

# Mass-media și „percepția riscurilor”.

## Propunere metodologică de cercetare a documentelor audiovizuale

**Cornel-Constantin Bișa\***

Primăria Sectorului 5, București

**Abstract:** The current study is dedicated to develop a model of qualitative research of audiovisual documents. As the audiovisual language technology is sensorial-perceptive, the social construction of „risk perception” constitutes the most appropriate social cognitive field of the development theory and experimentation. Simultaneously with the risk situations praxiology, the methodological project initiates the theoretical and practical investigation of the intrinsic psychological basis of the cinema language. As a result, the morphology and the syntax of the audiovisual language were redefined through a cognitivist behavioral perspective (visualisable) operationalized by the structure and functions of the cognitive schemas of scenario. This study demonstrates that there is an important analytical potential when the decoding of the language is made through sociological well known concepts such as expectancy, vulnerability, critical incident, cognitive dissonance, deviance etc. This way it is explained the process through which the audiovisual dramaturgy as an expression of the social dramaturgy uses the rapport between expected scenarios and the actual performance of them. Applied in the advertising rhetoric of inducing the „risk perception”, the methodological model aims at future developments and adaptations for the research of any other audiovisual documents of sociological and anthropological interest.

**Keywords:** *social construction of „risk perception”; cognitive schemas of scenario; expectancy; cognitive vulnerability; critical incident; cognitive dissonance; deviance; social dramaturgy; performing.*

**Cuvinte-cheie:** *construcția socială a „percepției riscurilor”; scheme cognitive de scenariu; expectanță; vulnerabilitate cognitivă; incident critic; disonanță cognitivă; devianță; dramaturgie socială; performare.*

### Introducere

În prezent, în mass-media, imaginile prin care este redat un eveniment sunt prezentate ca dovezi incontestabile pentru definirea aceluiași eveniment. Nu se ia în considerare că documentele audiovizuale sunt construcții senzorio-perceptive, niște artefacte, că același eveniment poate fi înregistrat-redat audiovizual în diferite feluri, înregistrarea devenind

suportul unor definiții complet diferite. Încadraturile, largi sau strânse, montajul (editarea), sonorul, comentariul sincron sau nu, decupajul în general, au o influență majoră asupra conținutului și semnificației materialului transmis. Cunoașterea limbajului audiovizual este astfel imperios necesară pentru ca decodificarea documentului să fie cât mai obiectivă și definiția să fie cât mai aproape de adevăr.

Astfel, *scopul* acestui studiu vizează inițierea în modalitățile stilistice ale limbajului cinematografic, nu oricum, ci în corelație cu

---

\* Primăria Sectorului 5, Piața M. Kogălniceanu nr. 8, București. E-mail: cornelbisa@yahoo.com.

operatorii conceptuali ai psihosociologiei. Pentru cei interesați de comunicarea mass-media poate fi un demers important în care analizele de conținut să fie corelate cu limbajul audiovizual. Ca urmare, *obiectivul* acestui studiu îl constituie elaborarea unui *model de cercetare calitativă a documentelor audiovizuale*, tentativa metodologică fiind determinată de necesitatea unei reale rigurozități științifice în analiza acestei categorii de documente. Pornind de la principiile *construcției sociale a „percepției riscurilor”*, actuala lucrare este doar o primă etapă, o etapă de fundamentare teoretică și de experimentare a potențialului metodologic. Des repetată, afirmația că „*o imagine face cât o mie de cuvinte*” este expresia complexității limbajului audiovizual, complexitate care impune construirea unui *model multidimensional, a unei grile analitice interdisciplinare*. Având un caracter teoretic experimental, demersul metodologic își asumă această complexitate multidimensională, evidențiind implicarea numeroaselor concepte determinante pentru o singură secvență audiovizuală.

Alegerea „*percepției riscurilor*” ca domeniu de fundamentare experimentală al modelului metodologic a fost determinată de caracteristicile intrinseci ale limbajului cinematografic, limbaj senzorio-perceptiv cu un potențial uriaș în *construcția socială a „percepției riscurilor”*. Este bine știut că cinematograful (*kinéματος*, mișcare/*gráphos*, scriere) constituie o tehnologie de înregistrare a 24 de fotograme pe secundă astfel încât să redea percepția continuității proceselor dinamice, a acțiunilor. Această caracteristică acțională a determinat, inevitabil, ca abordarea să fie *praxiologică*. Imperativul unei astfel de operaționalizări este urmarea faptului că praxiologia, domeniu fundamentat de Tadeusz Kotarbiński (în plan gnoseologic) și Talcott Parsons (în plan sociologic), este disciplina care *studiază structura generală a acțiunii, a condițiilor eficacității, a creativității umane în general și a acțiunii sociale în particular*. De la sine înțeles, definiția im-

plică și contrariile eficacității precum *devianță, incident critic, eroare, distorsiune comunicatională*, ipostaze generatoare de riscuri. Trebuie menționat că, pe de o parte, pentru viziunea *cinematică* au fost alese definiții proprii unor situații în derulare, concomitent cu redefinirea unor concepte dintr-o perspectivă exclusiv acțional-comportamentală. Pe de altă parte, deși dedicat universului sociologic, trebuie subliniat că prezentul demers este în mare măsură psihologic deoarece, fundamental, *limbajul cinematografic* – expresie senzorial-perceptivă a realului și imaginărilor – *constituie o tehnologie de codificare a psihologiei umane*.

Artefactele audiovizuale pot fi considerate documente de observație ale realității. Prin urmare actuala cercetare se va concretiza prin aplicarea *metodei observației structurate de rangul doi*, cu alte cuvinte, *analiza observatorie și de conținut a unui document observațional*.

După trecerea în revistă a principalelor teorii și cercetări în care a fost abordată „*percepția riscurilor*”, actualul studiu a fost structurat în cinci etape. Prima parte este centrată pe definirea praxiologică a riscurilor ca raport între capacitatea de control și vulnerabilitate. În cea de-a doua, atenția s-a focalizat pe definirea reprezentărilor-expectanță, a schemelor cognitive de scenariu, precum și a funcțiilor acestora. Tot aici a fost subliniată relația expectanță-disonanță cognitivă. În a treia parte am procedat la descrierea modalităților stilistice ale limbajului cinematografic (decor, imagine, montaj, decupaj, elipsă și sonor) în corelație cu funcțiile de scenariu. Pentru partea a patra, cea de conceptualizare metodologică am demonstrat cât de favorabile pentru acest proiect de fundamentare metodologică sunt spoturile publicitare subliniind concizia și reprezentativitatea simbolică pentru percepțiile sociale. Tot în această parte am demonstrat de ce observația structurată (de rang doi) corelată cu analiza de conținut sunt metodele cele mai indicate de cercetare a documentelor audiovizuale. În ultima parte, cea a analizei demonstrative, am exemplificat prin trei spoturi publicitare cum

ar putea fi aplicată această metodologie în cercetarea documentelor audiovizuale.

## Teorii și cercetări ale „percepției riscurilor”

Percepția socială a riscurilor a constituit obiectivul multor cercetări. Numeroși sociologi și antropologi au fost preocupați de „percepția riscurilor” și efectele sale. Pornind de la condițiile obiective, ale diferențierii accelerate a sistemelor sociale, de la presiunea continuu decizională impusă de viitor, Anthony Giddens și Ulrich Beck susțin că întreg acest climat generează *o societate și o cultură a riscurilor*, cu instituții și comportamente pe măsură. În consonanță cu „societatea riscurilor”, alți cercetători abordează *raportul siguranță-nesiguranță* în luarea deciziilor, „percepția riscurilor” fiind analizată ca expresie a „*mărimii încrederii sociale*” proiectate în economie și politică, într-un anume spațiu istorico-geografic.

Antropologul Mary Douglas și politologul Aaron Wildavsky, folosind metodologia studiului de caz, susțin „*teoria culturală a riscului*” (1983) afirmând că societățile doțează oamenii cu cogniții menite să le consolideze stabilitatea și siguranța sub presiunea probabilității riscurilor. Cei doi demonstrează că, în condițiile raționalității limitate, „*percepția riscurilor*” este influențată de *reprezentări și convingeri preexistente în spațiul cultural* de care oamenii aparțin. În concordanță cu această viziune, John Adams (1995) susține existența „*filtrelor culturale*” prin care expunerea și asumarea riscurilor este instituită în norme, în cutume care funcționează ca grile de „percepție” înscrise în cogniția socială a unei anume societăți. De pe aceeași poziție, a teoriei culturale, Deborah Lupton (1999) susține că reprezentările riscurilor nu se rezumă exclusiv la pericole obiective, exterioare deciziei umane, ci sunt expresia unui proces de *construcție socială a percepției riscurilor*; proces complex, tot mai

evident în condițiile postmodernității, ale modernității reflexive.

În prezent, majoritatea cercetărilor care abordează percepția riscurilor se orientează pe comunicarea prin mass-media focalizându-se pe studii de marketing, pe frecvența mesajelor, pe tipologia posturilor TV sau a emisiunilor, pe evaluarea audienței. Constructivismul prin audiovizual media este preponderent investigat din perspectiva ierarhizării tematiche (*agenda-setting*) și al **analizei** modelelor de interpretare (*framing*) în definirea situațiilor și evenimentelor.

Problematica „percepției riscurilor” din perspectivă constructivistă a devenit preocupantă și în sociologia românească. Sintetizând abordările constructivismului sociocultural în configurarea percepției riscurilor, Anamaria Szabo (2007) subliniază că, într-o realitate virtuală, multiplicată de „reflexivitate”, consecințele sunt tot mai greu de anticipat.

