

Avatarurile televiziunii asupra dezvoltării copiilor

Dinu Hanibal Dumitrașcu

Universitatea din București

Dintre mass-media, cel mai mare impact îl are televiziunea. Ca sistem informațional și ca mijloc tehnic, televiziunea este o invenție a minții omenesci care în sine nu este negativă, dar modul în care ea este folosit a transformat-o într-o certă sursă de manipulare.

Există din ce în ce mai multe victime, îndeosebi printre copii, ale programelor de televiziune care promovează, în pofida reglementărilor ori a monitorizărilor Consiliului Național al Audiovizualului, agresivitatea și violența sub toate formele lor.

Televiziunea, principalul instrument al mass-media

După 1989 și în special după jumătatea anilor '90, fenomenul televiziunii a cunoscut o expansiune foarte mare și în România. În acest moment există o plajă extrem de largă de posturi de televiziune, care acoperă o serie de domenii foarte vaste. Astfel, putem menționa de la posturi de televiziune generaliste până la posturi dedicate muzicii, documentarelor sau desenelor animate. Dezvoltarea televiziunii a însemnat și o explozie informațională, televiziunea preluând multe dintre rolurile educative pe care multă vreme le-a avut familia și școala. Extinderea televiziunii și puterea reprezentată la ora actuală de către aceasta sunt unanim recunoscute. Însă cu ce risc?

Dintre mijloacele mass-media, cel mai mare impact îl are televiziunea. Ca sistem informațional și ca mijloc tehnic, televiziunea este o invenție a minții omenesci – care, în sine, nu este negativă, dar modul

în care ea este folosită o transformă într-o veritabilă sursă de manipulare.

Societatea în care trăim a intrat în așa-numita eră a comunicațiilor, în care informația circulă foarte repede, iar un program de televiziune este creat pentru a produce bani. Nu de puține ori rentabilitatea stă la baza producțiilor de televiziune, fie ele filme, emisiuni de divertisment sau banalele (așa cum le consideră mulți) desene animate. Obținerea cu orice preț a audiențelor a determinat societatea civilă, părinții, precum și factorii de decizie competenți în domeniul monitorizării audiovizualului românesc să ridice o serie de semne de întrebare asupra limitelor admise în privința unor comportamente promovate prin intermediul micului ecran, dar, mai ales, a impactului pe care acestea îl pot avea asupra educației copiilor și adolescenților. Pe tema violenței în exces de orice fel, a pornografiei sau a promovării unor comportamente imorale promovate de televiziune au avut loc numeroase dezbateri.

Televiziunea din România fiind relativ tânără, atracția și interesul sunt mari, într-un raport direct proporțional. În ultima perioadă, în presă sunt tot mai numeroase cazurile de copii care au comis acte anti-sociale grave, invocând ca motive copierea parțială sau în amănunt a diverselor scene sau a unor personaje văzute la televizor. Au fost menționate cazuri extreme în care un frate și-a ucis sora pentru că așa a văzut el la televizor. Chiar și în viața de zi cu zi, în realitatea imediată, putem vedea cazuri de copii care-și imaginează fel de fel de personaje ireale și fantastice (exemple de copii care își amenință părinții că sar pe geam [pentru că ei se cred Batman] ori le povestesc cu lux de amănunte cum vor sări de la balcon cu umbrela deschisă pentru că așa au văzut într-un episod de desene animate).

Situația este evidentă, iar cazurile de comportamente extreme din partea copiilor sunt relatate din ce în ce mai des. Atunci când la televizor sunt promovate o serie de personaje, care sfidează prin opulența lor, prin banii pe care îi au și lasă impresia că acela poate fi un ideal în viață, nu trebuie să surprindă pe nimeni dacă copiii cred că lipsa educației sau a școlii nu reprezintă o premisă pentru a reuși în viață. Numeroase vedete de carton, produse exclusiv ale media, lasă impresia că „iată, deși nu ai școală, poți avea bani și faimă” (!).

Mass-media (din latinescul *medium*, la plural *media*, adică mijloace) sunt în general definite ca suporturi tehnice ce servesc la transmiterea mesajelor către un ansamblu de indivizi separați. Într-o anumită măsură este vorba despre mașini introduse în procesul de comunicare pentru a reproduce scrisul (tipografia) sau pentru a prelungi simțul văzului și al auzului – televiziunea, radioul, filmul (Rieffel, 2001).

Autorii *Dicționarului mass-media* susțin că termenul *media* se referă simultan la o tehnică anume, la un mod de folosire a acestei tehnici, la un public determinat,

la instituțiile specifice și la anumite genuri sau forme de exprimare (Balle, 1997).

Dacă în cazul comunicării este vorba despre un schimb, o relație și deci un proces, dacă mass-media reprezintă un mijloc și un releu, informația în ceea ce o privește exprimă conținutul schimbului dintre emițător și receptor. Cuvântul *informație* este un derivat al lui *a informa*, provenit din latinescul *informare*, care înseamnă *a da formă*. Informația poate fi înțeleasă ca un stoc de date (mesaje, semnale, simboluri) care se transformă prin procesul de comunicare.

