

manieră sunt explicate *studiile formării* națiunii și principalele modele (patern-uri) de formare a națiunilor.

Studiul se încheie cu prezentarea unei tipologii a comunităților naționale moderne care are însă o valabilitate limitată de clasificare, în realitate regăsindu-se elemente din fiecare tip.

Concluzia autorului este că, ne place sau nu, națiunea rămâne actorul principal în lumea afacerilor și mesagerul dezvoltării sociale și politice. Etnicitatea continuă să fie, la rândul său, o sursă majoră a mobilizării de masă.

Andreea Zlate

## MASS-MEDIA ÎN TRANZIȚIE

Peisajul publicistic actual, sărac în ceea ce privește lucrările ce urmăresc să abordeze (științific) sincer și obiectiv una din problemele cele mai sensibile ale vieții cotidiene - mass-media, s-a îmbogățit cu o analiză concretă a acesteia, analiză realizată pe baza ideilor, argumentelor și datelor conținute de cercetările desfășurate în anii 1992-1994 în cadrul Institutului de Cercetare a Calității Vieții.

Autorul, prof.univ.dr. Petru PÂNZARU\* nu ezită să scoată în evidență caracteristici ale mass-mediei perioadei post-decembriste ce au un impact notabil asupra modului și calității de decizie ale omului obișnuit, care ia cunoștință de evenimentele vieții sociale, politice și economice etc. doar prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, caracteristici cum ar fi: manipularea, dezinformarea, persuasiunea și subordonarea unor diverse interese.

După evenimentele din decembrie '89 am asistat la o adevărată "explozie informațională" prin creșterea numărului de publicații centrale și locale la câteva mii, a numărului orelor de emisie radio și televiziune, a posturilor radio și televiziune mai ales particulare etc. Această situație a condus la un adevărat "bombardament" informațional asupra membrilor societății noastre.

Din perspectiva teoretico-metodologică folosită pentru această analiză, autorul abordează mass-media, acest *sui-generis* personaj, din trei perspective:

1. Ca element al sistemului social pe plan național și internațional, ca instituție sau serviciu public, ce reunește o pluralitate de funcții social-politice, ideologice, culturale și psiho-sociale.
2. Ca mediator dintre evenimentele obiective și populație, respectiv ca producător de imagini despre realitate, ca "manipulator" de stări de spirit.

Mijloacele de comunicare în masă au un caracter ambivalent, ele nu sunt doar mijloace neutre de informare, ci, în același timp, puternice mijloace de influențare a tuturor domeniilor vieții sociale.

3. Ca instrument al grupurilor de interese politice, economice, culturale etc.

Lucrarea este structurată în trei părți: partea întâi "Coordonate teoretice", partea a doua, - în care este analizată "Presa în perioada de tranziție", iar în ultima parte, "Anexe", sunt prezentate două studii de caz precum și lista altor studii de caz aflate în manuscris, ce au stat la baza aprecierilor și concluziilor din lucrare.

În prima parte "Coordonate teoretice", autorul, consecvent încercării de eliminare a aprecierilor și opiniilor subiective, definește un set de criterii și concepte obiective care urmăresc să asigure cadrul unitar de analiză. Astfel, în primul capitol, "Concepte referențiale", este definit un sistem de *concepte referențiale* în centrul cărora sunt situate conceptele de VIAȚĂ, CORP, TREBUINȚE, MIJLOACE, PUBLIC, REALITATE etc.

Prin *concepte referențiale*, autorul înțelege acele "concepte ce exprimă caracteristicile fundamentale, universale și constante ale naturii umane, unitatea și perenitatea acestora în cadrul unei vieți sociale în mișcare și schimbare"

În cel de-al doilea capitol este abordat conceptul tutelar de **REALITATE**, evidențindu-se structurarea lui stratificată în:

1. **Realitatea de ordin I**, ce are la rândul ei două componente:

A. *Realitatea naturală* - strict obiectivă, naturală, non-verbală non-psihologică: Universul, Terra, procesele naturale etc.

B. *Realitatea Natural-Social-Umană*, structurile demografice, sociale, de clasă, instituțiile și organizațiile sociale, evenimentele sociale etc.

Diferența dintre aceste două concepte constă în faptul că realitatea naturală este strict obiectivă - există și se înfăptuiește fără noi, pe când realitatea natural social-umană este obiectiv-subiectivă, ea fiind rezultatul unei acțiuni conștiente, realizate prin efort și voință umană.

2. **Realitatea de ordin II** - realitatea LINGVISTICĂ-SIMBOLICĂ- ce reprezintă exprimarea în cuvinte a Realității naturale de ordin I, ce se împarte și ea în două:

A. *Realitatea de grad II prim* - constă în enunțurile despre componentele realității de grad I ce au un grad ridicat de fidelitate, corespondență și adevăr. Ea reprezintă **IMAGINEA FIDELĂ** a realităților naturale și sociale de gradul I, fiind chiar "trupul" lingvistic al acestora, conținute în dicționare, enciclopedii etc.