În lucrarea *Percepția riscului natural: cutremure, inundații, alunecări de teren* (2008), Iuliana Armaș susține că majoritatea oamenilor nu dispun de experiență directă a dezastrelor naturale, preluând concepții și credințe din cinci surse de informare: prin tradiție orală, de la instituții acreditate în domeniu, din mass-media, din filme și cărți. Prin urmare, aceste medii informaționale ar fi responsabile de inducerea unor arhetipuri „perceptive” ale riscurilor.

Confirmând puncte de vedere similare, sociologul Vasile Dâncu (2015) subliniază că oamenii nu au o percepție reală a riscurilor însă, prin difuzarea de reprezentări ale pericolelor reale sau ipotetice, mass-media *construiesc* un amplu sistem de „percepții”, configurând în cogniția socială o cultură a unui viitor dominat de amenințări și nesiguranță.

Fiind de acord în unanimitate că marea majoritate a „percepțiilor” actuale despre riscuri, climatul de nesiguranță, teama de viitor sunt induse, întreținute și amplificate comunicațional prin mass-media, specialiștii acordă o tot mai mare atenție abordării constructiviste, operaționalizată prin analiza de „*framing*”. Metodologic însă, raportându-se

numai la conținuturile mesajelor, numai la etichetarea noțional-verbală, la atribuire și definiții, cercetătorii utilizează exclusiv *analiza de conținut din aria limbajului verbal* (scris sau oral). Considerându-se că mediul comunicațional este unul tehnic, neutru deci, nu se iau în calcul *mijloacele propriu-zise, limbajul prin care „percepția riscurilor” este construită audiovizual.*

Mediul comunicațional nu este însă tehnologic neutru. Dedicat analizei mijloacelor de comunicare, Marshal McLuhan a lansat teza că *„Mediile nu sunt doar niște recipiente, ci procese care schimbă total conținuturile”* (McLuhan, 1967, 266). Dezvoltând ideea sociologului canadian, se poate spune că astăzi, în civilizația modernității reflexive, tehnolimbajele joacă un rol major în construcția percepției realității. Prin urmare, constructivismul retoric persuasiv, procesul efectiv al emiterii și receptării mesajelor despre „realitatea” riscurilor, poate fi investigat cu mult mai multă acuratețe prin cunoașterea caracteristicilor formale, perceptiv-psi-hocognitive, ale limbajului audiovizual.

### **Riscul: capacitate de control versus vulnerabilitate**

În limbajul verbal conceptul generic de „risc” este adesea utilizat ambiguu, atotcuprinzător, necesitând inevitabile precizări adiționale (ce fel de risc?). Din comoditate verbală, din nevoia de concizie, de cele mai multe ori conceptele de *pericol și vulnerabilitate* sunt substituite prin cel de „risc”. Totodată, din motive pragmatice, majoritatea definițiilor au fost concepute spre a fi aplicabile matematic, neglijându-se oarecum analiza cognitiv-comportamentală a „percepției riscurilor”.

În coordonatele actualei lucrări considerăm că o variabilă esențială este dimensiunea temporalității deoarece trebuie subliniat că *riscul este o dimensiune a deciziei privind viitorul finalizării acesteia.* Din această perspectivă considerăm importantă definiția

promovată de sociologul Luana Mareș care subliniază nu numai strânsa corelație decizie-risc, dar și vectorialitatea deciziei către viitor:

„Riscul este un concept strâns legat de decizie. Orice comportament decizional implică asumarea unui risc, inclusiv riscul de a evalua corect, respectiv fals, posibilele costuri și beneficii legate de o acțiune sau alta. Riscul reprezintă deci o formă de relaționare a costurilor și beneficiilor în raport cu o decizie, decizie care face ca un viitor necunoscut să devină atribuibil (s.n.)” (Mareș, 1996, 58).

Din perspectiva construcției sociale a „percepției riscurilor”, abordarea praxiologică a relației decizie-viitor, impune cu necesitate operaționalizarea conceptelor de *expectanță și predicție.* Stările de *expectanță* pot fi definite drept *setări psihice, emoțional cognitive, de activare a reprezentărilor preexistente privind desfășurarea posibilă, favorabilă ori nefavorabilă, a unor situații, acțiuni sau fenomene.* Este evident că *expectanța – reprezentare a certitudinii subiective proiectate în incertitudinea viitorului – se referă la probabilități ale posibilului.* Expresie rațională a *nevoii de control* a acțiunii și evenimentelor, strâns corelată cu starea de *expectanță, predicția* poate fi definită drept *efortul cognitiv de anticipare, de reprezentare în spațiu și timp a viitoarelor desfășurări ale unor activități sau evenimente conform unor modele de evoluție.*

În procesul de evaluare a riscurilor, un factor esențial este *vulnerabilitatea* care, cibernetic, poate fi definită drept *stare structural-funcțională de sensibilitate a unui sistem deschis la influența internă sau externă a unor forțe și factori care pot modifica regimul de funcționare, deviindu-l de la starea de echilibru funcțional, alterând posibilitatea de autoreglare ca formă de conservare adaptativă ori de dezvoltare optimală.* Prin urmare, în cazul riscurilor, analiza va viza raportul dintre *vulnerabilitatea posibilă și incertitudinea capacității de control în câmp*

*pul de posibilități al viitorului.* Incertitudinea, deci incompletitudinea informațională, constituie totodată o *vulnerabilitate cognitivă* și tocmai această vulnerabilitate este de fapt principala sursă de risc pentru controlul în viitor al deciziilor.

„*Teoria jocurilor*” și *delegarea controlului cognitiv* – Ca urmare a spiritului tranzacțional, simetric ori asimetric, societatea contemporană poate fi definită drept o *piață*. În sistemul acestei piețe, un număr foarte mare de agenți inițiază sisteme de acțiune care, în spațiu și timp, datorită dependențelor, se interinfluențează direct ori indirect prin consecințe și externalizări. Această viziune sistemică a fost operaționalizată prin *teoria jocurilor*; concepție dezvoltată în lucrarea interdisciplinară *Theory of Games and Economic Behavior* (1944) elaborată de matematicianul John von Neumann și economistul Oskar Morgenstern. Teoria jocurilor se focalizează pe *strategiile decizionale în situația în care, într-un spațiu comun de interacțiune, mai mulți decidenți raționali (jucători) inițiază autonom activități conform propriilor interese*. În contextul interdependențelor, inițiativa decizională a unui agent influențează sistemele de acțiune ale celorlalți, determinând pentru aceștia: modificarea sistemelor de acțiune pe alt curs (temporar sau definitiv), schimbarea strategiilor decizionale sau eșecuri (eliminarea din joc sau imposibilitatea „de a mai juca”). Prin urmare, orice agent este sau poate deveni vulnerabil.

Construcția conceptuală nu acoperă însă dinamica realității. În sistemul „jocurilor” decizionale, teoria subliniază că strategiile decizionale ale jucătorilor raționali se bazează pe *un set de modele și reguli de acțiune care vizează predictibilitatea*. Aceste *reguli sunt integrate sistemelor de control tehnologic, comunicațional, social, economic, politic și moral*, cele socio-economice fundamentându-se explicit sau implicit pe *principiile unor relații de tip contractual*. Ca urmare a contractualității sociale, pornind de la *prezumția că realitatea e corect și complet reglementată*, oamenii speră (expectații) în controlul propriilor acțiuni și al propriei vieți

bazându-se pe faptul că *toți ceilalți se conformează regulilor*. Prezumția se dovedește însă utopică fiind adesea infirmată de imposibilitatea de a reglementa inițiativele autonome care, prin autopoezie, se multiplică neîncetat dincolo de orice control.

Un alt fenomen care relativizează validitatea „teoriei jocurilor” este cel al cunoașterii, al informării, al definirii situațiilor. În mod absolut, civilizația umană este dependentă de comunicare deoarece – umane și instrumentale – *cunoașterea este distribuită social, atât spațial (geografic), cât și temporal (istoric)*, astfel că, inevitabil, *fiecare decident are doar o cunoaștere parțială a realității* și, cognitiv, este vulnerabil. Fără control informațional, *conștientizând starea de vulnerabilitate cognitivă*, oamenii apelează în mod necesar la telecomunicații, îndeosebi la mass-media. Practic, se produce o *delegare a controlului cognitiv* către cei aflați în contact direct cu evenimentele, către instituții, specialiști și lideri de opinie autorizați să își asume public responsabilitatea informării, a elaborării unor diagnoze și definiții („percepții”). De aici derivă însă o altă vulnerabilitate cognitiv-decizională: o mare parte din publicul consumator de informații nu conștientizează că *instituțiile mass-media nu se limitează la simpla informare, ci își asumă un rol adesea autoritar în definirea situațiilor* privind probabilitatea favorabilă ori nefavorabilă a evoluțiilor, indiferent de validitatea reală a acestor definiții.

## Reprezentări-expectanță și constructivism semantic

În condiții de incertitudine accentuată, de *vulnerabilitate cognitivă*, stare ce amplifică probabilitatea riscurilor, „percepțiile” vehiculate social capătă o importanță majoră. Termenul de „*percepție socială*” este un *concept umbrelă*, sintagmă care include o largă categorie de operații și procese ale gândirii umane. La modul senzorio-cognitiv,

„percepția riscurilor” nu există. Există percepția senzorială propriu-zisă și accețiunea socioculturală de „percepție” astfel că va trebui subliniată diferența cognitivă dintre ele. Ca proces de reflectare în conștiință a realității obiective, *percepția psihosenzorială* este declanșată „aici și acum”, de stimularea directă a organelor de simț într-un câmp de stimuli fizic obiectivi. Acest tip de percepție este *definitorie pentru limbajul audiovizual*. În problematica riscurilor, conceptul de „percepție” când este abordat sociocognitiv, accețiunea se referă la repertoriul de *reprezentări* prin care sunt codificate concepțiile umane privind *câmpul de posibilități fenomenologice* ale realității. Deși acest studiu este dedicat comunicării audiovizuale (limbaj senzorio-perceptiv), ambele accețiuni vor fi necesare analizei.

