

## **Mass-media și violența (II)**

Analiza condusa de sociologul Georg Gerbner in deceniul opt al secolului trecut cuprindea o lista de relatari numerice ale diferitelor tipuri de violenta prezentate la tv. Concluzia: se prezenta foarte mult acest tip de continut. Gerbner si asociatii au realizat o evaluare anuala, in perioada 1970-1980, relevând cantitatea de violenta prezentata la tv. prin intermediul unui Profil anual al violenței.

Este perioada în care televiziunea este vazuta ca principalul factor care determina cresterea agresivitatii tinerilor, a violentei in societate. Se face o legatura directa intre aparitia televiziunii si cresterea delincventei juvenile. Criticii televiziunii afirma ca lumea este invadata de agresivitate din cauza programelor pline de violenta ale televiziunii si a filmelor care exhiba violenta. Intr-adevar, aceasta este „perioada când televiziunea a intrat în tarile occidentale in perioada adulta”, influentând puternic viata publica si pe cea privata. Astfel, avem si prima „generatie de tineri crescuta cu televiziunea”, cu spectacolul violentei televizate si cu cresterea masiva a delincventei juvenile, cu amplificarea prezentarii violentei in mass-media, filme, televiziune, carte etc. (J. Lazar, Sociologie de la communication de masse, p. 162, Paris, Editura A. Colin, 1991). Asocierea dintre violenta si cultivarea senzationalului in media putea fi deja exemplificata în 1951: cele speciale pentru copii ating o medie de 6,7 acte, mai mult decât filmele politiste – 5,1 acte violente (Ioan Drăgan, Paradigme ale comunicarii de masa, vol. I, București, Editura Șansa, 1996, p. 219).

In Franta se numarau 659 de crime si acte de violenta la 100 de filme de lung metraj (o medie de 6,6 acte de violenta pe film). Astfel, odata cu mediatizarea tot mai excesiva a violentei, reactiile critice devin tot mai vehemente, pornindu-se de la urmatoarea convingere (Burgelin, O., Communication de masse, Paris, SDPP, 1970): „cu cât scenele de violenta sunt mai numeroase, cu atât impactul lor nefast este mai puternic: violenta televizata este ca o otrava, ea actionând cu atât mai intens cu cât doza este mai puternica”. Televiziunea a ajuns sa fie perceputa ca o „scoala a crimei si a delincventei, in special a delincventei juvenile”.

### **Teorii asupra efectelor sociale ale consumului de televiziune**

Este o perioadă de controverse semnificative, uneori fara repere precise, asupra functiilor si efectelor sociale ale televiziunii. Unii cercetatori arata ca marii consumatori de tv. se caracterizeaza prin frica, angoasa, violenta televizata tinzând sa genereze pe scara larga sentimente de insecuritate si stari de panica.

In acest context trebuie semnalata teoria cultivarii, lansata de sociologul american Georg Gerbner, care, dupa o ampla ancheta, desfasurata sub patronajul Universitatii din Pennsylvania, a ajuns la concluzia ca in SUA, cel puțin, mass-

media și, în special, televiziunea au devenit „un membru al familiei, fie monopolizând comunicarea cu lumea externă, fie subsumând alte surse de informare. Datorită expunerii aproape permanente la mesajele media, oamenii ajung dependenți de aceasta, atât pentru cunoașterea mediului în care trăiesc, cât și în înglobarea unui anumit mod de a gândi lumea inconjurătoare. Este vorba de efectul de «cultivare», care conduce la fixarea unei viziuni comune asupra lumii, a unor roluri comune și a unor valori comune.” (W.J. Severin, jr. J.W. Tankart, *Communication Theories*, p. 313, New York; Longmen, 1988).

Gerbner împarte pe cei care se uita la tv. în persoane care privesc mai mult de patru ore pe zi („heavy viewers”) și persoane care se uită mai puțin la tv. („light viewers”), arătând că privitorii „grei” au o concepție despre lume „cultivată” (dependentă) de concepția distribuită de televiziune (G. Gerbner, *The Mainstream of America: Violence Profile in: Journal of Communication*, nr. 30/1980, p. 14).

