ca urmare, aceștia vor alege „obiectivitatea” realității pe care o propune colosul electronic de informare. Pe de altă parte, cercetătorul de origine franceză Melvin de Fleur este de părere că nu întotdeauna se poate demonstra faptul că mesajele ce conțin violență îi influențează și îi determină pe telespectatori să creadă că violența este răspândită în societatea în care trăiesc. Un factor important pentru nașterea unor asemenea convingeri este „*nivelul real al criminalității din zona în care locuiesc acești telespectatori*” [27]. De asemenea, vom lua în considerație faptul că teoria cultivării se include în sfera teoriilor mediatice care au un efect limitat. Acest lucru presupune faptul că diferite grupuri sociale, în dependență de vârstă, poziție socială, nivel de cultură, sex, manifestă un comportament diferit sub acțiunea cultivării exercitate de televiziune.

Potrivit altor păreri (Ph. Hanser, B.Fine), vizionarea mesajelor televizate ce conțin violență în exces îi desensibilizează pe telespectatori, aceștia devenind indiferenți la actele de violență și la victimele violenței și agresiunii. Acest fenomen este numit de către cercetătorul român Ioan Drăgan „*colagizarea sentimentului de izolare*” [28]. Altfel spus, marii consumatori de televiziune manifestă o tendință pronunțată de a se retrage din realitate, de a se distanța de realitatea violentă. Totodată, I.Drăgan vorbește despre două efecte contradictorii

privind influența televiziunii, menționând că, pe lângă faptul că „generează” agresivitate (influență negativă), televiziunea poate dezvolta și comportamente benefice în rândurile telespectatorilor (influență pozitivă). Referitor la expunerea la programe cu conținut violent, difuzate de către posturile de televiziune comerciale și rezultatul acestor expuneri – dezvoltarea unui comportament antisocial, inadecvat și agresiv – au fost inițiate un șir de studii, ale căror teze de bază sunt următoarele:

1) teoria „*imitației*”: tinerii imită și învață să se comporte agresiv sub influența modelelor oferite de televiziune prin prezentarea diferitelor tipuri de programe ce conțin diferite grade de violență. Expunerea la stimuli agresivi mărește tensiunea psihologică și emoțională a individului, ceea ce face posibilă creșterea probabilității unui comportament violent;

2) teoria efectului „*de întărire*”: violența televizată întărește, fortifică valorile și normele deja existente în conștiința unui individ;

3) teoria „*catharsis-ului*”: expunerea la mesajele violente contribuie la eliberarea tinerilor de impulsurile primare agresive, deoarece tendința individului de a manifesta un comportament violent se consumă în imaginar în timpul vizionării imaginilor violente la ecran.

Același lucru îl afirmă și profesorul american John Candry, al cărui continuator de idei și este K.Popper. Candry spunea că „*televiziunea nu poate constitui un izvor util de informație pentru copii, ci, dimpotrivă, poate fi un izvor de informații periculoase, prezentând idei false și ireale și neavând un sistem coerent de valori, în afară de consumism*” [29]. Dacă e să luăm în considerație ideile afirmate mai sus, reiese că prezentarea programelor cu o pronunțată tentă violentă se referă primordial la politica redacțională a posturilor de televiziune, mai ales a celor comerciale, pentru care scopul final al activității este înregistrarea profitului. Din această cauză, accentul este pus anume pe consumism, pe crearea sau retransmiterea acelor programe care au priză la telespectator și aduc venit canalului televizat. Anume în aceasta constă greșeala profesională a acestui tip de televiziune care se limitează doar la realizarea funcției de divertisment, la delectare și menținerea atenției publicului prin valorificarea senzaționalismului și informarea însoțită de efecte de șoc.

