

## THE IMPACT OF TELEVISION AND SOCIAL NETWORKS ON COMMUNICATION IN SOCIAL SCIENCES

*Nicolae Iuga*

*Prof., PhD, "Vasile Goldiș" West University of Arad*

*Abstract: Television comes with a certain primacy of image on spoken communication, creating what Giovanni Sartori called a true "homo Videns" and social networks enable people without any training or scientific concerns within the social sciences to express themselves in the public space. In this context through visual communication, people may be manipulated more easily and to a greater extent while on social networks a real "invasion of imbeciles" is taking place (Umberto Eco's phrase). The role of the scientist, as a representative of an intellectual elite - philosopher of history, sociologist, psychologist etc. – fades in the field of social sciences being covered by the more or less expert opinions of TV analysts and the truths posted on the social networks do not stand out anymore, but are instead relativized and suffocated by a large number of small nothings and personal information, irrelevant in the scientific field.*

*Keyword: imagine communication, television, social networking, Giovanni Sartori, Umberto Eco*

1. O afirmație la modă ne spune că „o imagine poate să spună mai mult decât o mie de cuvinte”. Alegația poate fi adevărată mai degrabă la modul pervers.

Facem mențiunea prealabilă că aici nu avem în vedere imaginea artistică, adică acea imagine care este „meta”-„forică”, imagine care „poartă ceva de dincolo de sine”. Ci imaginea pur și simplu, imaginea curentă, opacă, amputată de semnificații metaforice, proprie individului uman care trăiește în imediat, precum animalul. Această imagine care cumulează semnificații non-metaforice, se adresează de fapt nivelului percepției și reprezentării individului, nu intelectului și rațiunii, deci se adresează unor etaje subintelectuale. Registrul imaginii se cuplează cu percepție și reprezentarea, nu cu intelectul și rațiunea. Sigur, o imagine șocantă poate să spună mai mult decât – probabil – o mie de cuvinte, dar cuvinte din acelea care nu vehiculează neapărat un conținut al gândirii. În schimb, pentru oamenii care gândesc, afirmația este valabilă pe dos. Un singur cuvânt poate să spună mai mult decât o mie de imagini, ba mai mult chiar decât un milion de imagini, practic cât o infinitate potențială de imagini, deoarece imaginile obiectelor care se pot subsuma unui concept – ca să folosem o expresie kantiană – nu sunt nici numărabile și nici limitate cantitativ. Totul depinde, repetăm, de faptul dacă omul gândește sau nu. Dacă da, atunci nu; atunci imaginile nu pot și nici nu au cum să spună mai mult decât cuvintele. Dacă nu, atunci da, atunci imaginile pot să spună mai mult decât cuvintele.

Imaginea provoacă mai curând emoții, poate sta la temelia afectivității, nu este un element de construcție pentru intelect sau pentru rațiune. Imaginea nu este destinată pentru cei care gândesc, ci ea este pentru cei care reacționează fiziologic. Imaginea este ideală pentru manipulare. Prin imagine, individul poate fi manipulat la nivel subintelectual incomparabil

mai ușor, mai mult și mai eficient, decât prin raționamente abstracte, ipotetice, care stimulează gândirea critică. Consumul preponderent sau excesiv de imagine, prin informare cvasi-exclusivă pe calea audio-vizualului, combinat cu deficitul de lectură, duce la scăderea bogăției vocabularului și a nivelului intelectual general, așa cum seceta duce la scăderea pânzei freatice și la veștejirea universului verde al vieții.