Pornind de aici, Gerbner și colaboratorii săi au creat atât un cadru teoretic, cât și o strategie empirică pentru studiul impactului violentei televizate asupra convingerilor oamenilor. Abordând efectele cultivării, cercetătorii au analizat în mod special modul în care violența prezentată la tv. exagerează îngrijorarea oamenilor în legătura cu crima.

Pentru a demonstra empiric aceste afirmații, ei au inventat un procedeu de evaluare, numit diferențialul de cultivare, care este un procedeu de alegere aleatorie pentru alcatuirea și folosirea întrebărilor de chestionar. De exemplu, o întrebare stabilită pentru un subiect suna astfel: În timpul unei săptămâni obișnuite, care sunt șansele dv. de a fi implicați într-un anumit tip de violență, în cartierul dv. ?

În mod real, șansa este mai mică de unu la sută, chiar într-un cartier cu o rată crescută a criminalității. Totuși, dacă cel chestionat este un privitor „greu”, adică urmărit multe programe de televiziune și dacă această experiență a influențat convingerile sale, făcându-l să creadă că în realitate se întâlnesc nivele ridicate de violență, șansele de a deveni victimă pot fi cu mult mai mari (de exemplu, 1 la 10). Astfel, „unu la zece” poate fi considerat un răspuns datorat televiziunii, în timp ce „unu la sută” poate fi răspunsul real.

Predicția teoriei este că dacă convingerile telespectatorului au fost cultivate prin violența prezentată la televiziune, el sau ea va alege răspunsul influențat de televiziune. În orice caz, datele adunate prin abordarea cultivării diferențiale arată că cel puțin unele persoane care vizionează frecvent programe de televiziune au temeri exagerate în legătura cu nivelul violentei pe care se așteaptă să-l întâlnească în cartierele lor. Cu toate acestea, nu s-a putut demonstra ipoteza că televiziunea a influențat temerile subiecților legate de violența din cartierele lor. Mai degrabă nivelul real al criminalității din zonă pare a fi un factor important (M. de Fleur, op. cit., p. 264). Teoria cultivării se înscrie în sfera teoriilor efectelor limitate.

Expunerea la mesajele televiziunii (in corelatie cu alti factori – vârsta, sexul, cultura, pozitia sociala etc.) conduce la obtinerea unor efecte diferite, sugerând faptul ca diferitele grupuri suporta diferit actiunea „culturii”, adica:

a) receptarea sistematica prin mass-media a informatiilor, ideilor, simbolurilor sau valorilor;

b) formarea, in urma acestui proces, a unei reprezentari mediatic definite asupra realitatii (Mihai Coman, Introducere in sistemul mass-media, p. 120, Iași; Editura Polirom, 1999).

Potrivit altor pareri, consumul masiv de programe violente ii desensibilizează pe oameni, acestia nemaifiind sensibili la actele de violența si la victimele violentei. Starea de indiferenta se manifesta printr-un comportament nesocial, oamenii fiind mai putin dispusi sa vina in ajutorul victimelor violentei.

„In aceasta faz incipientă a cercetarilor – mai spune I. Drăgan (op. cit, p. 220) – asupra consecintelor violentei televizate sunt detectate efecte cu totul contradictorii: sporirea sentimentului de izolare la marii consumatori tv. si intarirea tendintelor de retragere din realitate, accentuarea fenomenelor de instrainare de comunitate la cei puternic dependenti de media. Când se considera ca televiziunea poate dezvolta comportamente de cooperare (influenta pozitiva), când se retine ca ea genereaza agresivitate (influența negativa)”.

Studiile consacrate relatiei dintre expunerea la programe cu continut violent difuzate de posturile de televiziune si comportamentul de tip violent s-au bazat pe date empirice, obtinute fie prin experimente in conditii „de laborator” (simulari de situatii si masurarea reactiilor individuale), fie prin sondaje de opinie vizând anumite categorii de public in diferite momente (atitudini inainte si după expunerea la programe tv. diferite etc.).