Argumentele celor care susțin că televiziunea nu se face vinovată de comportamentul violent al telespectatorilor în societate, în special ale producătorilor de la diferite posturi de televiziune și ale agenților de publicitate, nu sunt nici pe departe plauzibile și convingătoare. Subscriem aici afirmația cercetătorului Charles S. Clark, care se întreabă: „*Dacă televiziunea nu are nici un efect asupra telespectatorilor, cum se explică miliardele de dolari cheltuiți în fiecare an pe publicitate televizată?*” [30]. O altă teorie în al cărei context a fost supus analizei fenomenul violenței televizate este teoria învățării sociale ce se concentrează asupra ideii că ființele umane sunt capabile de cunoaștere și reflexie și că pot iniția observații și experiențe. Postulatul acestei teorii rezidă în faptul că o mare parte din informațiile și experiențele acumulate de membrii unui grup social se acumulează pe calea urmării diferitelor modele de comportament la alți oameni. De aici reiese că conduita agresivă, de rând cu alte conduite, se învață prin imitație, deprindere. Dacă acceptăm postulatele teoriei învățării sociale, al cărei fondator este cercetătorul american A.Bandura (1977), reiese că, într-adevăr, televiziunea reprezintă una dintre modelele generatoare de comportamente sociale, iar efectele influenței se fac resimțite tot mai mult. Bandura propune o explicație teoretică a schimbărilor de comportament, susținând că aceste schimbări sunt legate de experiența directă a violenței prin expunerea indivizilor la violența naturală (fie că au fost ei înșiși agresivi, fie au fost martori la acte de violență), sau expunerea la violența ficțională promovată de către televiziune prin intermediul diferitelor programe ale căror idei „*pot naște alte gânduri agresive prin mecanismele asociației*” [31]. Scenariile violente vizionate se stochează în memorie și sunt utilizate cu prima ocazie când apare cel puțin un detaliu al situației vizionate.

Mass-media, prin obținerea statutului de prieten și membru de familie, s-a transformat într-un alt puternic generator de violență prin „furnizarea” neîntreruptă a modelelor de violență verbală și fizică, iar telespectatorii învață noi tipuri de comportament agresiv [32]. Din perspectiva acestei teorii, violența reprezintă rezultatul punerii în funcțiune a stimulilor ce încurajează acțiunile violente. Acestea sunt imagini care au fost vizionate la televizor anterior, au fost memorate și transpuse mai târziu în realitate într-o situație benefică acestor manifestări. O altă categorie de cercetători sunt de părere că imaginile violente difuzate la diferite canale de televiziune în ore de maximă audiență promovează o violență „*legală*”, al cărei postulat rezidă în faptul că violența te poate ajuta să obții tot ce dorești. În contextul analizei celui de-al doilea model ne vom referi la așa-numita *teorie a catharsis-ului*, numit și *model al catharsis-ului*, de care s-a ocupat S.Feshbah și D.Singer. Această teorie afirmă că tendința înăscută a oamenilor de a fi agresivi poate fi satisfăcută prin acțiuni substitutive care să nu provoace rău celor din jur. Se creează astfel un fel de compromis: oamenilor li se oferă

posibilitatea să-și descarce emoțiile negative prin mijloace inofensive. În rezultat se reduce tensiunea emoțională și scade posibilitatea ca aceștia să se manifeste violent în societate. Acest mijloc inofensiv se consideră a fi televiziunea. Conform cercetătorului S.Feshbah, efectul catharsis-ului se realizează pe trei căi:

- 1) vizionarea abundentă a scenelor violente;
- 2) consumarea pornirilor agresive la nivelul imaginarului;
- 3) realizarea de acțiuni violente care nu au efecte antisociale (practicarea sporturilor, a agresivității față de obiecte).