Considerând percepțiile sociocognitive drept reprezentări ale universului cunoscut sau posibil, în cazul „percepției riscurilor”, din perspectivă praxiologică, reprezentările dobândesc atributele *expectanțelor* privind probabilitatea anumitor evoluții. Cu alte cuvinte, „*percepțiile*” privind viitorul, în forma preconcepțiilor despre riscuri, de fapt, sunt expectanțe stratificate conceptual sub forma reprezentărilor, *sunt reprezentări-expectanțe*. Astfel, cognitiv, expectanțele – individuale și sociale – sunt reprezentări ale posibilului acțional, situațional sau evenimential având ca emergență posibilul decizional și atitudinal. În fapt, regulile, normele și protocoalele – considerate pe dimensiunea predictibilității și controlului (siguranței) – sunt instituționalizări ale acestor reprezentări-expectanțe.

Epistemologic, în domeniul reprezentărilor trebuie făcută o clară distincție între cele sociale și cele operațional cognitive. În general, *reprezentările operaționale* trebuie considerate codificări perceptiv și simbolic informaționale ale cunoașterii, cogniții utilizate ca *operatori mentali* în înțelegerea realității și a procesării mesajelor despre realitate. Atât la nivelul individual al operării mintale, cât și al comunicării sociale, toate *reprezentările, fie sociale, fie operaționale,*

*sunt codificate prin limbaje* (vizual, auditiv, verbal, simbolic-abstract). Este deci esențială cunoașterea structurii semantice a reprezentărilor pentru a analiza prin limbaj construcțiile audiovizuale.

Expresie a constructivismului colectiv, reprezentările sociale pot fi considerate drept „*percepții*” *grupale* folosite ca *referențiale* în interpretarea situațiilor și evenimentelor privind *posibile decizii, atitudini sau acțiuni*. Conform tuturor teoriilor, reprezentările sociale sunt configurate semantic dintr-un *sistem (nucleu) central și un sistem periferic*. Nucleul central este *referențialul tematic* al unei anume problematici în timp ce sistemul periferic constituie *universul argumentativ al acelei teme*, univers contingent perioadei de circulație a reprezentării. În reprezentarea unei situații sau eveniment, *sistemul periferic constituie ansamblul dinamic, flexibil, de ilustrări senzorio-perceptive și exemplificări actanțiale care exprimă cultura, identitatea grupului și instituțiile la care se raportează exprimând astfel* elementele care contextualizează tematica nucleului central.

Este evident că sistemul periferic este mediul cognitiv care, comunicațional, deține rolul esențial în *construcția „percepțiilor” sociale*. Este urmarea faptului că, *obiectiv, material fizic și comportamental uman, o situație dată constituie un câmp unic* de caracteristici senzorial perceptive și condițional praxiologice, dar *subiectiv, prin limbaje, acest unic suport simbolic-informațional permite construcția unor sisteme periferice distincte*, sisteme care pentru o aceeași situație pot „legitima verosimil” tematici (nuclee centrale) proprii celor mai diferite reprezentări, uneori complet antagonice.

Acest polimorfism semantic al interpretărilor este astăzi problematizat în analizele care vizează construcția „percepției riscurilor” prin procesul comunicațional de „*framing*”. Sintetizând dintre accețiunile consacrate în lucrările dedicate *framing*-ului, pentru actualul studiu, un *frame* (engl.) poate fi definit drept *o reprezentare-expectanță „premisă” (sau sistem de reprezentări), o*

*structură „ancoră” care ghidează selecția, asimilarea și acomodarea informațiilor din mediu, proces finalizat prin construcția autoconsistentă, verosimil posibilă, a unei interpretări.* Fiind modele subiective, formal consistente, de selectare și restructurare a informațiilor, *frame*-urile permit astfel comunicatorilor mass-media construcții interpretativ-atribuționale semnificativ diferite pentru unul și același fenomen, eveniment sau comportament.

Referitor la construcția „percepției riscurilor” prin intermediul limbajului audiovizual, analiza de față se fundamentează structural și semantic pe faptul că pentru orice reprezentare-expectanță, în sistemul periferic al acesteia, pot fi evocate senzorio-perceptiv și condițional praxiologic (cinematic) *scheme cognitive de scenariu* și, corespunzător acestora, *expectanțe de scenariu*.

## Expectanțele ca scheme cognitive de scenariu

În gândirea umană, operaționalizarea praxiologică a expectanțelor se poate realiza prin *schemele cognitive de scenariu* frecvent conștientizate în acțiune și comportament, în predicții, în evaluarea situațiilor și evenimentelor. Sociologul Petru Iluț în lucrarea *Iluzia localismului și localizarea iluziei* afirmă că:

„...în mintea noastră există informații ce privesc desfășurarea secvențială în timp a unor acțiuni și evenimente, avem de-a face cu scheme de scenarii cognitive sau scheme evenimentiale. Știind algoritmul sau planul după care se desfășoară în mod uzual anumite comportamente, evenimente, fenomene, ne organizăm propriile acțiuni și le putem prevedea pe ale altora” (Iluț, 2000, 70).

Cu alte cuvinte, schemele de scenariu sunt setări cognitive comportamentale ale posibilului acțional în raport cu situațiile cu care oamenii se confruntă și, predictiv, pot avea forma *expectanțelor de scenariu*.

Denumirea sintetică de *scenariu* sau de *script* (engl.) a fost adoptată prin analogie cu scenariul cinematografic care este un „*text succint care cuprinde subiectul viitorului film, precum și indicațiile de regie*”. Preluarea termenului din artele narative, nu trebuie să genereze confuzii cu noțiunile de „fabulație” sau de „povestire”, construcții narative în care succesiuni coerente de situații și întâmplări imaginare sunt prezentate ca fiind *verosimile* (real posibile). Spre deosebire de fabulație, schemele cognitive de scenariu (scenariile) *sunt rutine* (modele) *de ghidaj utilizabile în desfășurarea posibilă* a unor situații sau evenimente reale. Mai precis, este o *cogniție care, simplificat, reprezintă o structură secvențială cu rol orientativ pentru autocontrolul desfășurării și finalizării unor situații*. Altfel spus, este un model sintetic, generalizant al defășurării și evoluției posibile ale unor situații sau evenimente în diferite medii și, corelativ, al performării comportamentale impuse de acestea. Există scenarii simple, individuale, *de rol*, dedicate situațiilor cotidiene (de exemplu, „*musafiri în vizită*”, „*traversarea stăzii*”, „*comportament la examen*”), *scenarii ambientale*, *scenarii procedural-profesionale*, *scenarii evenimentiale*. Scenariile cognitive sunt puse în practică de orice om în viața de zi cu zi, tot așa cum, la nivel științific (implicit sau explicit), sunt utilizate ca *modele de referință* de sociologi sau antropologi care analizează comportamentul ritual, cel delinvent sau cel politic.

În funcție de solicitări, mai ales la nivel comportamental, schemele sunt caracterizate printr-o mai mică sau mai mare *variabilitate* cognitiv-executivă. Este știut că mediile de activitate sunt reglementate prin cutume, norme, reguli, instrucțiuni, asigurându-se astfel controlul social al scenariilor de interacțiune. Astfel, cel mai important criteriu de evaluare a variabilității (*devianței*) sunt *regulile* atestate instituțional. Praxiologic, *raportul devianță-reguli* este esențial în evaluarea ecuației *vulnerabilitate-control*. Cele mai cunoscute situații de vulnerabilitate și pierdere a controlului sunt cele marcate de

eroarea umană. Din diferite motive, oamenii nu reușesc totdeauna performarea corectă a scenariilor, vulnerabilizând nu numai activitatea lor, ci și a altora dependenți de acea activitate. Totodată, ca patternuri de acțiune corelate cu rolurile și ambianțele, *instituțiile* trebuie considerate structuri scenaristice consensual reglementate. În lucrarea *Viața cotidiană ca spectacol* (1999), Erving Goffman utilizează conceptul praxiologic de *performare* a rolurilor în raport cu regulile, cu procedurile și interacțiunile instituționalizate, în raport cu *expectanțele sociale de scenariu*. Prin urmare, din perspectiva analizei instituționale, al „*dramaturgiei sociale*”, schemele situaționale pot fi suportul comprehensiv al *analizei performării rolurilor sociale*.

În domeniul sociologiei, schemele cognitive și situațional-comportamentale sunt echivalentul conceptual a ceea ce, în viziunea lui Pierre Bourdieu (*Rășuni practice: o teorie a acțiunii*, 1999), sunt *habitudinile (dispozițiile) perceptive, cognitive sau actanțiale*. În aceeași lucrare, P. Bourdieu propune conceptul de *incident critic* ca operator metodologic esențial în evidențierea raportului dintre secvențialitatea habituală – cea expectată – și devianțele de la aceasta. Incidentul critic poate fi definit drept *disfuncționalitate* (eveniment, întâmplare) *care survine neanticipat (neexpectat) în secvențialitatea scenariului unei acțiuni, al unui comportament sau situații*. Astfel, rezultat din *intersectarea dispozițiilor (schemelor) habituale cu contingențele situaționale*, incidentul critic permite o analiză mult mai aprofundată a raportului dintre vulnerabilitate și capacitatea de control, raport măsurabil în contextul reglementărilor și instituțiilor sociale.