Fenomenul de comunicare mediatizată, susține Rémy Rieffel, a oferit prilejul mai multor modele simplificatoare care încearcă să descrie, să înțeleagă și să explice circulația mesajelor și a simbolurilor.

În *Dicționarul de Sociologie*, noțiunea mass-media este definită ca „termen consacrat mai întâi în limba engleză referitor la mijloacele de comunicare în masă ; setul de tehnici și metode de transmitere de către furnizorii centralizați a unor mesaje unei audiențe largi, eterogene și dispersate geografic” (Zamfir, Vlăsceanu, 1993).

Fenomenul atât de complex și contradictoriu al comunicării de masă a cunoscut numeroase tipuri de definire și numeroase perspective de clasificare. Astfel, comunicarea de masă este orientată către audiențele largi, eterogene, care nu sunt cunoscute de către comunicator ; mesajele sunt transmise în mod public și sunt calculate astfel încât să ajungă repede la public, câteodată chiar în mod simultan ; uneori ele nu au caracterul unor documente înregistrate. În sfârșit, comunicatorul tinde să fie integrat și să acționeze în organizații formale, care implică mari cheltuieli.

Funcțiile mass-media

De-a lungul timpului, mulți teoreticieni ai comunicării în masă au identificat mai multe funcții ale mass-media. Astfel, diverși autori

au menționat ca principale funcțiile de informare, de culturalizare, de socializare, de formare a opiniei publice, de divertisment și, nu în ultimul rând, cea educativă.

Funcția de informare. Mass-media reprezintă unele dintre cele mai utilizate surse de informații. Acestea fac posibilă o circulație fără precedent a informațiilor de tot felul, care ajung cu mare rapiditate la oameni, sporind considerabil accesul acestora la o lume necunoscută, inaccesibilă sau greu accesibilă în anumite condiții.

Indivizi aparținând unor categorii sociale diferite obțin, pe această cale, informarea generală, înțelegerea realității înconjurătoare și orientarea socioprofesională. Prin intermediul mass-media, ei intră în relație cu lumea și sunt ținuti la curent cu evenimentele care se petrec sau cu tendințele care se manifestă la nivelul societății. De asemenea, oamenii au la dispoziție un spectru larg de programe și emisiuni, având astfel acces la o importantă sursă de informare. De aceea, mass-media este considerată un sistem de informații accesibil majorității indivizilor.

Informațiile instrumentale: Profitând de o grevă de câteva luni (prin anii '40) a ziariștilor din New York, sociologul B. Berelson a urmărit reacțiile publicului, obligat să facă apel la programele radio pentru a obține informațiile dorite. În studiul *Ce înseamnă lipsa ziarelor*, el a precizat că cititorii nu deplâneau atât absența informațiilor generale, cât pe cea a datelor referitoare la programele cinematografelor și ale teatrelor, la transportul urban, la starea vremii, la noutățile din magazine, la cotațiile bursiere etc. Aceste rubrici ale ziarelor, privite în mod obișnuit cu dispreț de către ziariști, constituie, de fapt, o zonă prioritară de interes pentru public. Grație unor asemenea știri, oamenii se orientează în „jungla” marilor orașe, dobândesc instrumentele informaționale prin

care controlează mediul imediat și pe baza cărora își organizează viața de zi cu zi.

În cazul informațiilor de prevenire, mesajele presei nu prezintă numai ceea ce s-a petrecut deja (orientare retrospectivă), ci și ceea ce s-ar putea întâmpla (viziune prospectivă). În plus, deoarece descrierea unui eveniment nu epuizează implicațiile și consecințele sale, informațiile furnizate de mass-media includ și o dimensiune anticipativă. În această categorie sunt deosebit de familiare și utile publicului larg datele referitoare la starea vremii sau prognozele economico-financiare.

Funcția de culturalizare. Încă de la o vârstă fragedă, copiii sunt modelați de mediul social în care trăiesc. Treptat, ei dobândesc și asimilează normele de comportament, interdicțiile, prescripțiile și restricțiile, valorile, reprezentările simbolice și categoriile de gândire specifice colectivității lor. Acest proces de „enculturare” a fost, timp de milenii, controlat în mod exclusiv de familie, de mediul social imediat (rude, vecini, prieteni) ori de instituțiile religioase și, ulterior, școlare.

Odată cu creșterea influenței mass-media în societate, aceasta a devenit un adevărat difuzor de cultură, introducând valorile în circuitul destinat publicului larg. Acestea au preluat, astfel, din atribuțiile privind transmiterea valorilor și a modelelor culturale care au revenit mult timp familiei și școlii. Astfel, prin schimbarea condițiilor, apare cultura de masă ca urmare a faptului că un număr mare de indivizi intră în contact cu valorile, fără intermedierea școlii sau a altor instituții abilitate.

În prezent, prin conținuturile distribuite de mass-media, circulă și se fixează normele de comportament general acceptate, altfel spus „convențiile tacite” ale societății, privind modelele culturale de formare a gândirii sau de determinare a comportamentului.