Eminentul politolog american S. P. Huntington, autorul celebru al teoriei despre *Ciocnirea civilizațiilor*, a explicat într-un simplu articol de ziar (în „Washington Post” nr. din 8 martie 1992) cum se face educația politico-ideologică a adulților americani, de inteligență medie, cu ajutorul imaginilor. Pe o hartă a lumii, care apărea frecvent pe ecranele televizoarelor timp de decenii înainte de 1989, era reprezentat comunismul, „răul metafizic” sau „diavolul” de la Răsărit, sub forma unei uriașe pete roșii, cuprinzând Europa de Est și nordul continentului asiatic, adică URSS și țările satelite. Astfel, americanii de rând înțelegeau mai ușor cine este dușmanul Americii, unde se află situat și cât este el de mare. Dar după prăbușirea fostei URSS și sfârșitul războiului rece, iată că poporul american risca să rămână fără un dușman permanent ușor de reprezentat vizual, care să inspire teamă și care să justifice anumite măsuri de politică internă și de înarmare. Așa se face că Islamul a devenit candidatul cel mai adecvat pentru a prelua rolul fostei URSS și locul petei roșii de pe hartă. Noul inamic a început să apară și mai frecvent pe ecranele televizoarelor, ca o pată verde alungită enorm pe harta lumii, pe la mijlocul globului, de la Gibraltar până în Indonezia. Și asta cu zece ani mai-nainte de atentatele din 11 septembrie 2001. Spre a putea fi demonizat mai ușor, Islamul mai avea și avantajul că putea fi prezentat ca și comunismul: mare, anti-occidental, întemeiat pe sărăcie și pe ură. Fără îndoială că Islamul s-a radicalizat teribil din 1990 încoace, dar nu putem ignora faptul că această radicalizare a fost cauzată în primul rând de agresivitatea anti-islamică fără precedent de care au dat dovadă SUA și unele state din Europa. Și astfel cercul vicios se închide aici, ca să se reia după 2014 cu o nouă demonizare a Rusiei, de astădată nu a URSS, ci a Federației Ruse.

Spre deosebire de nivelul inferior al imaginii, gândirea propriu-zisă nu are nevoie de aparența colorată a lumii senzațiilor, de „vaca multicoloră” a lui Fr. Nietzsche. Geometria euclidiană ne dispensează de referențialul obiectelor empirice, pentru că nicăieri în experiență noi nu am întâlnit cercuri perfecte, triunghiuri perfecte ș.a.m.d. Iar geometria analitică, începând de la Descartes încoace, face un pas încă și mai departe, renunțând complet la orice reprezentare figurativă, inclusiv la figurile geometriei euclidiene. În geometria analitică, după cum se știe, figurile sunt gândite ca ecuații scrise cu simboluri abstracte.

Prin urmare, gândirea nu are culoare, ca să zicem așa, sau dacă are una aceasta nu poate fi gândită decât prin comparație, ca un amestec optic din non-culori, adică un amestec din alb și negru, ceea ce dă evident cenușiul. Procesul gândirii ca pură raportare la sine face abstracție de aparența colorată a lumii, la fel și obiectul exterior la care se raportează gândirea este unul non-empiric și ne-colorat. Este ceea ce îl va fi făcut pe un gânditor de talia lui Hegel să afirme sugestiv că „gândirea pictează cu cenușiu pe cenușiu”<sup>1</sup>.

2. În altă ordine de idei, trebuie să avem în vedere că – așa cum prea bine a spus E. Cassirer – omul nu trăiește într-un univers pur fizic, ci într-un univers de simboluri. Limba, mitul arta, religia, formează o țesătură simbolică<sup>2</sup> atotprezentă și atotputernică. Astăzi se vorbește despre limbaje, la plural (limbajul cinematografic, al artelor vizuale, al semnelor, al

<sup>1</sup> G. W. F. Hegel, *Principiile filosofiei dreptului*, trad. rom. Virgil Bogdan și Constantin Floru, Ed. Academici, București, 1969, p. 20.

