

# IMPACTUL MASS-MEDIA ASUPRA SOCIETĂȚII: CONSIDERAȚII GENERALE

## THE IMPACT OF MASS MEDIA ON SOCIETY: GENERAL CONSIDERATIONS

EUGENIA POPA,

conferențiar universitar, doctor,  
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

*We live in an informational society and for this motive, it is necessary to study its impact on human civilization.*

*It is evident that mass media occupies the main place in this social phenomenon that, at present, is a specific social one and it refers to the support and technical means of spreading information „a product” that dominated, is dominating and will still dominate the whole material and spiritual universe.*

*In this sense, at the beginning of the century, there was not any modification that could lead to evolutionist changes without the direct impact of this incomparable mechanism – mass media, whose influence is nowadays felt by every member of contemporary society.*

În ultima perioadă de timp specialiști în domeniul comunicării tot mai insistent demonstrează importanța unui produs excepțional pentru ființa umană - informația - „produs” ce a dominat, domină și va domina în continuare întreg universul material și spiritual. În acest sens, azi, la început de secol, nu are loc nici o modificare care ar duce la schimbări evoluționiste fără impactul direct al acestui incomparabil produs - informația.

Dar ceea ce este principal sau chiar principal în zilele noastre - informația care circulă în societate - ne poate ajuta, ne poate urca pe culmele succesului, dar în același timp, ne poate dezorienta, ne poate desființa chiar.

Înțeleaptă vorbă din vechime cine deține informația, deține puterea a fost parafrasată azi prin altă formulă cel ce deține azi mijloacele de comunicare jurnalistică, deține puterea. Tocmai din acest motiv, azi, din ce în ce mai insistent se vorbește că jurnalistică nu mai este puterea a patra în stat, ci mai curând chiar prima putere. Această afirmație demonstrează implicit și explicit că informația a devenit principala sursă de existență a ființei umane și în cazul când ea este de calitate, oamenii își creează o imagine corectă despre lumea în care ea trăiește, își formează o modalitate eficientă de relații sociale, constituindu-și, astfel, o societate bazată pe umanism, o societate cultă, civilizată, care prosperă zi de zi.

Trăim, deci, într-o societate informațională și tocmai din acest motiv e necesară studierea impactului asupra civilizației umane. Evident, locul de bază în acest fenomen social îl deține mass-media, care astăzi nu are contra-putere să tempereze, fiind implicată în toate sectoarele vieții și drept urmare, ar putea deveni o amenințare pentru societate în cazul când nu ar fi studiată, controlată, dirijată. E cert, în cazul când mass-media devine de o calitate îndoielnică, societatea devine neapărat și ea îndoielnică...

Jurnalismul reprezintă un fenomen social specific și se referă la suporturile și mijloacele tehnice de transmitere a informației, sursa principală fiind o instituție de interacțiune informațională a oamenilor în societate, adică redacția unui ziar, a unei agenții de presă, a unui post de radio sau a unui canal de televiziune. Instituția jurnalistică constituie un proces social organizat, o întreprindere de comunicare în masă care este constituită pentru a informa, a distra, a propaga, a învăța, și adesea, a manipula publicul, adresându-se unei largi părți a populației, unui public eterogen și anonim.

În urmă comunicării jurnalistice comportamentul participanților la actul interacțiunii informaționale comportă o natură colectivă, un tot unitar care deține pe parcursul timpului aceleași cunoștințe, idei, opinii, modalități de comportament.

În procesul de comunicare jurnalistică mijloacele audio-vizuale, instalațiile tehnice devin elemente determinante.

Tocmai din acest motiv, informația jurnalistică este transmisă instantaneu, direct de la fața locului, de multe ori în plină desfășurare a evenimentului, permanent, din orice loc și în orice moment.

Specialiștii în domeniul comunicării jurnalistice au identificat pe parcursul anilor funcțiile pe care le au mijloacele de comunicare în masă asupra societății, la modul general și asupra oricărui individ, în particular: funcția de educație și de transmitere a moștenirii sociale și culturale, ce presupune exercitarea jurnalismului la formarea spirituală și educațională a indivizilor în societate; funcția de integrare a indivizilor în societate, în viața publică; funcția de persuasiune, funcție ce exercită controlul social, organizarea activităților colective și a acțiunilor publice; funcția de a convinge publicul pentru a obține unele obiective comune în domeniul politic, economic sau cultural; funcția de integrare a individului în viața publică; funcția de avertisment, ce previne populația în legătură cu unele pericole, determinându-i comportamentul pentru a lupta împotriva acestora, pentru a solidariza masele, pentru a insufla sentimentul de siguranță în fața oricărui pericol etc.

Acestea și altele multe funcții ale mass-media au un impact indiscutabil asupra societății contemporane, contribuind la formarea cunoștințelor, ideilor, opiniilor, valorilor, la crearea opiniei publice, la formarea modalităților de comportament în societate, oferind soluții în toate problemele cu care se confruntă oamenii zi de zi, oră de oră.