Funcția de socializare. Prin mesajele emise, mass-media inoculează receptorilor valorile, opiniile, concepțiile, convingerile, atitudinile, normele, regulile și stereotipurile acceptate în general de societate. Mass-media își asumă în mod explicit, un rol mai mare în socializarea indivizilor. Fiecare individ poate cunoaște și înțelege modul de viață și concepțiile celorlalți, marile probleme cu care se confruntă societatea, așteptările și aspirațiile acesteia. În acest mod, mass-media se afirmă și ca un veritabil liant social.

Funcția de formare a opiniei publice. Mass-media se constituie într-o tribună de dezbateri a principalelor probleme ale vieții cotidiene, asupra cărora se pronunță persoane cu concepții dintre cele mai diferite, un forum unde indivizii sau diversele grupuri sociale își pot face cunoscute opiniile. Importante sunt, în acest context, interpretarea și judecata de valoare la care sunt supuse controversele apărute. Astfel, aportul mass-media la formarea sau remodelarea opiniei publice, a atitudinilor și comportamentelor este semnificativ și indiscutabil.

Funcția de divertisment. Această funcție a devenit, în ultimul timp, din ce în ce mai importantă, deoarece oamenii își găsesc în mod frecvent distracția, recreerea, relaxarea, în primul rând în fața micului ecran. Mass-media și televiziunea în mod special nu oferă doar prilejuri de delectare, de destindere, ci creează și o ambianță compensatorie, care permite refacerea echilibrului psihic al omului.

Numeroși autori au vorbit chiar despre un rol psihoterapeutic al televiziunii, deoarece produce o reacție de eliberare a individului, prin proiectarea și trăirea simbolică a unor emoții refulate sau a unor conflicte nerezolvate, care îi perturbă viața psihică. Televizorul este până la urmă cel mai ieftin, comod, accesibil și divers mijloc

de divertisment, creează o lume în care telespectatorul poate evada, eliberându-se temporar de frustrările și de neîmplinirile din viața reală. Tocmai de aceea, toate produsele mass-media ce dețin recorduri de audiență răspund tocmai acestor nevoi de refulare și de relaxare ale indivizilor.

În societatea modernă, pe măsură ce timpul liber rămas la dispoziția individului a crescut, categorii tot mai largi ale populației au început să folosească mass-media ca principal furnizor de bunuri destinate ocupării timpului liber.

Funcția educativă. Alături de școală, mass-media ocupă un rol important în sistemul factorilor educativi, adăugând dimensiuni noi eforturilor generale de formare și dezvoltare a personalității umane. Aportul educativ este reprezentat în două moduri: implicit și explicit (Cerghit, 1972). Elementul educativ este implicat în realizarea informării, culturalizării sau socializării individului. În afara acestor posibilități educative spontane, eterogene, mass-media sunt utilizate pentru realizarea unei educații explicite, a unei acțiuni declarate în mod intenționat ca fiind educativă.

Ereditate, mediu, educație

Se vorbește foarte mult despre puterea modelului atunci când un copil adoptă, prin imitație, un anumit comportament care i se pare foarte aproape de convingerile lui. Alegerile făcute de către copii nu se fac deloc întâmplător și țin de personalitatea acestora, personalitate care este, de fapt, rezultatul celor trei factori: ereditate, mediu și educație. Toate acestea asigură fiecărui om caracteristica de a fi unic, tocmai în funcție de experiența personală pe care fiecare o are în viață. Astfel, dezvoltarea psihică a fiecărui individ este dată de interacțiunea factorilor interni și a celor externi.

Mediul și educația sunt factori externi, care sunt constituiți din totalitatea acțiunilor și influențelor ce se exercită din exterior asupra formării și dezvoltării personalității umane. Factorii interni sunt constituiți din totalitatea condițiilor care mijlocesc și favorizează dezvoltarea psihică, iar aceștia țin de predispozițiile ereditare ale fiecărui individ.

Ereditatea este rezultatul însumării influenței condițiilor de mediu de-a lungul generațiilor și reprezintă proprietatea organismelor vii de a transmite anumite caractere de la antecesorii la succesori. La om ereditare sunt două categorii de trăsături: conservatoare (ale speciei umane și de generație) și variabile (ale fiecărui individ în parte).

Zestrea ereditară constituie o premisă necesară pentru dezvoltarea psihică. Ea nu produce direct aptitudinile și atitudinile, capacitățile și interesele, caracterul și concepția despre lume ale individului. În aceste faze ale dezvoltării se ajunge numai prin mijlocirea mediului și a educației. În fazele de început ale dezvoltării, acțiunea factorilor ereditari este mai pregnantă, iar efectele ei mai ușor vizibile. La vârste mai târzii, influența lor devine mai puțin evidentă, ea contopindu-se cu experiența deja achiziționată.

Mediul, ca factor al dezvoltării umane, este și mai profund implicat în formarea psihicului uman, oferind materialul de construcție. În sens larg, mediul cuprinde ansamblul elementelor naturale, sociale, culturale ce ne înconjoară și cu care omul se află în interacțiune permanentă, pe tot parcursul vieții sale. Factorii de mediu acționează în anumite contexte sau cadre sociale – grupurile familiale, de joc, de învățatură – care constituie și ele tot atâtea medii.