<sup>2</sup> Ernest Cassirer, *Eseu despre om*, Humanitas, București, 1994, p. 47.

simbolurilor etc.), dar toate aceste limbaje au la bază limbajul fundamental și unic al cuvântului, care prezintă particularitatea și prioritatea că este singurul limbaj cu care omul poate discuta cu sine însuși. Este, poate alături de limbajul oniric, cea mai veche formă de limbaj. Limbajul verbal este anterior și originar, celelalte tipuri de limbaj sunt ulterioare și derivate. Limbajul verbal poate să subziste prin sine însuși, celelalte tipuri de limbaj pot să persiste numai în măsura în care sunt verbalizate până la inefabil, numai în măsura în care sunt traduse în limbajul-cuvânt, numai în măsura în care sunt transpuse în limbaj verbal interior. Un orb, dezvoltat normal din punct de vedere intelectual, poate gândi despre obiecte pe care nu le vede, spre deosebire de un văzător consumator preponderent de limbaj iconic, care poate vedea un film fără să poată gândi despre el nimic. De altfel, și mitologia religioasă cea mai respectabilă ne spune că una dintre primele sarcini importante pe care Dumnezeu a dat-o omului proaspăt creat, spre a fi dusă la îndeplinire, a fost un puternic exercițiu onomatologic, onomatocratic chiar, adică l-a pus pe Adam să dea nume tuturor viețuitoarelor, „și oricum va numi Adam toată ființa vie, aceasta așa se va numi” (Fac., II, 19). Cu alte cuvinte, Dumnezeu l-a înzestrat pe om cu puterea de simbolizare a limbajului-cuvânt, instrument divin cu care Dumnezeu Însuși, se spune, a creat lumea în întregul ei.

Este adevărat, unele dintre scrierile cele mai vechi, scrierea hieroglifică egipteană de exemplu, erau „iconice”, adică erau alcătuite din imagini. Dar aserțiunea că noi astăzi ne-am întoarce cumva la iconicitate, prin abundența de semne care reproduc imagini stilizate cu o semnificație univocă și prin utilizarea acestora în comunicarea pe internet, ne-am întoarce la limbajul iconic al antichității, fără ca prin aceasta să suferim vreun regres – această afirmație nu se poate susține. În spatele iconicității scrierii egiptenilor din vechime, spre deosebire de lumea noastră, se afla un întreg univers de simboluri, respectiv cu totul altceva decât se află în spatele iconicității contemporane. Hieroglifele antichității conduceau la cele mai adânci înțelesuri religioase și metafizice ale vieții, a căror degajare presupuneau un efort intelectual consacrat pe măsură. Să ne reamintim că vechii egipteni aveau două feluri de scriere, una demotică, adică pentru toată lumea (așa cum îi spune și numele) și o alta hieroglifică (adică a unei „limbi sacre”), care – paradoxal – deși iconică prin excelență era accesibilă numai inițiaților. Pentru descifrarea ei era nevoie de o școală îndelungată și de o hermeneutică complicată. Hieroglifele trimiteau la realități metafizice, pe când limbajele iconice ale lumii noastre comunică informații imediat utile, semnele de circulație de exemplu, ca pentru ființe golite de conținut mental metafizic și care trăiesc doar într-un orizont al imediatului. Atunci, în antichitate, diferența dintre imagine și semnificație era uriașă, acum avem – așa cum a observat și Mircea Eliade<sup>3</sup> – o camuflare completă a sacrului în profan, de fapt o reducere de către om a sacrului la profan.

**3.** Au existat niște salturi deosebite în istoria comunicării între oameni. Pe la jumătatea secolului al XV-lea se inventează tiparul și cu acesta – vorba lui M. McLuhan – intrăm în zodia „Galaxiei Gutenberg”: apare presa scrisă. Spre sfârșitul secolului al XIX-lea se inventează telegraful și telefonul și, ceva mai târziu, radioul. Posibilitățile de comunicare cresc exponențial, dar comunicarea rămâne totuși una prin cuvânt, iar cuvântul nu este numai un mijloc de comunicare, ci și un instrument al gândirii. Omul primește informații prin cuvânt și, tot prin cuvânt, este nevoit să gândească asupra lor, altfel nu poate să înțeleagă nimic.