*STRUCTURA schemelor de scenariu* – La fel cum reprezentările sociale au un nucleu central și un sistem periferic, analogic, și pentru schemele de scenariu se pot considera *două componente structural praxiologice*:

- *algoritmul secvențialității* – „Nucleul central”, corespunzător elementelor relativ

constante ale desfășurării: succesiunea causal-temporală a secvențelor și emergența consecințelor posibile.

- *localizare și personalizare* – „Sistemul periferic”, universul concret al schemei, exprimă localizarea situațională și rolurile performate de cei implicați. (De exemplu, pentru scenariul desfășurării unei „*consultații*” poate exista localizarea „*birou/cabinet*” și specificarea de rol: *notar; medic, avocat, primar; profesor; administrator* etc.).

În viața de zi cu zi, nu de puține ori, se produc situații inedite, nefamiliare, când între cele două niveluri se manifestă interinfluențe care duc la modificarea reciprocă, la crearea unor noi scheme. Algoritmul secvențialității poate fi transferabil în multe alte circumstanțe decât cea de origine. Modificarea la nivelul localizării poate da un alt curs causal secvențialității și, desigur, o modificare a algoritmului poate altera reactiv mediul de performare.

Diferența dintre *scenariul expectat* și performarea reală acestuia poate declanșa *disonanță cognitivă* (Festinger, 1957). În actualul studiu metodologic, conceptul de *disonanță cognitivă* trebuie redefinit praxiologic prin intermediul conceptelor de *expectanță* și *scenariu*. Așadar, într-o situație-stimul, *intensitatea disonanței va fi direct proporțională cu importanța expectațiilor pentru subiectul implicat și amplitudinea cognitiv-actanțială a devianței de la scenariul expectat* pentru acea situație. Derularea causal „illogică” a unor situații *afectează consistența cognitiv-rațională a expectanțelor* („percepțiilor”), conflictualizează convingeri și idei, încât se poate afirma că *starea de vulnerabilitate cognitivă este o caracteristică intrinsecă a situațiilor de disonanță*. Astfel, dacă o situație sau un eveniment nu se desfășoară conform expectanțelor de secvențialitate causală, dar totuși continuă să se desfășoare, produce *disonanță*. Dacă o structură secvențială va avea o derulare localizată în alt spațiu decât cel cuvenit, este performată prin comportamente inadecvate, dar totuși se finalizează cu bine,



crează disonanță. O situație care se dezvoltă perfect corespunzător cu modelul consacrat, dar provoacă consecințe negative, declanșează disonanță.

*FUNCȚIILE schemelor de scenariu – Raportul praxiologic dintre scenarii și performarea acestora în condițiile unei situații date* trebuie abordat prin intercorelarea a șase funcții:

1. Funcția *anticipativă (activarea expectanței)* – Ca sisteme de referință ale posibilului acțional, *apriorice diferitelor situații și evenimente*, schemele de scenariu sunt inițial activate ca *expectanțe* (anticipări) ale anumitor configurații ale mediului, ale unor evoluții și rezultate. În condițiile când situația nu se configurează conform expectanței, se poate declanșa starea de *disonanță cognitivă*.
2. Funcția *executivă (performarea)* – Schemele de rol, ambientale, situaționale sau evenimentiale au funcții de *ghidare în auto-monitorizarea executivă a situațiilor*. Scenariile sunt rutine *spontan activabile* impuse de economia de energie psihică și de coordonare social predictibilă în performarea lor. Din caracteristica de rutină derivă și *automatismele perceptiv-comportamentale*. Aplicarea frecventă are drept consecință formarea automatismelor, manifestarea de *comportamente stereotipe, preatenționale, fără control voluntar al atenției sau al gândirii*. Impulsiv activate, automatismele perceptiv-pot fi însă cauzatoare de erori și vulnerabilitate.
3. Funcția de *testare a percepției* – Focalizarea superficială a atenției de la prima stimulare favorizează adeseori percepții distorsionate. Rezultat din automatisme perceptiv-cognitive, din stereotipuri și expectanțe rigide, un scenariu prematur activat de la primele secvențe ale situației, se poate dovedi inadecvat. Consecințele probabile vor fi vulnerabilitatea, incidentele critice, pierderea controlului. Va trebui testată *valoarea de adevăr a percepției* și reducerea eventualei disonanțe. Reluarea

mentală, compararea realității cu scenariul model, vor permite corecțiile necesare adecvării.

4. Funcția *atribuțională* – Din necesitatea controlului cognitiv, pe baza schemelor de scenariu oamenii efectuează inferențe privind cauzele unei situații și motivația comportamentelor implicate. Mai ales la evaluarea situațiilor relativ nefamiliare, prin comparații cu alte scenarii din aceeași categorie situațională sau comportamentală, cel mai potrivit va deveni referențialul identificării unor indici ai familiarului în circumstanțele nefamiliarului, urmate apoi de noi inferențe ale atribuirii.
5. Funcția *reglator-comunicațională* – În condițiile polimorfismului perceptiv al realității (subiectivitate), situațiile sunt diferite receptate de fiecare. Ca model de acțiune, schema de scenariu constituie referențialul cognitiv la care omul se raportează, favorizând acomodarea executivă cu noile informații, cu aspectele nefamiliare ale situației. Comunicarea cu ceilalți constituie modalitatea de testare a veridicității percepțiilor, de clarificare și de acomodare ale scenariului individual la o situație nefamiliară. Prin comunicarea cu ceilalți participanți, prin compararea scenariilor și a percepțiilor se poate ajunge la o reprezentare comună, adecvată rezolvării situației și intereselor de grup.
6. Funcția probabilist-speculativă – Când viitorul unei situații depinde de evoluția altei situații, situație îndepărtată în timp și spațiu, când depinde de alți decidenți, când nu este posibil controlul, atunci se instaurează starea de incertitudine accentuată, de vulnerabilitate cognitivă. Fără acces direct, lipsiți de feedback, decidenții situației dependente apelează la repertoriul de scheme ale posibilului acțional, concep scenarii probabilist-speculative privind situația îndepărtată. Funcția probabilist-speculativă este activată cognitiv atât la nivelul cunoașterii comune, cât și la nivelul expert al celor cu responsabilități decizionale ma-

jore. În condițiile unei mari densități a dependențelor, în climatul de incertitudine al evoluțiilor accelerate ale prezentului, atitudinea speculativă a devenit normală, foarte frecventă, dobândind un rol major în construcția socială a „percepției riscurilor”.

Sugerând ambiguitate, afirmația că „o imagine face cât o mie de cuvinte” exprimă de fapt complexitatea limbajului audiovizual, complexitate care, în tentativa decodificării, favorizează multiplicarea „adevărurilor” posibile. Când este probată în comunicarea mass-media – în contextul ambivalenței realism-iluzie proprie limbajului audiovizual – funcția de testare a veridicității este adesea invalidată de cea probabilist-speculativă. Această „neutralizare” este posibilă pentru că:

- a. mijloacele audiovizuale sunt tehnologii de înregistrare și redare senzorio-perceptivă, sincron auditivă și vizuală, a unor situații reale sau imaginare;
- b. situațiile de viață sunt senzorial percepute de oameni sincron, auditiv și vizual, astfel că în construcțiile audiovizuale majoritatea publicului acceptă verosimilul drept veridic, deoarece este „atestat” senzorio-perceptiv („am văzut cu ochii mei”, „am auzit cu urechile mele”);
- c. în condiții de vulnerabilitate cognitivă (incertitudine), când nu există un scenariu „consacrat”, explicitând *exclusiv verbal* imaginile prin definiții speculativ-probabiliste (*framing*), comunicatorii mass-media relativizează funcția de testare a adevărului aventurându-se în constructivismul percepțiilor sociale, favorizând prin constructivismul audiovizual interferența dintre speculație și adevărul documentar.

Așadar, pentru a analiza științific construcția „percepției riscurilor”, a reprezentărilor-expectanță induse audiovizual, este imperios necesară *cunoașterea sintaxei și morfologiei limbajului cinematografic* prin raportare la reprezentări, la schemele cognitive de scenariu, la funcțiile acestora.

## Modalități stilistice ale limbajului cinematografic

Schemele de scenariu și reprezentările sunt operatorii naturali ai cogniției umane, iar limbajul cinematografic este *expresia formal senzorioperceptivă* a utilizării lor, mai ales că, în esență, acest limbaj constituie exteriorizarea unor activități psihice precum *focalizarea atenției, spiritul de observație, discursivitatea gândirii, constructivismul conceptual și imaginativ*. Referitor la *verosimil*, la percepția audiovizuală și secvențialitatea cinematică, în acest limbaj, o pondere deosebită o are *tendința gestalt* (Wertheimer, Koffka și Köhler, 1922). Tendința gestalt are la bază un *psiho-model expectat al realului de perceput*, o configurație internalizată prin experiență sau învățare care, într-un câmp de stimuli, la nivel mental, automat, *reconstituie iluzoriu percepțiile senzorial incomplete*. Omul crede că percepe totalitatea obiectuală ori situațională când, de fapt, senzorio-cognitiv, receptează doar parțial realitatea.

Datorită spațiului editorial limitat nu va fi posibilă descrierea în toate detaliile a limbajului. Principalele modalități cinematografice definite vor fi *decorul, imaginea, decupajul, sonorul*, celelalte fiind analizate integrat acestora (protagoniști și performare, costume, obiecte, lumină, culoare). Trebuie precizat ca noțiunea de *constructivism audiovizual* este abordată ca echivalent al celei de *dramaturgie* utilizat în artele narative și se află în strânsă corelare cu conceptul de *dramaturgie socială* al lui E. Goffman, care, vizând *performarea rolurilor sociale*, practic, se raportează la *jocul actoricesc*.