Din punctul de vedere al tipului de influențe exercitate din partea factorilor

de mediu distingem influențe ale mediului proximal (persoane și situații cotidiene) și influențe ale mediului distal (mass-media, Internetul). Acțiunea factorilor de mediu, la fel ca și cea a eredității, este una de factură aleatorie, probabilistică, putând fi în egală măsură o șansă a dezvoltării sau un blocaj al acesteia.

Mediul devine sursă a dezvoltării psihice prin faptul că oferă individului circumstanțe și condiții concrete de viață, obiecte, informații și modele de conduită, susceptibile a fi percepute și învățate.

Educația este o componentă a mediului social, dar se opune influențelor întâmplătoare ale mediului prin caracterul conștient, sistematic, planificat, de exercitare a influențelor formative într-un cadru instituționalizat, printr-un personal pregătit în acest sens. Educația presupune a scoate individul „din starea de natură” și a-l introduce „în starea de cultură”. Despre rolul său, puterea educației și ponderea ei în dezvoltarea psihică a omului s-au formulat, de-a lungul timpului, diverse concepții și teorii. Formarea omului ca om – iar în acest proces, rolul, posibilitățile și limitele educației – este o problemă care s-a discutat și se discută intens. Atitudinile posibile în problema eficienței educației sunt: pozitive, limitat pozitive și negative. Educației îi revine rolul conducător în formarea și dezvoltarea personalității, deoarece organizează într-o manieră optimă influențele factorilor de mediu și, în același timp, depistează predispozițiile ereditare, le diferențiază și le grăbește intrarea în funcțiune, suplimentându-le forța.

Comportamentul, în concepția lui Albert Bandura, este controlat atât de persoană, prin intermediul proceselor cognitive, cât și de mediu, prin stimulii sociali. Omul nu este nici obiect pasiv al influențelor externe, nici subiect liber de orice determinare. Omul și mediul său se determină

reciproc. Răspunsul la stimulii exteriori depinde atât de stimuli, cât și de anticipări, care sunt rodul experiențelor anterioare. Întărirea nu schimbă automat comportamentul, ci numai în măsura în care subiectul anticipează întărirea pe care o va provoca rezultatul comportamentului. Cu excepția reflexelor necondiționate, tot comportamentul nostru este rezultatul învățării.

Învățarea realizată în copilărie are o influență mai mare decât cea de la vârsta adultă. Standardele interne se configurează în copilărie, dar pot fi modificate ulterior.

Violență și agresivitate în programele TV

Televiziunea constituie principalul mijloc de informare în masă. În aceste condiții, televiziunea poate fi răspunzătoare pentru influențarea comportamentelor oamenilor și ale copiilor în mod special. Televiziunea poate avea o influență puternică în dezvoltarea sistemelor de valori și a comportamentului la copii. Din păcate, mare parte a emisiunilor de televiziune de azi sunt violente. Mai multe studii desfășurate de UCLA (Universitatea din Los Angeles, California) „au descoperit că, astfel, copiii pot deveni «imuni» la oroarea violenței; treptat, pot accepta violența ca pe o modalitate de a rezolva problemele; pot imita violența pe care au văzut-o la televizor; și se pot identifica cu anumite personaje, victime și/sau atacatori”.

Copiii, de exemplu, asimilează sau își întăresc treptat norme de comportament, prescripții, interdicții, restricții, reprezentări simbolice, altfel spus, convențiile societății. Mass-media îi sensibilizează la problemele cu care se confruntă comunitățile din care fac parte, le dezvoltă convingerile sociomorale sau îi ajută la adoptarea unor standarde de comportament socialmente convenabile și dezirabile. Mesajele lor se

alătură influențelor specifice altor instituții cu atribuțiuni în acest sens, care funcționează în domeniul culturii sau al educației. Circulația acestor mesaje contribuie la instituirea unui nou mod de interacțiune socială (Albulescu, 2003).

Pasivism și activism în receptarea mesajelor

Cunoașterea presupune o desfășurare procesuală și un comportament activ din partea subiectului, care devine, datorită acestui activism, un constructor al propriilor structuri intelectuale.

J. Piaget a demonstrat faptul că un rol important în dezvoltarea intelectuală îl au operațiile efectuate în cadrul proceselor de achiziție și interiorizare. Acestea reprezintă procesul activ al gândirii care nu trebuie privită ca o colecție de date, ci ca un joc de operații menite să asigure progresul intelectual. Efectele instructiv-formative ale informării depind, în mod direct, de gradele de angajare și de participare ale celui ce învață. Experiențele de învățare activ-participative sunt cele mai productive sub aspectul dezvoltării trăsăturilor de personalitate.

În SUA, copiii se uită la televizor, în medie, trei sau patru ore pe zi. Academia Americană de Pediatrie sugerează că aceștia să nu se uite la televizor mai mult de două ore pe zi. Chiar și în această limită de timp, până la terminarea școlii primare ei vor fi fost martori la 8.000 de crime și la mai mult de 100.000 de alte acte de violență. La televizor, făptașii scapă nepedepsiți în 73% dintre scenele violente și numai 4% dintre emisiunile violente subliniază o temă antiviolentă. Văzând atâtea acte de violență, copiii devin insensibili.