B. *Realitatea de grad II secund* - este alcătuită din cuvintele ce oferă o imagine despre realități cu care subiectul receptor nu are o legătură directă, acestea sunt practic prelucrarea și comentarea Realităților de grad II Prim.

3. **Realitatea de gradul III** - cuvintele și propozițiile ce se raportează la realitățile lingvistice de grad II prim sau secund și reprezintă comentarii și discuții, adeseori polemice, ale acestora.

4. **Realitatea de gradul IV-V** etc. - constă în comentarii despre comentarii, interpretări ale unor alte interpretări, cu alte cuvinte suntem în lumea vorbelor despre vorbe, nivelul unde realitatea de ordin I - obiectivă și efectivă este transformată în imaginea Realității cu care se poate opera în orice direcție, ce poate fi falsificată, sau prezentată conform intereselor partizane.

Autorul analizează tipurile de limbaje precum și două dintre procesele importante ale acestora:

1 *procesul obiectiv* al **translătării** unui tip de limbaj în alt tip de limbaj, cum ar fi de exemplu translatarea limbajului economic în cel politic sau al limbajului politic în limbaj informațional explicativ sau persuasiv.

2 *procesul subiectiv* al **interpretării** oricărui tip de limbaj, proces în care mass-media are un rol deosebit de important, datorită faptului că utilizează un limbaj persuasiv, efecte psihologice, psihosociale și comportamentale, având posibilitatea de a dezinforma, manipula, crea și difuza imagini false despre Realitatea de ordin I sau II.

Capitolul 3 este consacrat transformării informației de presă în INFO-IMAGINI, scoate în evidență faptul că nu știrile ca atare influențează, ci imaginile despre realitate pe care acestea le sugerează, iar oamenii ce citesc ziarele și urmăresc emisiunile radio-tv pentru a ști ce se petrece în lume, află de fapt cum privesc jurnaliștii lumea, evenimentele pe care aceștia le consideră importante. Prin conceptul INFO-IMAGINI, autorul desemnează imaginile create de mass-media pentru public, despre evenimente obiective cu scopul formării, impunerii și generalizării unei ANUMITE percepții mentale și pe baza ei a anumitor atitudini, comportamente și decizii. INFO-IMAGINILE codifică anumite informații și sugerează anumite interpretări.

În Capitolul 4 sunt definite și comparate alte două concepte: *câmp evenimential* și *câmp informațional*. Primul constă în fapte de viață ce sunt realități de gradul I cu caracter univoc și real, cunoscute doar de cei ce au asistat la ele, pe când cel de al doilea cuprinde fapte de presă - realități de grad II prim și secund - cu caracter plurivoc, ce pot fi falsificate și care sunt cunoscute de marea majoritate a oamenilor datorită mediatizării.

Concluzia ce se degajă din analizele efectuate este că cele două câmpuri nu coincid decât parțial, câmpul informațional fiind dominat de intenții persuasiv - manipulative.

În partea a doua a lucrării, este abordată în principal problema presei, puterea acesteia, relația cu structurile puterii, procedeele jurnalistice de creare și difuzare a *info-imaginilor*, modul în care este prezentată imaginea României în interior și în exterior.

Pornind de la afirmația că presa reprezintă a patra putere în stat autorul evidențiază că puterea acesteia nu este intrinsecă, ci extrinsecă și identifică sursele acestei puteri, analizând motivele pentru care statutul social al jurnaliștilor este aparte. Sunt trecute apoi în revistă unele din procedeele specifice presei, de creare și difuzare a info-imaginilor, atât procedee universale, cât și autohtone, dintre care amintim selectarea, orientarea și plasarea știrilor, a fotografiilor, într-un anumit fel, alegerea cuvintelor și titlurilor de articole etc.

Este amintită și legătura strânsă între limbaj, politică și presă și notată politizarea excesivă a presei, orientarea exagerată a acesteia spre polemică și confruntări, tendința de a deveni tot mai mult o presă de partid polemică și subiectivă, datorită influențării reciproce dintre politică și mass-media.

În ultimul capitol din cea de-a doua parte a cărții, este analizat modul în care mass-media promovează imaginea României atât în țară cât și în străinătate, imagine predominant deformată, subliniază și necesitatea pregnantă de a o ameliora, sau măcar de a nu o mai înrăutăți noi înșine.

Cea de-a treia parte, conține două anexe. În prima este prezentat caz revistei "Tribuna Economică" care a anticipat și analizat lucid situația economică a României, propunând și soluții - din păcate insuficient luate în seamă pentru redresarea și relansarea economică a țării.

În a doua anexă este prezentat un eveniment fapt-obiectiv, greva mecanicilor de locomotivă din 11-18 august 1993 și modul în care această realitate obiectivă a fost interpretată subiectiv chiar din stadiul așa-zis informativ, de prezentare teoretic obiectivă a faptului în sine.

Autorul își încheie lucrarea cu "Reconsiderări și întrebări care cer răspunsuri științifice", în care se întreabă și oferă răspunsuri vizavi de unele aspecte elaborate în decursul lucrării.

*Dan Petre*