**DECOR (scenografie)** – Din perspectivă cognitivă, această modalitate stilistică este responsabilă de redarea *mediului particular, determinant pentru secvențialitatea scenariilor*, constituind spațiul concret de *localizare al unei reprezentări*. Caracteristicile scenografice acoperă toate funcțiile schemei de scenariu, ilustrând preponderent *funcția executiv adaptativă, cea atribuțională și*

de *testare a valorii de adevăr*. În coordonatele dramaturgiei sociale, prin decor se definesc spațiile naturale ori artificiale, spații dedicate strict performării unor roluri, spații de graniță, de tranziție, publice, spații intime ș.a. Decorul constituie *mediul intersecțiilor de acțiuni și interacțiuni* (intersecții intenționate sau neintenționate), relevând raportul schemă-performare în sistemul unei reprezentări. Totodată, decorul ca mediu actanțial, este mobilat cu *obiecte simbolice și utilitare*, cu aparatură și unelte prin care sunt instrumentalizate comportamentele, interacțiunile și comunicarea. Scenografia *contribuie simbolic la evidențierea temei* spre care se concentrează acțiunea. Din perspectivă scenografică sunt extrem de importante *costumația și machiajul* având funcția de reprezentare a statutului social al protagoniștilor în comunicarea nonverbală.

**IMAGINE** – Prin imagine, limbajul cinematografic *realizează emoțional identificarea senzorioperceptivă a receptorului cu situația relatată*. În contextul polimorfismului receptiv (subiectiv), imaginea cinematografică este expresia psihic analogică a *focalizării naturale a atenției* umane, a mobilității spiritului de observație spre un aspect sau altul. Toate funcțiile schemelor de scenariu sunt active prin imagine. Modalitățile stilistice subordonate categoriei „imagine” care vor fi definite sunt: încadratura, dinamica încadraturii, montajul.

- *Încadratura și dinamica încadraturii* – Modalitatea încadratură se referă la *mărimea câmpului vizual și a unghiului* din care este redată secvențial „realitatea”. Un produs cinematografic constituie o succesiune de imagini configurate într-o continuă variație a câmpului vizual, de la încadraturi *de detaliu* la cele *de ansamblu*. Încadraturile se bazează pe *tendința perceptiv-cognitivă gestalt*, de reconstrucție mentală a întregului în condițiile percepțiilor obiectiv incomplete, fragmentare. În spațiul unei imagini, spectatorii „vizualizează” mental mai mult decât ceea ce per-

cep senzorial în acea imagine. Încadraturile, ca mărimi și unghiuri, deschid noi perspective spațio-temporale asupra realității, altele decât cele accesibile în mod obișnuit simțurilor, oferind un registru nelimitat de percepții. Aspectul dinamic al încadraturii este conferit de *restrângerea ori extensia kinetică a câmpului vizual*, prin „zoom” (apropiere, îndepărtare) ori prin deplasări de aparat (*travelling, panoramare*). Această mobilitate a focalizării perspectivei transfigurează relația spațiu-timp, exprimând intensificarea emoțională a atenției în percepția semnificațiilor.

- *Montaj* – În raport cu o situație, fiecare imagine cinematografică este incompletă astfel că tendința gestalt pretinde să fie completată de următoarea și apoi de următoarea. Imagistic, o situație poate fi fragmentată într-un număr foarte mare de încadraturi sau deloc (poate fi înregistrată într-un singur plan-secvență). Caracteristică a producțiilor audiovizuale este *aparența, iluzia* că limbajul cinematografic redă integritatea realității printr-un *flux continuu de imagini*. În realitate, spectatorii asistă la un *montaj, la juxtapunere de imagini* (încadraturi, planuri). În afara tendinței gestalt la senzația de continuitate și unitate contribuie: *unitatea tematică și de acțiune, discursivitatea logică, unitatea de decor, prezența acelorași protagoniști și obiecte, prin continuitatea gesturilor, prin lumină, dialog, comentariu, muzică*. Fiecare încadratură ori secvență, cu elementele ei *localizatoare și acționale, completează cu stimuli, informații și semnificații pe cele anterioare* întregind un univers coerent și unitar în mintea spectatorului chiar dacă receptează o construcție din „bucăți” incomplete. Prin durata fragmentelor conectate și mărimea încadraturii acestora, montajul are un rol esențial în impunerea *ritmului*, ritm cu puternice influențe asupra emoționalității.

**DECUPAJ ȘI ELIPSĂ** – Între profesioniștii audiovizualului, noțiunea de scenariu

este adesea utilizată sinonim cu cea de decupaj. Scenariul conceptual (literar), în accepțiunea consacrată, constituie notarea verbală a desfășurării unor evenimente, a unei situații reale ori a unei fabulații. Decupajul este forma explicit audiovizuală și concretizarea acestuia prin mijloacele propriu-zis cinematografice. Sociocognitiv, decupajul poate fi considerat o succesiune de mai multe reprezentări dacă este un „lung metraj” sau exprimarea unei scheme de scenariu, al unei unice reprezentări dacă realizarea este de foarte scurtă durată. Fundamental, decupajul este expresia cinematografică a *constructivismului dramaturgic* prin care *raportul cinematic secvențialitate-spațiu-timp devine semnificant*, este modalitatea de explicitare senzorio-perceptivă a schemelor cognitive de scenariu formal posibile, posibilități formale asupra cărora însă *autorii intervin în secvențialitatea causală și succesiunea temporală* pentru a obține un anumit efect comunicațional. Modalitate stilistică adesea confundată cu montajul, decupajul constituie *selecția dintr-o reală sau posibilă secvențialitate numai a anumitor secvențe și organizarea acestora într-o anumită ordine semnificantă*. Prin decupaj, discursul cinematografic poate începe cu finalul sau cu o secvență intermediară a desfășurării „obiectiv cauzale” sau acțiunea vizionată se poate încheia în punctul culminant (*final deschis*). Ca și la montaj, continuitatea tematică și narativă este conferită de tendința gestalt, de complementaritatea altor componente stilistice care pot schimba sau accentua sensul tuturor celorlalte. Decupajul poate avea consecințe profunde asupra repertoriului de scheme de scenariu ale publicului și a expectanțelor derivate din aceste scheme.

Într-o vizionare de 90 de minute a unui film putem fi martorii unor întâmplări desfășurate în 20 de ani sau în 40 min. Fundamental, limbajul cinematografic, la fel ca alte modalități discursiv-secvențiale de limbaj (literatura), este *o structură eliptică*. Ar fi imposibil de redat integral desfășurarea unor evenimente și nu s-ar mai putea desprinde semnificația tematică a acestora. Prin elipsă

sunt omise secvențele neimportante, causal subînțelese, realizându-se „salturi în timp” într-o selecție care să demonstreze accentuat o anumită idee. Elipsa prin eludarea unor secvențe și reorganizarea succesiunii lor bulversează expectanțele preexistente vizionării, activează disonanțe. *Șocul disonanțelor cognitive este atenuat sau accentuat de alte modalități stilistice, de alte funcții ale schemelor expectate și, în funcție de finalul ales, sunt intensificate efectele emoțional-persuasive*. Cu un rol cognitiv intens revelator, cel mai cunoscut efect de elipsă este cel de „*final deschis*” când întregul scenariu „*este întrerupt*” chiar în punctul culminant, înaintea deznodământului, declanșând pentru spectatori reflexivitatea cognitivă și interogarea posibilului.

**SONOR** – Din categoria „sonor” a limbajului cinematografic pot fi enumerate ca modalități *zgomotele, muzica, dialogul și comentariul*. Conflictual ori consensual, *dialogul* presupune interacțiunea verbală în invocarea de reprezentări, evocarea discursiv argumentativă a scenariilor din sistemul periferic al acestor reprezentări. Trebuie specificat că toate acestea pot avea surse vizibile în imagine sau pot receptate „*din off*”, de dincolo de câmpul vizual încadrat, fără a vedea sursa ori protagoniștii care le-au generat. De obicei „*din off*”, *comentariul* este modalitatea destinată explicitării descriptiv-argumentative a scenariului situațional. Din perspectiva coerenței elipselor și a continuității spațio-temporale, *dialogul și comentariul sunt semantic complementare secvențialității vizuale*, asigurând unitatea tematică (pot substitui, temporal sau evenimential, secvențele eliminate). Complementaritatea comentariului (narativ sau explicativ) este cu atât mai evidentă în progresiile narative foarte scurte (spoturi publicitare). Raportându-se la reprezentările percepute vizual, dialogul și comentariul pot explicita funcțiile schemelor de scenariu din sistemul periferic al acestor reprezentări.

Din modalitățile definite anterior, reiese clar că limbajul cinematografic este un *limbaj constructivist reprezentational*, implicând toate caracteristicile reprezentărilor socio-cognitive („percepții”) și deține un potențial nelimitat în transfigurarea expectanțelor de scenariu din sistemul periferic al acestora.