Studiile consacrate comunicării mediatice s-au concentrat asupra modului în care are loc receptarea mesajelor de către

public, dacă acesta receptează mesajele transmise de mass-media pasiv sau manifestă un comportament activ față de acestea.

În unele studii privind comunicarea în masă există opinia potrivit căreia comportamentul publicului față de mesajul transmis este unul pasiv. Departate de a stimula indivizii din punct de vedere intelectual, mass-media induce o stare de pasivitate în receptarea oricărui tip de mesaj. Una dintre explicații ar putea fi aceea a fluxului mare de informații, care nu îi lasă receptorului timp de meditație. De altfel, cu cât vizionarea programelor de televiziune este mai îndelungată, cu atât scade participarea intelectuală a indivizilor, chiar dacă participarea afectivă continuă să se mențină la cote ridicate. Factorul rațional este aproape eliminat, la fel atitudinea critică.

Mijloacele de comunicare moderne, susține J. Habermas, pun stăpânire pe public, căruia îi refuză orice distanțare emancipatoare, adică posibilitatea de a lua cuvântul și de a contrazice. Exercițarea rațiunii de către membrii publicului receptor tinde să dispară.

Alți autori precum G. Reisman sau J. Ellul au reproșat comunicării de masă faptul că nu angajează un efort susținut de raportare activă la conținutul mesajului din partea receptorilor, care riscă să accepte totul, să creadă totul.

„Asimilarea mesajelor audiovizuale fără efort personal de gândire critică, constructivă, originală, prin simpla reținere, conduce la pasivitate intelectuală, apatie și superficialitate” (Albulescu, 2003, p. 135). În cursul vizionării programelor de televiziune, de exemplu, spectatorul este „dirijat” de succesiunea rapidă a imaginilor și este „obligat” să recepteze pasiv mesajele, fără răgazul necesar pentru a le prelucra și integra într-un sistem. Potrivit lui Paul Lazarsfeld și Robert Merton (1972), fluxul permanent de mesaje difuzate de către

mass-media nu lasă timp de reflecție și de analiză critică.

Punctele de vedere asupra creativității nu au fost susținute de cei care considerau că receptarea mesajelor este un proces activ, deoarece expunerea la astfel de mesaje este o activitate complexă, ce presupune o serie de operații. Sporirea cunoașterii și dezvoltarea intelectuală sunt consecințele implicării active. Oamenii selectează informațiile, le prelucrează și le integrează în propria structură cognitivă, folosindu-le mai apoi pentru a da sens lumii înconjurătoare. În procesul de receptare, sensul se produce în întregime la receptor. Receptarea mesajelor mediatice nu înseamnă asimilarea pasivă a unor semnificații preconstituite și impuse, dimpotrivă, presupune operații de selectare și descifrare, de interpretare și integrare a informațiilor astfel obținute.

Procesul receptării mesajelor comunicării de masă, arată Gina Stoiciu (1981), presupune următoarele etape: selecția, expunerea, perceperea (înțeleasă ca înregistrare conștientă), retenția, raportarea noilor elemente cognitive la cele dobândite anterior și integrarea lor în structurile cognitive proprii subiectului. Receptorul se manifestă activ în primul rând prin expunerea selectivă la media (emițător) și prin percepția selectivă a mesajelor (atunci când decide din ce sursă dorește să obțină informații și ce fel de informații dorește să obțină). Unele informații sunt reținute, altele sunt respinse, de aceea comunicarea de masă are ca efect o „asimilare prin diferențiere” și nu o „asimilare-nivelare”.

M. Levz și S. Windhal (1985) consideră că receptorii operează tot timpul selecții, înaintea, în timpul și după expunerea la mesajele transmise de mass-media. Înaintea expunerii, ei selectează ceea ce doresc să consume. Tot selectiv procedează membrii audienței și în timpul expunerii, atunci

când percep și interpretează mesajele, în funcție de stările și interesele cognitive.

Asimilarea informațiilor dobândite presupune o decodificare a mesajelor, o interpretare și o acordare de sens, prin raportare la ceea ce este deja cunoscut, la cultura personală și la structurile comportamentului individului (cognitive, afective, motivaționale). În funcție de acești determinanți este procesat conținutul informațional.

Modelarea comportamentului de către mass-media

Mass-media difuzează imagini, idei, evaluări la care membrii audienței apelează atunci când își construiesc propria linie de comportament. Pun în circulație, de multe ori neintenționat, un anumit punct de vedere despre ceea ce trebuie acceptat sau respins, iar acest punct de vedere poate fi integrat de către indivizii receptori în propriile concepții despre ceea ce este corect sau incorect (McQuail, Windahl, 2001).