In genere, aceste studii au pornit de la premise teoretice si metodologice diferite, chiar contradictorii, tezele de baza fiind urmatoarele:

– ideea „imitatiei”: tinerii imita si invața sa se comporte agresiv sub influenta modelelor oferite de filmele vizionate – expunerea la stimuli agresivi va mari tensiunea psihologică si emotionala a individului, ceea ce va face sa creasca probabilitatea unui comportament violent;

– efectul „de întarire”: violenta televizata nu declanseaza si nu inhiba comportamentele, ci confirma si intareste valorile si normele de actiune deja existente la nivelul unui grup social sau al unui individ; in acest caz, mai importante decât mesajele televizate sunt relatiile interpersonale din interiorul grupului;

– teza „catharsis”-ului: expunerea la mesajele violente contribuie la eliberarea tinerilor de impulsurile primare, dorintele de comportament agresiv consumându-se in imaginar.

Dezbaterile si confruntarile de idei pe acesta tema continua si in anii '90. Karl Popper, intr-un eseu intitulat *Un patent pentru a face tv.*; incorporat în volumul *Învățătoarea rea – televiziunea*, editat în 1994 în colectia italiana Reset, spunea:

„Acum opt ani am sustinut, intr-o lectie, teza ca ne instruim copiii pentru violenta (prin televiziune si alte mass-media) si ca, daca nu facem ceva, situatia in mod necesar se va deteriora, pentru ca lucrurile se mișca totdeauna in directia minimei rezistente”.

Dupa ce arata cum retelele de tv., concurându-se, au continuat si continua sa alunece spre programe, reclame, filme tot mai nocive (atât pentru copii, cât si pentru adulti), propune ca, in domeniul tv. sa se infiinteze, ca si in medicina, asociatii profesionale ale teleastilor care, de buna voie, sa-si autoimpuna restrictii la difuzarea de emisiuni generatoare de violenta, degradare morală, fenomene antisociale. Celor care-ar incalca regulile autoimpuse sa li se retraga „patentul” de teleast si sa nu mai poata lucra în tv.

Eseul lui K. Popper porneste de la studiul Jefuitoare de timp, sluga necredincioasa, din 1993, al profesorului american John Condry (intre timp decedat). Condry, fost profesor la Universitatea Cornelil (SUA), constata: „Azi, ceva nu este in regula cu copiii americani, cu modul in care cresc. Faptul este evident... Mulți copii dau semne vizibile de tulburari fizice si suferinte mentale. Se poate oare afirma ca televiziunea este intr-o oarecare masura raspunzatoare de aceasta situatie ?”

Citând statistici general acceptabile, profesorul american spune:

„Se stie ca, intr-o saptamana tipica pentru ei, copiii americani petrec (dintr-un total de circa 112 ore de veghe) aproximativ 40 de ore privind la televizor sau jucând jocuri video. Dacă acestora li se adaugă cele 40 de ore de scoala, inclusiv timpul necesar pentru dus si intors si pentru teme, pentru raporturi cu copiii de aceeasi vârsta si cu familia le mai ramân doar 32 de ore”.

Vom prezenta in continuare câteva din ideile si judecatile distinsului profesor american:

– majoritatea copiilor, desi cauta si divertismentul, privesc la televizor pentru ca doresc sa inteleaga lumea. Lor le vine mai greu, din cauza puterii lor limitate de intelegere, sa discearna intre fapte si fictiune, fiind mai vulnerabili decât adultii;

– copiii asista la scene violente si, dupa puterea lor, inteleg ca cel mai puternic are dreptate; totodata, este improbabil ca ei sa perceapa mesajele mai subtile; o idee pe care sigur o inteleg este ca, daca vrei un lucru si ai mai multa putere decât altul, il obtii – acest mesaj figureaza la loc de frunte in filmele de desene animate;