## Conceptualizare metodologică

*DISCURSUL PUBLICITAR* – Am considerat că pentru investigarea construcției sociale a „percepției riscurilor” și elaborarea experimentală a unei metodologii de cercetare a documentelor audiovizuale domeniul publicității este cel mai indicat. Orientarea către retorica publicitară este motivată de faptul că *stilul comunicațional din acest sector poate fi identificat în aproape orice altă formă de discurs public persuasiv*: știri, reportaje, propagandă politică, educație audiovizuală ș.a. Realismul sensorio-perceptiv al limbajului cinematografic conferă nu numai verosimilitate, ci și o forță persuasivă incontestabilă, forță intens exploatată în discursul publicitar. În lucrarea *Analiza discursului: ipoteze și ipostaze*, sprijinindu-se pe o afirmație a lui A. Moles (1973, 643), D. Roventă-Frumușani susține că totalitatea discursurilor publicitare constituie un „Sistem de comunicare și difuzare, utilizând toate canalele mass-media și aplicând o serie de tehnici ale psihologiei și sociologiei în sens utilitar, publicitatea a devenit unul dintre principalele simboluri culturale ale societății industriale” (Roventă-Frumușani, 2004, 139).

În majoritatea mesajelor publicitare identificăm o *intensă tematizare a riscurilor* în abordarea viitorului și o frecventă evidențiere a raportului dintre *vulnerabilitatea posibilă și necesitatea capacității de control*. Prin conceptul de *tematizare* înțelegem procesul comunicațional prin care se impune repetitiv *dominanța unei problematici care, psihosocial, ajunge să devină preocupantă,*

*generatoare de expectanțe (percepții) în definirea posibilelor situații decizionale.*

Totodată, opțiunea pentru *analiza discursului publicitar ca mediu* al construcției sociale a „percepției riscurilor”, are următoarele avantaje metodologice:

- a) utilizarea limbajului audiovizual;
- b) concizia informațional conceptuală a mesajelor;
- c) sincronicitatea simbolic-cognitivă cu prezentări și percepții sociale, stereotipuri și scheme de scenariu ale actualității;
- d) existența unui algoritm stilistic comun cu multe alte demersuri persuasive.

Raportându-se la relația spoturilor publicitare cu utilizarea schemelor de scenariu, Daniela Roventă-Frumușani afirmă:

„De fapt, discursul publicitar actualizează o interesantă suprapunere de scheme structurale și anume, schema narativă organizată secvențial, prezentând relații cauzale, finale, temporale dominate de un pattern global de acțiune și schema argumentativă prezentând relații de motivare, valorizare, opoziție prin inferența premisă/argumente/concluzie” (Roventă-Frumușani, 2004, 148).

Concizia este un factor esențial, factor care nu diminuează consistența informațională. Din perspectiva conciziei mesajului, reprezentativ pentru discursul publicitar este *spotul*, genul de scurt-metraj cinematografic, de foarte mică durată (maxim un minut), prin care se transmite un mesaj sub forma unei succesiuni narative destinate a scoate în evidență beneficiile unei anume decizii. O componentă importantă a spotului este *sloganul*, formulă verbală complementară imaginilor, concludentă, ușor repetabilă, care exprimă succint „soluționarea” unei probleme de actualitate.

Pentru actuala cercetare, analiza discursului publicitar oferă un avantaj metodologic esențial: spoturile abordează o *singură schemă de scenariu din sistemul periferic al unei unice reprezentări sociale.*

**OBSERVAȚIA STRUCTURATĂ** și **ANALIZA DE CONȚINUT** – Modalitățile senzorio-perceptive ale limbajului cinematografic au o fundamentare profund psihologică fiind, la un prim nivel al receptării, o *replică tehnologică a spiritului de observație*. Raportate la metodologia observației științifice, artefactele audiovizuale conferă fie aparența *observației sistematice* (documentare, reportaje, știri), fie iluzia *observației spontan-participative* (filme artistice). Din aceleași considerente, profitând de oportunitățile tehnice ale limbajului audiovizual, metoda *observației indirecte* („*nedistorionate*”) utilizează *camere ascunse* pentru înregistrarea comportamentelor în anumite situații. În consecință, indiferent de natura documentară, fabulatorie sau propagandistică, analiza calitativă a oricărui document audiovizual impune firesc *metodologia observației structurate*, ca *observație de rang doi* (analiza observatorie a unui material observațional). În cazul proiectului de față, fiind o abordare de fond a reprezentărilor, ierarhizarea categoriilor de observație se va configura într-o matrice structurată de *criteriile analizei de conținut*. Confruntarea cu *multidimensionalitatea* limbajului cinematografic constrânge la o grilă de observație care să vizeze multidimensional obiectivările tehnno-audiovizuale ale construcției percepțiilor sociale.

În virtutea obiectivului, metoda observației structurate (de rang doi), în câmpul conceptual al analizei de conținut, se va structura în trei tipuri de unități analitice: I. *de context* II. *de înregistrare* și III. *de analiză observațională*.

**I. Unități de context** – Analiza procesului prin care limbajul audiovizual exprimă raportul dintre vulnerabilitate și control (siguranță) poate fi încadrată în *universul tematic* al următoarelor unități de context:

*densitatea socială* a acțiunilor și inițiativelor, *intersecțiile* de situații, *externalizările* consecințelor dintr-o situație în alta, *situațiile dependente de alte situații*. Toate acestea se constituie într-o fenomenologie care mărește probabilitatea *incidentelor critice*, a *comportamentelor deviate de la reguli*, a vulnerabilității și a pierderii controlului.

**II. Unități de înregistrare** – Ca unități reprezentative, au fost alese *spoturi publicitare din domeniul asigurărilor*; acestea fiind cele mai explicite documente audiovizuale ale *tematizării riscurilor*. Din cele 29 de spoturi inițial analizate, pentru acest articol, au fost selectate numai trei.

**III. Categoriile de observație ale modelului** – Din concomitența componentelor psihosociologiei cu cele de limbaj, în configurarea modelului de analiză, vor trebui luate în calcul următoarele categorii și relații categoriale:

- raportul dintre schemele de scenariu (predictibilitate exprimată în reguli) și performarea acestora ca expresie a dinamicii *capacitate de control – vulnerabilitate*;
- raportul dintre *incidentul critic* și *disonanța cognitivă* valorizat în dramaturgia audiovizuală prin imagine și decupaj;
- Dintre categoriile limbajului cinematografic am considerat că dramaturgia audiovizuală poate fi analizabilă prin modalitățile: *performare* (scenarii de rol), *decor* (scenarii de ambianță), *imagine* (focalizare emoțional-dirijată a percepției), *decupaj* (scenarii secvențiale) și *sonor-comentariu* (schema argumentativă).

Astfel, pentru fișa de observație, din integrarea anterioarelor criterii, vor rezulta următoarele categorii de analiză:

**Tabel 1:** Grilă a categoriilor de observație

Categoriile de analiză observațională	
Categoriile psihosociologice	Categoriile senzorio-perceptive de limbaj

PREDICTIBILITATEA (expectanța) derivată din reprezentări sociale privind <i>siguranța raportată la reguli</i>	DECOR: ambianță, mobilier, obiecte, costumație, machiaj
Raportul EXPECTANȚĂ-DISONANȚĂ reflectat de variabilitatea <i>secvențial-situațională</i> evaluată prin <i>incidentul critic</i>	IMAGINE: încadratură, lumină, dinamica încadraturilor și montaj
DRAMATURGIE SOCIALĂ: variabilitate și devianță în performarea rolurilor	DECUPAJ: secvențialitate și elipsă (dramaturgie)
Percepția raportului VULNERABILITATE – CONTROL	SONOR: comentariu slogan („definiția situației”) și muzica

Categoriile psihosociologice și audiovizuale care vor fi utilizate în analize

## Cercetare și experimentarea modelului

**OBIECTIV și IPOTEZĂ** – Principalul obiectiv al acestui studiu îl constituie elaborarea unui *model de cercetare calitativă a documentelor audiovizuale, metodologia bazându-se pe felul cum constructivismul limbajului cinematografic poate fi operaționalizat (decodificat) prin concepte consacrate de sociologie și psihologie*. Deoarece spațiul editorial este limitat, demonstrația metodologică va reda numai analiza constructivismului retoric al instanței emitente, nu și procesul cognitiv emoțional prin care receptorii asimilează și acomodează mesajele în repertoriul lor de „percepții”.

Considerând ca premisă că orice situație dată constituie un câmp unic de caracteristici senzorial perceptive și condițional praxiologice, un unic suport simbolic-informațional

pentru o varietate de reprezentări, ne propunem pentru cercetare următoarea *ipoteză: Prin procesarea audiovizuală a expectanțelor de scenariu din sistemul periferic al reprezentărilor de siguranță, limbajul cinematografic permite construcția de reprezentări opuse, de vulnerabilitate și pierdere a controlului*. Ca formă complexă de sincretism comunicațional, limbajul cinematografic, inevitabil, impune o abordare multidimensională, interdisciplinară, în decodificarea sociologică a mesajelor audiovizuale.

*Analiza retorică audiovizuală* – Pentru comparația între percepția spectaculară și analiză, pentru fiecare spot publicitar, se va recurge la relatarea „poveștii” așa cum poate fi receptată de spectatori.

**Subiect 1.** ([www.youtube.com](http://www.youtube.com): BCR Asigurări) – Într-un cabinet medical, venită în vizită, fiica neastâmpărată a medicului, neatentă, scapă o pastilă de fard pe o radiografie. Acest incident modifică radiografia și pacientul necunoscut, declarat inițial sănătos, va fi operat pentru tumoare canceroasă.

**Table 2:** Analiza spotului 1

<b>Predictibilitate prin reguli</b>	<b>REPREZENTARE SOCIALĂ:</b> În orice cabinet medical activitatea se desfășoară într-un mediu delimitat, spațiu care implică proceduri menite să confere siguranța consultațiilor. Este interzis accesul persoanelor străine de aceste responsabilități. ( <i>scenariu de rol și de ambianță</i> )
Expectanța și retorica disonanței	EXPECTANȚA ANTICIPEAZĂ ordine profesionistă, o succesiune clară a procedurilor și comportamentelor permise într-un cabinet de consultații medicale. DISONANȚĂ: Este dezordine pe biroul medicului, birou pe care este lăsată neglijent o radiografie, în raza de acțiune a unei adolescente care (incident critic) a întrerupt cursul activității și este preocupată de fardurile ei.