Personajele din filme întruchipează personalități și caractere, ce pot constitui subiecte de analiză și reflecție. Cu deosebire, copiii și adolescenții – observă Ioan Cerghit – își confruntă propriile gânduri, sentimente și acțiuni cu cele ale modelelor. La vârsta preadolescenței și adolescenței, atunci când încep să se formeze idealurile morale și de viață, elevii caută contactul cu mass-media și din nevoia de a se forma ca oameni. De multe ori, în imaginea unor personaje care evoluează pe ecran, ei văd adevărate modele, adevărate simboluri de viață și de conduită care întruchipează la modul cel mai activ calități deosebite de inteligență, trăsături de violență și de caracter, de competență profesională etc., pe care tind cu ardoare să și le apropie.

Procesul de imitare este posibil pe fondul existenței unor disponibilități interne, potențate de către structurile psihice proprii

individului (cognitive, afective, motivaționale, voliționale), susținerea și realizarea acțiunilor specifice modelului ales. Există și riscul unei identificări exagerate, al unor preluări necritice, cu consecințe negative în plan caracterial și comportamental.

Numeroase cercetări au scos în evidență faptul că mass-media oferă modele simbolice pentru aproape toate formele de comportament. Procesul de imitare se realizează în mai multe etape, după cum arată Melvin L. DeFleur și Sandra Ball-Rokeach (1999):

- a. individul observă o persoană (modelul) care se înscrie într-un anumit pattern de acțiune;
- b. observatorul se identifică cu modelul, crede că este la fel cu acesta sau dorește să fie ca el, considerându-l a fi demn de imitat;
- c. observatorul ajunge să fie convins că acel comportament manifestat ca model va fi funcțional și în ceea ce-l privește, în sensul că, odată adoptat, într-o situație asemănătoare va aduce rezultatul dorit;
- d. atunci când se află efectiv într-o astfel de situație, individul își amintește acțiunile modelului și reproduce comportamentul acestuia;
- e. executarea acțiunii aducătoare de recompensă sau satisfacție și, prin urmare, consolidarea convingerii în viabilitatea patternului comportamental;
- f. consolidarea pozitivă mărește probabilitatea ca individul să reproducă în mod repetat respectivul pattern comportamental.

Televiziunea – creator de ucigași cu sânge rece

Cazurile de copii care ajung să manifeste comportamente extreme sunt numeroase. Multe dintre acestea sunt adesea reflectate în presă. Astfel, mai departe voi prezenta o serie de exemple concrete de copii al

căror comportament este evident unul deviant, sursa acestei situații fiind chiar mass-media (în special televiziunea).

Unul dintre cazurile care mi-a atras atenția, a fost acela al unui copil din Alexandria, care și-a ucis sora, copiind un comportament dintr-un film de groază văzut la televizor. În continuare voi reproduce câteva fragmente dintr-un articol de presă care prezintă acest caz cutremurător. Deși copilul are vârsta de 13 ani, nu este foarte mare comparativ cu vârsta analizată în cadrul acestei lucrări.

Asasinul în vârstă

de 13 ani: „În timp ce dormeam, am lovit-o cu cuțitul”

Luni dimineața, o știre tulburătoare a fost propagată de ziare și televiziuni: un copil în vârstă de numai 13 ani și-a ucis cu mai multe lovituri de cuțit sora mai mică. Victima avea 9 ani și a fost lovită mortal în timpul somnului. Orice om normal se întreabă: Ce poate determina un copil să se transforme într-un ucigaș fără milă? Nu există nici un răspuns. Nu poate fi oferită nici o explicație care să satisfacă pe deplin și să răspundă la toate întrebările care le ridică acest caz. Tehnic, copilul susține că a rețut în somn secvențe dintr-un film pe care îl văzuse cu trei zile înainte de crimă. Filmul se numește „Scream 3” (...)

„Scream 3”

Din punct de vedere psihologic, acțiunea acestei povești începe vineri seara, când pe HBO este difuzat filmul „Scream 3”. Florin G. l-a văzut la televizor, și imaginile au început să lucreze în subconștientul său. El este un copil introvertit. Petrece ore întregi la un Internet Café, jucând on-line celebrul „Counter”. Iese foarte rar să se joace și frecventează puțin grupurile de colegi. La școală nu este un elev strălucit, la matematică are media 6, foarte puțin

pentru clasa a VII-a, și nu are nici o medie de 10. Diriginta îl pune să stea în prima bancă, dar nu pentru că este cel mai bun elev. Ștefania, sora lui Florin, avea 9 ani, dar rezultatele ei școlare sunt mult peste medie, de fapt era printre premianții clasei ei (...)