Schimbarea cu adevărat radicală în defavoarea gândirii, așa cum arată Giovanni Sartori<sup>4</sup>, se produce odată cu apariția televiziunii, în a doua jumătate a secolului XX. Abia

<sup>3</sup> Mircea Eliade, *Istoria credințelor și ideilor religioase*, vol. IV, Ed. Polirom, Iași, 2007, p. 405 și urm.

<sup>4</sup> Giovanni Sartori, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Ed. Humanitas, București, 2005, p. 20 și urm.

acuma comunicarea se face preponderent prin imagine, nu prin cuvânt, vocea care însoțește imaginea trece în plan secundar și imaginea în cel principal, cuvântul devine o anexă contingentă a imaginii, iar imaginea, spre deosebire de cuvânt, este numai un mijloc de comunicare, fără a fi și un instrument al gândirii. Omul se transformă, treptat, dintr-un animal care și gândește, într-un animal care doar vede, în *homo videns*. Astfel, ajungem să trăim într-o lume de „văzători”, fără a avea însă și „clarvăzători”, adică unii care să vadă prospectiv dincolo de imaginile timpului prezent. Simplificând, omul posedă două forme de cunoaștere, cunoașterea sensibilă și cunoașterea inteligibilă. Și timp de mii de ani, progresul cunoașterii la scara întregii omeniri a fost de la sensibil la inteligibil. Asta până la apariția televiziunii, care a inversat această tendiță istorică fundamentală. Televiziunea ne duce îndărăt, de la inteligibil la sensibil. Se produce o confuzie gravă, totală, între a vedea și a gândi. Consumatorul exclusiv de programe de televiziune, precum și producătorul de programe TV, pot să ia locul intelectualului și gânditorului pe scena publică, pot să treacă drept gânditori, ba chiar se pot pune pe sine, în imaginarul colectiv, mai presus decât gânditorii reali, considerați demodați.

După cum s-a arătat, cazul televiziunii nu poate fi tratat prin analogie<sup>5</sup>, pentru că televiziunea nu are termen de comparație și nici nu este o simplă extindere a instrumentelor de comunicare care au precedat-o. Televiziunea răstoarnă raportul dintre a înțelege și a vedea în favoarea verbului din urmă. În televiziune, de regulă explicațiile verbale nu sunt suficiente în sine, ci au sens numai în funcție de imaginile derulate pe ecran. Televiziunea vine să creeze un ceva ce nu au reușit nici creștinismul primitiv și nici dictaturile secolului XX, anume „omul nou”. Copiii mici și lipsiți de discernământ moral văd scene de violență la TV și le asimilează ca pe un model de succes. Și aceasta este doar o parte a problemei. Partea cea mai gravă este alta. Copilul format într-un univers centrat pe vizual nu devine niciodată matur cu adevărat, la maturitate și de aici până la senectute și senilitate va fi un individ uman care nu va avea nici exercițiul, nici obișnuința și nici plăcerea lecturii, ci pe aceea a jocurilor video. Bineînțeles, diferența dintre vârsta mintală și cea cronologică va crește continuu, în sensul că vârsta mintală va evolua tot mai lent decât cea cronologică. Omul televizual va rămâne toată viața un video-copil, incapabil de gândire critică pe cont propriu și de raționamente abstracte. Cultura „omului nou” înseamnă declasificare la sub-cultură. Acest om nou, infantilizat prin imagine și atrofiat cultural, își alienează astfel cea mai mare parte a culturii universale, a literaturii universale, depozitată în cartea tipărită.