LIMBAJ	Decor	Cabinet medical unde dezordinea în documente și instrumente este dominantă. În centrul atenției sunt: biroul, radiografia neevaluată, apoi evaluată, trusa cu farduri.
	Imagine – încadratură	Încadraturi strânse, plan-detalii ale gesturilor și obiectelor implicate. Imaginile se succed într-un montaj rapid subliniind neglijența gesturilor și al căderii fardului. Lumină de clar-obscur.
	Decupaj	Prin elipsă se realizează saltul temporal, decupajul comprimând la maxim secvențialitatea care încadrează gestul-eroare și consecința: <b>1</b> medicul vrea să studieze o radioagrafie pulmonară → <b>2</b> este întrerupt de fiica sa → <b>3</b> lasă radiografia pe birou → <b>4</b> fata scapă fard pe radiografie → <b>5</b> la evaluare „este localizată” o tumoare cancerigenă.
	Comentariu, muzică	Sucesiunea rapidă a secvențelor comprimate în gesturi și obiecte este suspendată în punctul maxim. Disonanța este redusă în final de sloganul: „ <i>Ai nevoie de asigurarea malpraxis</i> ”
Perceperea raportului vulnerabilitate-control		RETORICA INCIDENTULUI CRITIC accentuează probabilitatea mare a riscurilor evidențiind că: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezordinea determină vulnerabilitate deoarece face dificil controlul acțiunilor;</li> <li>• Medicul-părinte nu are control asupra comportamentului fiicei sale;</li> <li>• Fata nu are control asupra gesturilor sale;</li> <li>• Pacientul, victimă „colaterală”, este vulnerabil deoarece nu are control asupra procedurilor de diagnostic.</li> </ul>

Analiza observațională și de conținut a subiectului „BCR Asigurări”

**Subiect 2.** (www.youtube.com: Asigurări RCA) – În aglomeratul trafic urban, la semafor, un șofer visător provoacă o coliziune minoră care însă se propagă în lanț...

Din automobilele lovite, unii după alții, coboară tot felul de personaje dubioase: mafioți înarmați, personaje de circ și monștrii din filme, psihopați, prostituate care se reped să se răfuiască cu șoferul neatent...

**Table 3:** Analiza spotului 2

		<b>REPREZENTARE SOCIALĂ: În traficul rutier, șoferii sunt oameni normali deoarece au obținut prin examinare psihologică permisul de conducere. În caz de accident minor, chiar dacă naște supărare, negocierea este cea mai bună soluție. (scenariu de rol și de ambianță)</b>
	Expectanța și retorica disonanței	Asistăm la un accident minor ( <i>incident critic</i> ) și <i>expectanța anticipează</i> o succesiune de comportamente comunicaționale de negociere între oameni obișnuiți. <b>DISONANȚĂ:</b> din automobilele „îmbrăcate” năvălesc înghesuindu-se furioase, personaje din lumea interlopă, persoane bizar îmbrăcate, ființe fantastice, agitând obiecte și arme a căror pericolozitate este incontestabilă.
LIMBAJ	Decor	Trafic rutier aglomerat. Strada nu e vizibilă, dar aglomerația este subînțeleasă prin ciocnire, prin rapiditatea cu care cei revoltați ajung înghesuindu-se la automobilul vinovat. Machiajul și costumele foarte colorate sunt grotești, neverosimile. Obiectele sunt arme sau care pot fi folosite drept arme.



	Imagine – încadratură	Încadraturi medii centrate exclusiv pe agresivitatea personajelor revoltate care ies din automobilele lovite, imagini alternate rapid cu prim-planul șoferului uluit și copleșit de spaimă. Diversitatea bizară a tipologiilor este sugerată de diversitatea costumației.
	Decupaj	În secvențialitate, accentul este pus pe furia exprimată de succesiunea rapidă de apariții impulsive ale „victimelor” incidentului. Aparițiile în cascadă alternează cu prim-planul static al stupefacției șoferului înfricoșat. Ritmul inițial lent, nostalgic, va ajunge la un ritm năucitor de rapid.
	Comentariu, muzică	Muzica inițial lirică devine brusc un rock zgomotos. Suspendarea secvențialității în disonanță maximă va fi compensator echilibrată de sloganul concludiv: „ <i>Pentru că nu știi peste cine dai, asigură-ți liniștea cu un RCA GroupMama. Asigurăm tot ce contează pentru tine</i> ” .
Perceperea raportului vulnerabilitate–control		RETORICA INCIDENTULUI CRITIC: Este prezentă stilistic o disproporție disonantă între incident și reacții. Astfel, este hiperbolizată vulnerabilitatea întâlnirilor imprevizibile și a pierderii controlului în cazul devierii din zona de protecție a regulilor: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neatenția (eroare umană) este sursa pierderii controlului. Psihocognitiv, omul este vulnerabil.</li> <li>• În traficul auto nu există un control absolut asupra bunei desfășurări a acestuia. Deși sunt mai mulți decidenți, niciunul nu-i poate controla pe ceilalți și oricine poate deveni vulnerabil.</li> <li>• Niciun om nu poate controla total o altă persoană. Necunoașterea identității altora amplifică dificultatea de anticipare și control asupra comportamentelor străine.</li> </ul>

Analiza observațională și de conținut a subiectului „Asigurări RCA”

**Subiect 3.** (www.youtube.com: BCR Asigurări) – O familie de „zăpăciți” în vacanță se cazează la hotel. Intră nerăbdători în camera reparată. Bucuroasă, că în sfârșit a ajuns, soția plonjează pe spate într-un pat. Patul, tip automat rabatabil, se închide în pereți, făcând-o prizonieră în zid...

**Tabel 4:** Analiza spotului 3

		<b>REPREZENTARE SOCIALĂ:</b> Oricând, oriunde, după o lungă și obositoare călătorie, un pat într-o cameră hotel este binevenit, salvator. Toate paturile sunt la fel. ( <i>scenariu de ambianță, de secvențialitate</i> )
Expectanța și retorica disonanței		<i>EXPECTANȚA ANTICIPEAZĂ</i> că oriunde, într-un hotel, toate paturile sunt identice și te poți lăsa în voia propriilor automatisme comportamentale generate de oboseală. <i>Neanticipat:</i> Patul este rabatabil, un instrument automat defect, iar comportamentul de plonjare pe saltea devine periculos.
LIMBAJ	Decor	Cameră standard de hotel cu un pat dublu, aparent „ca oricare altul”.
	Imagine – încadratură	Încadratura largă, reprezintă în ansamblu întreaga cameră redând expresiv siguranța de sine a femeii, automatismul comportamental și surpriza finală.
	Decupaj	Spotul este un cadru-secvență unic menit a pune în valoare automatismul comportamental finalizat prin suspendarea pe incidentul critic generat de automatismul dereglat al patului.

	Comentariu, muzică	Redarea accidentului este astfel suspendată (nu vom ști ce se va întâmpla cu femeia prizonieră în perete), dar disonanța este redusă de sloganul: „ <i>Ai nevoie de asigurări medicale pentru călătorii în străinătate</i> ”.
Perceperea raportului vulnerabilitate–control	<p>RETORICA INCIDENTULUI CRITIC subliniază vulnerabilitatea situațiilor de utilizare a obiectelor și aparaturilor străine, necunoscute, accentuând că:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prin lipsa atenției, automatismele comportamentale diminuează controlul și vigilența, favorizând vulnerabilitatea.</li> <li>• Automatismele comportamentale sunt încurajate de aparenta familiaritate (scenariu de ambianță) a unor obiecte sau situații, în realitate incomplet cunoscute.</li> <li>• Obiectele cu modalități necunoscute de control, funcțional imprevizibile, pot crea situații de vulnerabilitate.</li> </ul>	

Analiza observațională și de conținut a subiectului „BCR Asigurări”

Pentru construirea modelului, lucrarea s-a focalizat pe vizual, pe analiza interacțiunilor nonverbale. În interiorul limbajului audiovizual, comunicarea verbală implică alte corelații în raportul dintre imagine și schemele scenariu verbalizate.

*Concluzii* În limitele spațiului editorial, aplicarea modelului metodologic este exemplificată prin numai 3 grile de observație, dar concluziile exprimă examinarea a 29 de spoturi în care construcția audiovizuală a „percepției riscurilor” putea fi evaluată. Dincolo de *interferențe situaționale, de hazard, în esență, cauzele primare ale vulnerabilității sunt devianțele voluntare și involuntare de la scenariile de siguranță*. Performarea deviantă este determinată de *erori umane (în percepții, predicții și acțiuni), de imaturitate, de iresponsabilitate* și, nu în ultimul rând, de *automatisme în manipularea obiectelor și aparaturilor*.

În exprimarea vulnerabilităților și a pierderii controlului de către protagoniști, în fiecare grilă de observație, analiza s-a focalizat pe felul cum – prin modalitățile limbajului audiovizual – *creatorii pun în disonanță reprezentările-expectanță ale spectatorilor*. Funcția speculativă a scenariilor cognitive este prezentă în toate spoturile, situațiile redate sunt imaginare, dar cu un grad mare de verosimilitate fiind extensii ale unor scheme de scenariu reale, foarte probabile. Această mobilitate constructivă este urmarea faptului

evocat în premisă că o situație dată constituie *un câmp unic* de caracteristici senzorial perceptive și condițional praxiologice, *un unic suport simbolic-informațional* pentru emergența oricărei reprezentări sau scenariu. *Referențialul reprezentational este comun* atât pentru siguranță, cât și pentru vulnerabilitate, înscriindu-se într-un posibil situațional aproape nelimitat.