Duminică seara, Ștefania a adormit la televizor. Unul dintre părinți a dus-o pe brațe până în patul ei. Filmul de pe Antena 1, „Spioni în vacanță”, nu i-a trezit interesul lui Florin, și acesta era și el foarte obosit, pe jumătate adormit, la ora 22.10, când s-a dus în pat. Psihologia și studiul viselor arată că îți trebuie câteva ore de somn înainte de a te afunda complet într-un vis. Când un coșmar te trezește fără să știi ce-i cu tine, înseamnă că ai dormit câteva ore bune. Totuși, în jurul orei 23.05, Florin se ridică din pat, parcurge aproape 13 metri până la vitrina din sufragerie în care tatăl său ținea, într-o teacă de piele, un cuțit de vânatoare, amintire de familie. Copilul spune că visa și gestul de a se duce exact spre acel cuțit sugerează un element instinctual. Este clar că maiorul nu le permitea copiilor să se joace cu acea armă și, natural, băiețelul visa să atingă cuțitul interzis. Înarmat, se întoarce lângă patul surorii sale. Ștefania dormea pe o parte, cu spatele spre Florin și învelită complet cu plapuma. Băiatul lovește de 10 ori cu cuțitul prin plapumă. Șapte din aceste lovituri au atins spatele fetei, trei au fost penetrante și au atins ambii plămâni. Florin nu este împroșcat de sânge pentru că fetița nu a apucat să se dezvelească.

„Scream 4” de Teleorman

Înspăimântată, fetița strigă după ajutor și fuge în dormitorul părinților. Tatăl său o vede plină de sânge, cheamă o salvare și pleacă spre Spitalul Județean. La spital rămân Ștefania și mama ei. Fetița moare, în timp ce tatăl se întoarce spre casă. Florin a făcut un gest greu de explicat

după ce a mânuit cuțitul. Speriat de strigătele fetei, aruncă arma în pat. Orice copil trezit dintr-un coșmar fugе spre camera părinților, Florin însă, iese din apartament, urcă un etaj și se ascunde în casa liftului. Aici îl găsește tatăl său când se întoarce de la spital. Copilul este dus la Parchetul Județean, audiat, eliberat, audiat din nou de procurorul criminalist Eduard Nedelcuță în cursul serii de luni și apoi internat la spitalul din capitală.

Mărturia unui copil devenit criminal

Relatăm în premieră despre un document foarte important pentru societatea în care trăim: declarația pe care a dat-o Florin G. în fața procurorului criminalist (...) Nu este vorba că Florin G. este un monstru cu sânge rece, incapabil să simtă suferința pe care o provoacă oamenilor din jurul său. Studiul psihologiei copiilor arată că o minte imatură nu are discernământ atunci când își alege modelele pe care le urmează. Personajul negativ sau cel pozitiv dintr-un film sau dintr-un desen animat intră în matricea minții minorului cu foarte mare ușurință. Copilul îl imită la fel de ușor pe Vader, monstrul din „Războiul Stelelor”, chiar dacă sistemul educațional îl indică drept exemplu de urmat pe simpaticul căpitan Luke. Mimetismul este cea mai bună modalitate de educație a unui copil. Într-o lume modernă, care propune o paletă de milioane de exemple pozitive și negative, copilul ajunge să imite, de multe ori inconștient, anumite gesturi.

Florin G. indică, în momentul descrierii visului ucigaș, un portret exact al personajului din seria horror „Scream”. Seria americană face parte din clasicele genului, folosind (ca și „Halloween” sau „Coșmarul de pe Elm Street”) tipare ușor de identificat. Victimele predilecte ale ucigașului sunt elevi de liceu, frumoși, dezghețați, provenind din familii bune, tineri pe care îi simpatizezi la începutul filmului și îi plângi când sunt sfârtecați de monstru.

Ucigașul are o costumație ușor de identificat. În „Scream”, asasinul poartă o peleurină neagră și o mască ce sugerează un craniu uman deformat de un strigăt de groază, de aici și titlul seriei „Scream” (adică Strigătul). Modelul monștrilor din aceste serii este ales după îndelungi studii psihologice, începute în anii de glorie ai benzilor desenate, 1930-1940. Eroii propuși de editurile americane nu aveau fețe ușor identificabile, pe atunci personajele nu aveau plete sau cercei, tatuaje... Realizatorii lui „Superman” au descoperit o chestie genială și au îmbrăcat eroul într-un costum total aparte, purtat doar în momentele în care salva omenirea. Reversul acestei tehnici de identificare este folosit în „Scream”, „Halloween” sau „Elm Street”. Cazul lui Florin G. ne-ar putea face să credem că soluția comercială americană are efectul scontat. În materialul de alături noi propunem și alte soluții, în afară de cea rezultată din declarația directă dată de copilul ucigaș. El spune că s-a trezit retrăind o secvență dintr-un film care i-a influențat subconștientul. Nu intrăm în cazuistica occidentală, ci ne limităm doar la cea românească, luând în vedere faptul că un copil român cunoaște, aproximativ în 18 ani de viață, cam tot atâtea personaje câte cunoaște un copil american în primii 11 ani de viață. Cam asta este proporția între asaltul mediatic dintre o țară superdezvoltată și țara noastră. De aceea, un român influențat de filme, jocuri pe Internet sau reviste are o vârstă mai mare decât unul american.