**4.** Lui Umberto Eco, un foarte important scriitor, semiotician și filosof italian contemporan, i s-a conferit titlul de Doctor Honoris Causa al Universității din Torino în iulie 2015, ocazie cu care scriitorul a ținut disertația obișnuită în astfel de împrejurări, în care a criticat în termeni duri așa-numitele „rețele de socializare” de tip facebook<sup>6</sup>. După afirmațiile lui Eco făcute cu acea ocazie, rețelele de socializare sunt nefaste pentru că dau drept de cuvânt în spațiul public unor imbecili, care înainte vorbeau numai la bar, după un pahar de vin, dar fără să dăuneze unor colectivități mai extinse, în timp ce acum au același drept de cuvânt ca și un laureat al Premiului Nobel<sup>7</sup>. La această remarcă a lui Eco ar mai fi încă multe de adăugat.

S-ar putea face bunăoară o comparație utilă cu Televiziunea, în sensul că apariția rețelelor de socializare și a obiceiului ca foarte mulți indivizi să-și deschidă pagini aici, nu au făcut decât să agraveze psihopatologia vieții cotidiene declanșată de imaginarul televizual, să

<sup>5</sup> Idem, p. 25.

<sup>6</sup> <http://www.gazetaromaneasca.com/societate/societate/web/umberto-eco-lrelele-de-socializare-dau-cuvantul-unor-legiuni-de-imbecilir.html>

<sup>7</sup> Ibidem.

cronicizeze ceea ce anterior se afla doar în fază acută. Atât la televiziune cât și pe internet poate să apară în principiu oricine, inclusiv prostul satului, dar problema este că apare în calitate de pretins purtător al adevărului. Orice individ, oricât de redus ar fi din punct de vedere intelectual, la televiziune sau pe rețelele de socializare poate să aibă un adevăr al său pe care să îl enunțe și la care să aibă adepții proprii.

Televiziunile promovează indivizi care atrag audiență, indiferent de calitatea lor intelectuală. Pe facebook, încă și mai grav, oricine se poate promova pur și simplu pe sine, își poate deschide o pagină, în anumite condiții, unde poate să posteze în principiu orice și să aibă adepți proprii, care să-i dea *like*-uri. Bineînțeles că aici predomină aspectele vieții personale, numai în mică măsură sunt abordate probleme intelectuale sau mediatice de interes general. Oricine poate reacționa la postări, arătând că-i place sau nu și, eventual, postând la rândul său comentarii. Când ating limitele proprii ale (in)suficienței de limbaj, membrii rețelei pot utiliza mașinalmente expresii stereotipe, precum „frumos” sau „super” și pot posta așa-zise „emoticoane”, imagini prefabricate potrivite pentru vârsta mentală a copiilor, fără să mai fie nevoiți să facă eforturi intelectuale de a elabora expresii verbale proprii. Facebookul este un fenomen aflat în expansiune, cifra utilizatorilor săi apropiindu-se de un miliard de persoane<sup>8</sup>. Dar latura benignă a socializării cu persoane cunoscute și a posibilității de a face cunoștințe noi la scară globală nu este singura. Există și o latură malignă, prin care practica păcătuiește împotriva Spiritului.

S-a arătat că facebookul ar prezenta pericolul divulgării către terți (servicii secrete etc.) a unor informații care țin de viața privată a utilizatorilor. Nimic mai neadevărat. Majoritatea utilizatorilor și mai ales a utilizatoarelor de facebook profită de oportunitate ca să-și etaleze de bunăvoie viața intimă și să-și pună poalele în cap. La fel cum pe site-urile de matrimoniale de exemplu unii beneficiari își expun la vedere totul, inclusiv organele genitale, tot astfel pe rețelele de socializare utilizatorii își prezintă propria viață cotidiană pas cu pas, fără să-și pună problema dacă este relevantă sau nu, pentru că până la urmă tot poate interesa pe cineva apropiat, fapt care în literatura propriu-zisă, de ficțiune, ar fi imposibil. Dacă într-un weekend au ieșit să servească masa la un local cu o anumită persoană, fac poze cu telefonul și le pun pe facebook. Oamenii nu mai au viață personală și nici enigme sufletești. Se produce o nivelare și o uniformizare devastatoare.