Modelul catharsis-ului este utilizat deseori de către producătorii de televiziune pentru a îndreptăți scenele de violență, difuzate pe post în cadrul diferitelor programe pentru ridicarea ratingului, însă majoritatea studiilor sociologice și psihosociale efectuate în domeniul dat neagă faptul că vizionarea violenței la televiziune îi face pe telespectatori mai puțin agresivi. Aceste studii ne aduc la cunoștință faptul că scenele violente nu numai că reduc tendința de a fi agresiv, ci încurajează violența și agresivitatea. Bunăoară, cercetătorul S.Stephan este de părere că „nici chiar vizionarea unor competiții sportive ce presupun agresivitate nu au un efect de catharsis. Mai mult, se pare că întăresc tendința spre violență” [33]. Numeroase studii asupra relației dintre televiziune și violență, efectuate în perioada anilor '60, prezintă concluzii asemănătoare referitoare la efectele nocive ale scenelor violente prezentate la televiziune în cadrul diferitelor programe informative sau de divertisment, fapt ce ne permite să inițiem o cercetare asupra fenomenului dat din perspectivele *teoriei amplificării devianței*. Ca bază pentru demararea cercetărilor au servit următorii factori: dezvoltarea diferitelor forme de violență în țările occidentale: violența în stradă, revolte, omoruri, începuturile terorismului. Televiziunea este considerată ca fiind vinovată de manifestarea violenței în societate. La adresa televiziunii survin numeroase critici precum că *educă* violența și agresivitatea în rândurile telespectatorilor prin efectul de contagiune. Este perioada de vârf a televiziunii, o perioadă adultă, când colosul electronic ocupă unul din locurile principale în viața publică și privată. Societatea își primește prima generație crescută cu spectacolul violenței televizate. Se dezvoltă convingerea că televiziunea reprezintă o școală a crimei și delicvenței, un model perfect de comportament deviant. De remarcat faptul că cercetătorii care s-au ocupat de fenomenul devianței (J.Chazal, H.Blumer) susțin că, deși acesta este limitat ca răspândire, consecințele lui nasc în societate probleme importante. Devianța nu are o structură permanentă, deoarece se poate manifesta prin diferite forme, în funcție de transformările prin care trece o societate, două din aceste forme sunt violența și agresivitatea. În acest context, este deosebit de important rolul mass-media, în special al televiziunii în calitate de furnizor de informații și, nemijlocit, de etichete și modele ale devianței. Cercetătorul K.Popper analizează câteva stadii prin care acest lucru devine posibil:

- 1) televiziunea scoate în vizor un aparent „val de criminalitate”, ca rezultat crește îngrijorarea publicului;
- 2) televiziunea reprezintă preocupările publicului în legătură cu creșterea violenței în societate, ca rezultat se mobilizează atenția poliției asupra acțiunilor deviante ale indivizilor;
- 3) intensificarea atenției conduce la creșterea numărului de arestări, fapt ce relevă o devianță în creștere;
- 4) valul de criminalitate se accelerează, ca rezultat crește îngrijorarea publicului (înapoi la stadiul I) [34].

După cum observăm, aceste patru stadii formează un ciclu, deci acesta are o structură bine delimitată, fapt ce facilitează studierea și analiza rolului televiziunii în „transpunerea” în societate (diferite grupuri sociale) a violenței de la ecran.

În ceea ce ne privește, ne permitem să afirmăm, fără a fi exhaustivi, că, totuși, receptarea oricărui mesaj are un caracter selectiv, acesta este filtrat și interpretat de către individ în dependență de interesele și preocupările sale. În profunzime, el va reține doar ceea ce îl interesează, îi „satisface o trebuință, îi sprijină părerile, dispozițiile, îi creează o plăcere psihică” [35]. Majoritatea cercetătorilor care s-au ocupat de acest fenomen recunosc că de cele mai multe ori originea agresivității și violenței sociale trebuie căutată primordial în raporturile personale ale indivizilor, acesta constituind factorul decisiv; televiziunea vine doar să „întărească” acest model de relații și deseori să ofere mai multe modele, sugerând imitarea soluțiilor găsite de alții.

Concurența între canalele de televiziune îi obligă pe jurnaliști să caute în era televiziunii-spectacol cu orice preț senzaționalul, iar aceasta antrenează nașterea a două riscuri referitoare la impactul televiziunii: riscul de a influența și selecta ierarhizarea informației, jurnaliștii acordând privilegiu mesajelor cu o încărcătură emoțională și un alt risc la nivelul modalității de relatare a acestor informații în care emoția reprezintă argumentul suprem. Acest fenomen conduce la formarea unor categorii de public axate doar pe info-emoție, fapt ce favorizează propagarea senzaționalismului, iar acesta devine posibil doar în cazul în care „efectul depășește informația, când acesta cucerește totalmente prezentarea” [36].



Spre regret, în era contemporană a informării (și ne permitem să spunem chiar a post-informării) televiziunea exteriorizează neprelucrat violența din societate prin limbajul imaginilor subliminale, astfel că, în ciuda ofertei enorme de material vizual, lipsește totuși acea cultură a imaginii care să nu copleșească realitatea, ci să devină o fidelă imagine a ei.