Desenele animate și metamorfozele unui copil de cinci ani

La doar cinci ani, un copil supradotat a fost izgonit de la trei grădinițe. Motivul, micuțul este incapabil să-și găsească un

loc printre cei de vârsta lui, din cauza violenței de care se folosește în toate împrejurările. Copilul provine dintr-o familie de oameni simpli. Doi părinți din orașul Slatina au o problemă cu care s-ar putea confrunta din ce în ce mai multe familii din România. Îngrijorarea lor a căpătat proporții atunci când evidențele au fost tulburătoare. Educatoarele de la trei grădinițe le-au sugerat să-i dea medicamente, ca să-și potolească fiul, iar medicul de familie le-a recomandat să-l ducă la psiholog. Micuțul știe să scrie și să citească la doar cinci ani. Este pasionat de geografie și de matematică și are un vocabular bogat. Ar vorbi despre capitalele Europei minute în șir. Câteodată se uită pe Discovery, dar obsesia lui sunt desenele animate. Vrea să cunoască tot ce e nou, să fie provocat intelectual, este deschis spre orice fel de informație (...) Unii psihologi spun că puștiul copiază ceea ce vede la televizor, fiind lăsat toată ziua în fața ecranului.

Transformarea micuțului într-un adevarat „pericol social” s-a produs brusc. Uitându-se ore în șir la desene animate, acesta a început să folosească replicile și

amenințările personajelor negative. N-a rămas imun la modelele comportamentale ale creaturilor malefice sau ale superiorilor, care își rezolvă conflictele numai prin violență. A început să-și impună convingerile prin forță fizică, a devenit irascibil, reacționând cu pumnul la tot ce nu-i era pe plac. În societate, joacă frecvent rolurile personajelor preferate. Distincția între bine și rău aproape că a dispărut, iar între realitate și ficțiune granița a devenit din ce în ce mai transparentă.

Cazurile prezentate sunt expresia unei profunde neliniști în ceea ce privește mijloacele și modelele educaționale ale copiilor în societatea românească. Lipsa de angajare a părinților, ineficiența demersului educatorilor și constrângerile unei societăți ce promovează angoasa, anxietatea, înstrăinarea, pierderea de sens în ceea ce privește dezvoltarea umană, sunt motive, factori care împiedică dezvoltarea armonioasă a copilului. Chipul și viitorul copilului intră uneori în matricile deformatoare ale televiziunii și Internetului, făcând din acesta, potrivit expresiei lui J. Baudrillard, un *masin*, un produs automatizat, o prelungire a fantasmelor pe care le produce mass-media.

Bibliografie

- Albulescu, Ion. (2003). *Educație și mass-media*, Cluj: Editura Dacia.
- Balle, Fr. (1997). *Dictionnaire multimedia*, în Ch. Letenturier (coord.), Paris: Eyrolles.
- Bandura, A. (1975). *Social Learning Theory*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Baudrillard, J. (2005). *Societatea de Consum*, București: Editura Cultura Comunicării.
- Berleson, B. (1979). *What Missing the Newspaper Means*, N.Y. Harper: ArnoPress.
- Cerghit, Ioan. (1972). *Mass-media și educația tineretului școlar*, București: Editura Didactică și Pedagogică.
- Coman, Mihai. (1996). *Din culisele celei de-a patra puteri*, București: Editura Carro.
- Coman, Mihai. (1999). *Introducere în sistemul Mass-media*, Iași: Editura Polirom.
- Eibl-Eibesfeldt, Irenäus. (1995). *Agresivitatea umană. Studiu Etiologic*, București: Editura Trei.
- De Felur M., Sandra Ball Rokeach. (1999). *Teorii ale comunicării de masa*, Iași: Editura Polirom, 218.
- Habermas, J. (1987), *Théorie de l'âge communicationnel*, Paris: Fayard.
- Lazăr, Judith. (2003). „Televiziunea – la originea violenței tinerilor?”, în A. Neculau (coord.), *Manual de psihologie socială*, Iași: Editura Polirom.
- Lazarsfeld, P., Merton, R. (1972). *Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigation*, Chicago: University of Chicago Press.
- Levz, M., Windhall, S. (1985). *The History of Television*, McFarland: Jefferson.

- McQuail, D., Windhall, S. (2001). *Mass Communication Theory*, New York: Sage.
- Piaget, Jean. (1970). *Psihologia Copilului*, București: Editura Didactică și Pedagogică.
- Popeanga, L., Racoviceanu, Al. (2003). „Micul asasin”, *Gardianul* din 29 ianuarie.
- Rieffel, Rémy. (2001). „Comunicare și mass-media”, în C. Bertrand (coord.), *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Iași: Editura Polirom.
- Silverstone, R. (2000). *TV în viața cotidiană*, Iași: Editura Polirom.
- Stoiciu, Gina. (1981). *Orientări operaționale în cercetarea comunicării de masă*, București: Editura Științifică și Enciclopedică.
- Vâlcu, V. (2006). „Televizorul, un părinte agresiv”, *Adevărul* din 23 mai.
- Zamfir, Cătălin, Vlăsceanu, C. (coord.) (1993). *Dicționar de sociologie*, București: Editura Babel.

Abstract

Among the mass-media means, the most impact has Television. As informational system and technical mean, Television is a invention of the human mind, which is not negative but the way to use transformed it in a certain source manipulative.

There are more and more victims, especially among children, of the TV programmes which promote, in spite of the reglementations or monitoring maked by the National Audio-Video Council, the aggressiveness and violence, under all the forms.

Primit la redacție: iulie 2006