Pentru a analiza impactul pe care îl are mass-media asupra societății e strict necesar să pornim de la funcțiile pe care le reprezintă jurnalismul.

Impactul mass-media asupra publicului este deosebit de variat, începând de la efectele realizate la nivel de individ și personalitate, cu o acțiune lentă sau rapidă, haotică sau dirijată și terminând cu efectele exercitate la nivel de instituții, de societate.

Azi e, necesar un studiu sociologic al efectelor pe care le produce mass-media asupra populației. Libertatea de exprimare a venit cu multe imagini vizuale în care pornografia se deplasează într-un tempou foarte rapid, braț la braț cu violența, care, fiind vizionate de persoane cu un suport educativ ce lasă de dorit, ele devin un material metodologic pentru acestea. Astfel, violența, alcoolismul, pornografia, agresivitatea își găsesc realizare în viața noastră de zi cu zi.

Evident, tematica, problematica analizată este destul de largă și în acest sens sunt necesare studii sociologice concrete ale atitudinii publicului față de mesajul mass-media (de fapt, e preocuparea noastră de viitor). Până în prezent s-au efectuat mai multe cercetări asupra manierei în care publicul telespectator, de exemplu, reacționează la scenele de violență urmărite pe micul ecran.

În primul rând, natura emisiunii (violență factologică ori ficțională): acesta este, probabil, factorul cheie ce influențează asupra modului în care telespectatorii își formează atitudinea față de scenele de violență.

În al doilea rând, gradul în care audiența se asociază cu cele văzute la televizor, indiferent dacă este ceva ficțional sau real. Nivelul acestei asocieri, identificări se bazează pe amplasarea, vestimentația, simțul contemporanității și recunoașterea unor trăsături culturale sau de altă natură.

În al treilea rând, utilizarea în cadrul emisiunilor a tehnicilor teatrale, dramatice preluate din genul de emisiuni ficționale, cum ar fi derularea cadrelor cu viteză redusă, punerea unui fundal muzical etc. Sunt stabilite granițe clare între ceea ce poate fi și ceea ce nu poate fi arătat în cadrul unui material factologic.

În al patrulea rând, nivelul empatiei simțite atât pentru victima, cât și pentru criminal într-un act de violență.

Și, în sfârșit, experiențele proprii ale telespectatorului sunt la fel de importante în luarea unei atitudini față de materialul vizionat. Cei ce se simt vulnerabil din punct de vedere a violenței în viața reală acceptă cel mai dificil prezentarea acesteia în emisiunea televizată.

Valoarea pe termen lung a educației pentru promovarea calităților critice asupra celor vizionate este incontestabilă. Fiecare telespectator își creează o atitudine față de cele vizionate în dependență de educația din familie, din școală sau din anumite grupuri de referință. Educarea în domeniul mass-media a copiilor de la o vârstă fragedă, le-ar putea dezvolta spiritul critic și posibilitatea de a sintetiza

informația televizată.

Războiul informațional ar putea conduce azi la un haos universal, tocmai din acest motiv societatea informațională contemporană trebuie să se axeze pe două tipuri de probleme.

Probleme referitoare la mijloacele de comunicare în masă axate pe culegerea, circulația și difuzarea informației știrilor către marele public și informațiile specializate (tehnice, științifice politice, economice, etc.) axate pe culegerea și difuzarea datelor factologice.

Probleme referitoare la influența asupra noastră a informației de proastă calitate, asupra individului și societății în întregime, manifestate sub diferite forme: violența în mass-media, manipularea în domeniul politicii și economiei, reclama de prost gust etc.

În concluzie, influența mass-media se resimte azi asupra fiecărui membru al societății contemporane. Mijloacele de informare în masa s-au infiltrat neobservat în viața fiecăruia dintre noi, formând ideile, opiniile, conștiința, modul nostru de comportament, după tiparele ce convin celor care le dețin. Dorim noi sau nu, conștientizăm noi sau nu, suntem dirijați tot mai insistent de cei care stau la „pupitrul” mijloacelor de comunicare jurnalistice.

Homo sapiens a devenit azi Homo informaticus, reprezentant al unei societăți ce-și schimbă aspectul deosebit de dinamic, deosebit de operativ.

Forța de impact a mass-media focalizează toate elementele defnitorii ale omului contemporan și reprezintă o putere fără precedent în istoria umanității. Evident, forța de impact provine din cantitatea, calitatea, viteza de circulație a informației, dar esențial impactul mass-media asupra ființei umane provine azi din conștiința și mentalitatea diriguitorilor, de felul lor de a fi, de strategiile efectuate, de multe ori, în sertare semiînchise, care astăzi cu părere de rău, nu se află sub niciun control.

### Referințe bibliografice

1. THOMPSON, I. B. *Media și modernitatea*. București: ANTET, 2006
2. ROANDAL, D. *Jurnalistul universal*. Iași: Polirom, 1988.
3. STOICA, I. *Informație și cultură*. București: Ed. Tehnică, 1997.
4. MELAVIN de FLEUR, L; BALL-ROKEACH, S. *Teorii ale comunicării de masă*. Iași: Polirom, 1999.