### **Concluzii**

Această nivelare a vieții personale ar rămâne în definitiv o problemă personală a celor care o practică, dacă nu ar conduce și la o confuzie gravă în ceea ce privește Adevărul în genere, la ștergerea oricărei diferențe între adevăr și fals. Pe de o parte, utilizarea rețelelor de socializare devine obligatorie și pentru omul creator pentru că, în caz contrar, el riscă să fie eliminat din cursa pentru comunicarea Adevărului. Cărțile, tipăriturile în general, aproape că nu mai sunt citite de către nimeni. Dar pe de altă parte, Adevărul ca atare se pierde în babilonia cumplită a internetului, își pierde mesajul, forța, unicitatea și reliefurile, riscă la modul cel mai serios să treacă total neobservat, să fie acoperit și sufocat de o sumă foarte mare de foarte mici nimicuri. Mai ales că omul format la școala unei culturi televizuale, acel *homo videns* al lui Sartori, care reprezintă o majoritate tot mai mare și mai covârșitoare în lumea de azi, evident nu va putea face diferența între mesajele importante și cele neimportante, între adevăr și fals în sens larg, ci dimpotrivă, va prefera să pună lucrurile ne semnificative, dar mai apropiate de înțelegerea sa, mai presus decât acelea cu adevărat semnificative. De aceea omul cotidian mediu (care în definitiv constituie și *Dasein*-ul lui Heidegger) va fi mai curând

<sup>8</sup> <https://ro.wikipedia.org/wiki/Facebook>

complice cu neadevărul, se va manifesta solidar cu neadevărul, nu cu adevărul, care este prea dificil pentru înțelegerea sa. La o adică, acesta va lupta de partea neadevărului și împotriva adevărului. În atari condiții, scriitorul autentic, cel care ar avea cu adevărat ceva de spus, se simte descurajat și demobilizat. Vede cu claritate că scriitura sa este inutilă.

De altfel și breasla scriitorilor și-a modificat mult statutul social și mentalul propriu în ultimele vreo trei-patru decenii. În regimurile dictatoriale, scriitorii – așa cum erau ei: puțini, dezbinați și cenzurați – aveau o notorietate reală și o influență socială foarte puternică. Nu erau încă la concurență cu vedetismul gol de azi. De aceea, pentru a-i ține sub control ideologic, la adresa lor reprezentanții puterii combinau bățul cu zăhărelul, reprimarea cu promovarea politică, amenințările cu privilegiile. Azi nu mai este necesar ca scriitorii să fie marginalizați sau cumpărați de către putere. Într-o lume a confuziei totale și a păcatelor multiple împotriva Spiritului, influența lor este practic nulă. Cred că sunt foarte puțini acei scriitori care își mai fac iluzii că ar avea o influență care ar trebui să nu-i lase indiferenți pe politicieni. Mai degrabă cu facebookul se poate realiza, uneori, o mobilizare electorală sau protestatară eficientă. Unele țări din nordul continentului african au fost destabilizate prin manifestații convocate pe rețele de socializare, ba chiar și în unele țări est-europene s-au petrecut lucruri asemănătoare. Numărul scriitorilor aparenti a crescut în continuu, în proporție inversă cu numărul cititorilor lor. S-a ajuns și la punctul critic, ca scriitorii – membri ciudați ai unei secte exotice – să se citească și să se asculte numai între ei, dar balamucul este că lucrurile nu s-au oprit aici. Au trecut și dincolo de acest punct, nu se mai citesc nici măcar între ei. În absența unei critici care să trieze valorile, impostura a proliferat și în lumea scriitoricească, încât am ajuns să avem inclusiv scriitori analfabeți. Sunt unii care scriu numai din vanitate patologică, ca să-și poată autoatribui titlul de „scriitor” și în perspectiva, destul de nesigură de altfel, că Uniunea de profil le va da cândva o pensie.