– sute de studii realizate din anii '60 arata, in majoritate, ca, indiferent de sex, copiii care privesc mult la televizor sunt mai agresivi decât cei care nu se uita des;

– faptul de a privi programele de televiziune violente influențeaza nu numai comportamentul, ci si atitudinile, credintele si valorile; drept urmare, unii ajung sa se teama mai mult de situatiile violente ce se petrec in viata reala, in timp ce altii sunt desensibilizati fata de violenta, iar reactia lor la violenta scade;

– daca copiii de azi sunt cruzi fata de semenii lor, daca sunt lipsiti de simtul solidaritatii umane, daca râd de cei slabi si disprețuiesc persoanele care au nevoie de ajutor, aceste atitudini nu pot fi oare atribuite celor ce vad ei pe micul ecran? Saracii si oamenii nevoiasi sunt rareori prezenti pe tv., iar când se întâmpla, sunt mai degraba in posturi injositoare si ridicole. Bogatia este cheia: cei mai admirati sunt bogatii, traiesc in vile somptuoase si umbla peste tot in limuzine lungi cât trenul;

– corectitudinea sau incorectitudinea comportamentului moral – asa cum sunt prezentate de televiziune – depind de personajul actiunii: daca actiunea este intreprinsa de un personaj simpatic si admirat sau de unul antipatic si care inspira neîncredere! Multe comportari care in mod normal ar fi judecate ca „imorale” – santajul, omorul, rapirea – sunt acceptabile daca sunt adoptate de cineva care se bucura de favoarea publicului. Deci, faptul ca un lucru este bun sau rau depinde – cel putin la televiziune – nu de caracterul faptei ci, de cine este faptasul. Pe ecran exista sau persoane rele, sau persoane bune: cele bune nu pot face niciodata nimic rau, iar cele rele nu pot face niciodata nimic bun. Aceasta este o conceptie morala de copil de cinci ani.

Pornind de la aceste exemple, profesorul Condry arata ca televiziunea nu poate constitui un izvor util de informatie pentru copii, ci ca, dimpotriva, poate fi un izvor de informatii periculoase, prezentând idei false si ireale si neavând un sistem coerent de valori, in afara de consumism”.

„Toate acestea fac din televiziune cel mai rau instrument de socializare”, conchide profesorul american, care a indeplinit si functia de co-director al Centrului de Cercetari pentru Studiarea efectelor tv. (SUA).

In aceeasi culegere de articole Invatatoarea rea – televiziunea întâlnim si articolul cercetatorului american Charles S. Clark, intitulat Violenta la tv. El arata ca, gratie televiziunii, un copil american asista, in medie, la 8.000 de omucideri si 100.000 de acte de violenta inainte de a termina scoala elementara. Charles S. Clark aminteste ca in fata unei comisii a Congresului SUA, în 1992, George Grebner, decan emerit al Facultatii de Comunicatii Annenberg de la Universitatea Pennsylvania, a declarat: „Este o situatie fara precedent. Copiii incep sa se uite la tv. de foarte mici. Cea mai mare parte a povestilor pe care le cunosc nu le-au aflat

nici de la parinti, nici de la scoala, nici de la biserica, nici de la vecini, ci de la o mâna de grupuri industriale ce trebuie sa-si vânda produsele“.

Sintetizând argumentele celor ce sustin ca violenta tv. este generatoare de violenta intre oameni si de degradare sociala, ca si pe cele ale producatorilor tv., ale firmelor de publicitate si ale companiilor care afirmă ca vina tv. nu este dovedita, Charles S. Clark scrie in concluzie:

„Daca televiziunea nu are nici un efect asupra telespectatorilor, a intrebat Charles E. Schumacher, reprezentant democrat al audierilor pe care le-a prezidat in decembrie 1992, cum se explica miliardele de dolari cheltuiti in fiecare an pe publicitate tv.?”

**Octavian Mihai Sachelarie**

Material publicat in “Arges: Revista de cultura”,  
Pitesti, anul IV(39), nr. 8(278), august 2005