#### Referințe:

1. Balle F., Padioleau J.-G. Sociologie de l'information. - Paris: „Larousse”, collection Textes fondamentaux, 1973, p.27.
2. Comisia Consultativă Științifică a Ministerului Sănătății în probleme de Televiziune și Comportament Social, 1972, Murray, 1973, p.472-478.
3. Siano B. Evidence Connecting media Violence to Real violence is Weak. - În: Wekesser C. Violence in the media. - San Diego, CA: Greenhaven Press, 1995, p.38-48.
4. Carneci M. Înspre digitalul imaginar / Raport pentru Goethe-Institut. - București, 2002.
5. Kriegel B. La violence a la television. - Paris, 2003, p.36.
6. Eco U. În căutarea limbii perfecte. - Iași: Polirom, 2002, p.131.
7. Compendiul încălcărilor libertății de expresie și al incidentelor aferente, întocmit de CCA, ianuarie, 2003.
8. Wunenburger J.-J. Filozofia imaginilor. - Iași: Polirom, 2004, p.68.
9. Baudrillard J. Le paroxiste indifferent. - Paris: Grasset, 1997, p.32-33.
10. <http://www.un.org>
11. Cannon C. Media Violence Increases Violence in Society. - În: Wekesser C. (Ed). Violence in the Media. - San Diego, CA: Greenhaven Press, 1995, p.14-17.
12. American Academy of Child and adolescent Psychiatry, 2002, p.10; Wilson and others, 1998, p.6.
13. Lamson S.R. Media Violence Has Increased the Murder Rate. - În: Wekwsser C. Violence in the Media. - San Diego, CA: Greenhaven Press, 1995, p.5.
14. Gedatus G.M. Violence in the Media. - Mankato, Minnesota: Life Matters, 2000, p.17.
15. Cantor J., Mommy I., Scared M. Protecting Children from Frightening Mass Media. - În: Media Violence Alert. - Zionsville: Dream Catcher Press, 2000, p.70.
16. Lazar J. Sociologie de la communication de masse. - Paris: A.Colin, 1991, p.162.
17. Drăgan I. Paradigme ale comunicării de masă. Vol. I. - București: Șansa, 1996, p.219.
18. De Fleur M., Ball-Rokeach S. Teorii ale comunicării de masă / Trad. de D.Harabagiu. - Iași: Polirom, 1999, p.126 (C.Marin. Op. cit., 2002, p.126).
19. Werner J.S., Tankard W.J. Communication Theories. - New York: Longmen, 1998, p.313.
20. Chandler D. Cultivation Theory, 1995, p.24-37.
21. Freedman J. Studies Have Not Established a Link Between Media Violence and Violence. - În: Media Violence: Opposing Viewpoints. - San Diego, CA: Greenhaven Press, 1999, p.48.
22. Gerbner G. Violence and Terror in the Media. - Paris: UNESCO, 1988, p.38.
23. Franck Brady. Raport introductiv la Convenția internațională asupra violenței în media. - Manhattan, New York, 2 octombrie, 1994.
24. Thoman E. Media Literacy Education can Effectively combat Media Violence. - În: Wekesser, C.Violence in the Media. - San Diego, CA: Greenhaven Press, 1995, p.127-129.
25. Melvin De Fleur, Ball-Rockeach S. Teorii ale comunicării de masă. - Iași: Polirom, 1999, p.203.
26. Gerbner G. The mainstream of America: Violence Profile // Journal of communication. - 1980. - No30. - P.14.
27. Melvin De Fleur, Ball-Rockeach S. Teorii ale comunicării de masă, p.203.
28. Drăgan I. Paradigme ale comunicării de masă, p.118.
29. Candry J. Jefuitoare de timp, slugă necredincioasă, televiziunea. - În: Potter W.J. On Media Violence. - Thousand Oaks, CA-London: Sage Publication, 1999, 302 p.
30. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. - Sage. Pbl., 1999, p.142.
31. Bushman R.J., Green R.G. Role of cognitive-emotional mediators and individual differences in the effects of media violence on aggression // Social Psihologie. - 1990. - P.65.
32. Werner J., Tankard J.W. Perspective asupra teoriilor comunicării de masă. - Iași: Polirom, 2004, p.292.
33. Goldstein J. Why We Watch: The Attractions of Violent Entertainment. - New York: Oxford university press, 1998, p.86.
34. Popper K. Un patent pentru a face tv. - În: Învățătoare rea – televiziunea / Colecția italiană. - Reset, 1994.
35. Dobrescu P., Bărgoianu A. Mass media și societatea. - Iași: Polirom, 2003, p.62.
36. Lits M. Psihologie and Mass-Media. - 2001. - No4. - P.93.

*Prezentat la 16.10.2007*