Considerăm că ipoteza a fost validată. Exploatând potențialul psiho-formal al limbajului cinematografic, autorii *selectează altfel* condiționalitățile unei expectanțe de siguranță și creează verosimil contextul unei reprezentări de vulnerabilitate. Din analiza spoturilor dedicate asigurărilor (siguranței), inducerea prin limbaj audiovizual a „percepției riscurilor” se realizează prin: *imagine* (încadraturile alese determină focalizarea atenției pe intensitatea semnificantă a vulnerabilităților situațional-comportamentale), *montaj* (conținutul fiecărei încadraturi este juxtapus, în similitudine sau contrast, construind astfel progresia detaliilor incidentului critic, amplificând disonanța), *decupaj* (nu asistăm la o schemă integrală de scenariu, cu început și sfârșit. Secvențialitatea reală a situației este concentrată la durata minimă a unei demonstrații silogistice, fiind redat *numai incidentul critic*. *Finalul deschis*, prin inerția emoțională a disonanței, va acutiza în conștiință reprezentarea incidentului) și *sonor* (rezonanța emoțională a acompaniamentului melodic este înghețată de explicitarea

atribuțional-argumentativă a sloganului). Toate modalitățile audiovizuale sunt orientate stilistic de exprimarea performării deviate de la scenariul de rol, principala sursă de schimbare a polarității siguranță-vulnerabilitate.

Din consultările focus-grup s-a configurat necesitatea diferențierii clare a două categorii de scenarii pentru o situație dată: 1. scenariile actanțiale ale protagoniștilor implicați în situație și 2. cele preexistente în mintea spectatorilor ca expectanțe despre acea situație. Activarea funcțiilor schemelor de scenariu la personaje diferă de cea a spectatorilor. *Suspendată în punctul culminant al disonanței, de maxim efect al stării de vulnerabilitate*, progresia situației nu oferă timp pentru evidențierea la protagoniști a activării tuturor funcțiilor caracteristice schemelor. Exprimată prin habitudini și automatisme (exteriorizări ale unor expectanțe implicite), la protagoniști este evidentă numai *funcția performativă*. Lipsesc funcțiile de anticipare, cea speculativă, cea atribuțională și de testare a adevărului.

Pentru spectatori, expectanța activată de incidentul critic trece rapid în disonanță declanșând funcția de testare a veridicității. Comentariul slogan va stimula și funcția atribuțională. „Realismul” senzorio-perceptiv al limbajului audiovizual asigură credibilitatea la nivelul verosimilului. Prin impactul „*finalului deschis*”, spectatorii vor resimți însă toate funcțiile după vizionare astfel că *incidentul critic se internalizează* la nivelul cogniției și situația exemplificată în spot devine „percepție a riscurilor”. Verosimilitatea (probabilitatea mare a posibilității) situațiilor redată face ca importanța mesajului să nu poată fi ignorată, astfel că pentru spectator, reprezentările vulnerabilității vor intra în repertoriul de expectații („percepții”) ale riscurilor.

## Implicații metodologice

Studiul de față nu este o evaluare exclusivă a situațiilor de risc percepute prin intermediul artefactelor audiovizuale, ci, în primul rând, este o analiză a raportului reprezentare-comunicare-limbaj care potențează construcția percepțiilor sociale. În condițiile în care, formal, limbajul cinematografic este senzorio-perceptiv, „percepția riscurilor” a constituit provocarea și domeniul cu cele mai multe oportunități analitice pentru edificarea metodologiei.

Considerăm că, pentru această primă etapă, obiectivul de a construi o metodologie de cercetare a documentelor audiovizuale a fost în bună măsură atins. Metoda derivată din *observația structurată și analiza de conținut*, riguros aplicată la multidimensionalitatea psiho-formală a limbajului cinematografic, desigur, a impus o grilă multidimensională de evaluare. În construcția teoretică, utilizarea mai multor concepte s-a impus de la sine deoarece, simultan, toate se dinamizează semantic unul pe altul în dramaturgia cinematografică.

Experimentul analitic nu trebuie considerat exhaustiv. Datorită spațiului editorial limitat, în spoturile publicitare, a fost evidențiată numai dramaturgia persuasivă intenționată de emitent, nu și evaluarea efectelor inducției resimțite de spectatori. Studiul a încercat să demonstreze că există un potențial analitic important dacă limbajul cinematografic este abordat prin intermediul conceptelor psiho-sociale interpretate praxiologic.

În domeniul percepției riscurilor, referitor la constructivism ca abordare *framing*, cunoașterea socio-structurală a limbajului cinematografic ar permite studiul comparativ al mai multor documente audiovizuale care redau sincron aceleași evenimente sociale sau istorice. Abordarea numai prin comentariu a unor evenimente înregistrate audiovizual, exclusivitatea acordată de *framing* doar analizei de conținut și comunicării noțional-

verbale nu este acoperitoare. Un real benefic științific ar fi dat de caracterul documentar mai pregnant al limbajului audiovizual care, prin înregistrarea tehnică a faptelor și comportamentelor, surprinde concret perceptiv procesul cauzal-cinematic, praxiologic,

de manifestare a realității. Cunoașterea limbajului cinematografic – concomitent cu analiza altor categorii de documente și mărturii – permite efectuarea de comparații dintre integralitatea obiectivă a realității și incompletitudinea subiectiv eliptică (decupată) a înregistrărilor audiovizuale.

## Bibliografie

- Abric, J.-C. (A. Neculau) (1995) *Reprezentările sociale: psihologia câmpului social*. București: Societatea Știință & Tehnică S.A.
- Berger, P. L. și Luckmann, T. (2008) *Construirea socială a realității: tratat de sociologia cunoașterii*. București: Art.
- Boholm, A. (ed.) (2011) *New perspectives on risk communication: Uncertainty in a Complex Society*. New York: Routledge.
- Bourdieu, P. (1999) *Rațiuni practice: o teorie a acțiunii*. București: Meridiane.
- Brune, F. (2003) *Fericirea ca obligație: Psihologia și sociologia publicității*. București: Trei.
- Bunăiașu, C. M., Negrea, X. și Țenescu, A. (coord.) (2014) *Creativity, Imaginary, Language*. Craiova: Sitech.
- Dinu, E.-L. (2016) Aspects of Media „mass-entertainment” in Contemporary Romania. *Calitatea vieții*, XXVII, 4, 33–40, 294–303.
- Dâncu, V. S. (1999) *Comunicarea simbolică: arhitectura discursului publicitar*. Cluj-Napoca: Dacia.
- Dâncu, V. (2015) România înfricoșată, percepții privind securitatea națională și incidența unor riscuri. *Sinteza*, 16, 21–32, Cluj-Napoca: IRES.
- Fârte, G.-I. (2004) *Comunicarea: o abordare praxiologică*. Iași: Casa Editorială Demiurg.
- Fischhoff, B., Bostrom, A. și Jacobs Quadre, L. M. (2002) *Risk Perception and Communication*. Oxford, UK: Textbook of Public Health, Oxford University Press.
- Goffman, E. (2003) *Viața cotidiană ca spectacol*. București: Comunicare. Ro.
- Iluț, P. (2000) *Iluzia localismului și localizarea iluziei: teme actuale de psihosociologie*. Iași: Polirom
- Lupton, D. (1999) *Risk and Sociocultural Theory: new directions and perspectives*. Cambridge University Press.
- Mareș, L. (1996) Riscurile: un nou domeniu al cercetării sociale. *Revista de cercetări sociale*, 1–2, 56–76.
- Marinescu-Nenciu, A. P. (2014) Image Perception in the Realm of Media Manipulation. The Misleading Use of Newspaper Images. *Cinematographic Art & Documentation*, 9, 13, 8–16. Disponibil la <https://cinematographicart.ro/>. Accesat în 23 februarie 2018.
- Martin, M. (1981) *Limbajul cinematografic*. București: Meridian.
- McLuhan, M. (1975) *Galaxia Gutenberg*. București: Politică, 266.
- McLuhan, M. (2005) Inside the Five Sense Sensorium, în D. Howese, *Empire of the Senses: The Sensory Culture Reader*, Oxford: Berg.
- Melechi, A. (2016) *Film and academic psychology: the power of cinema*. Amity University. Disponibil la [www.timeshighereducation.com](http://www.timeshighereducation.com). Accesat în 4 aprilie 2018.
- Otieno, C., Spada, H. și Renkl, A. (2013) *Effects of News Frames on Perceived Risk, Emotions, and Learning*. *Journals.plos.org*, November 4. Disponibil la [//doi.org/10.1371/journal.pone.0079696](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0079696). Accesat în 28 martie 2018.
- Rovența-Frumușani, D. (2004) *Analiza discursului: ipoteze și ipostaze*. București: Tritonic.
- Szabo, A. (2007) Construcția socială a conceptului de risc, în D. Buzducea (coord.), *Riscuri la tineri. Studiu de caz: adolescenții cu HIV/SIDA din România*, București: Universității din București, 38–54.
- Turliuc, M. N. (2004) *Imaginar, identitate și reprezentări sociale*. Iași: Universității „Alexandru Ioan Cuza”.
- Zamfir, C. (2005) *Incertitudinea: o perspectivă psihosociologică*. București: Economică.
- Zeca-Buzura, D. (2009) *Veridic. Virtual. Ludic: Efectul de real al televiziunii*. Iași: Polirom. Disponibil la [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Accesat în 2014–2016.