

ECRANUL: CULTURA AUDIOVIZUALĂ

Dr. Violeta TIPA

THE SCREEN: THE AUDIO-VISUAL CULTURE

The project entitled the audio-visual culture and its role within the young generation formation was the first attempt to make an investigation together with the researchers from Russia on an up-to-date and stringent in the same time subject! For the first time in the field of native filmology, the researchers griped their attention on the modern audio-visual phenomenon and its influence upon the coming generation. The authors of the project depicted and touched upon several problems regarding the world of audio-visual (ways of communication – television, video, Internet, as well as types of audio-visual – fiction film, non-fiction, animation, spot advertising, electronic games etc.) and its impact on behavior, lifestyle, and the personality's spiritual horizons development.

The researching fields were determined from the pupils' survey results. The project warns the society about the screen influence on the children and the teenagers.

Proiectul *Cultura audiovizuală și rolul ei la formarea tinerei generații* a fost lansat în cadrul Acordului de colaborare între Academia de Științe a Moldovei și Fondul de Cercetări Fundamentale din Federația Rusă (înscris în Registrul de stat al proiectelor din sfera științei și inovării cu cifrul **09.820.07.02UF**). Proiectul elaborat în Institutul Patrimoniului Cultural, Centrul Studiul Artelor (la care au colaborat Dr. Dumitru Olărescu, Dr. Victor Ghilaș) este prima cercetare întreprinsă în comun cu partenerii din Rusia (dr., conf. univ. Natalia Krivulea, VGIK) referitor la problema influenței audiovizualului asupra copiilor și adolescenților – temă care în prezent a devenit de stringentă actualitate nu numai în plan național, dar și în cel global. În străinătate, în special, în țările puternic dezvoltate, acest subiect se află demult în vizorul celor mai diverși specialiști: psihologi, sociologi, pedagogi, culturologi etc. Astfel, în SUA, Anglia, Franța și alte țări s-au realizat investigații și experimente în domeniul dat, care au demonstrat rezultate deloc îmbucurătoare.

Scopul principal al studiului este evidențierea tendințelor actuale ale televiziunii, de la globalizarea mesajului transmis și politica de manipulare a

individului în albia unor pseudovalori, până la formarea unor noi identități bazate pe concepte și modele de viață străine, în avertizarea declanșării efectelor nocive, negative asupra universului și stării psihice și fizice a tinerei generații.

Or, cea mai mare influență o suportă tânăra generație, care se formează și evoluează spiritual și cultural aflându-se sub impactul continuu al ecranului. În plasa păienjenişului dens al audiovizualului copilul este prins de la cea mai fragedă vârstă, devenind dependent de aceste mijloace care-l mențin într-un mediu artificial, înoculându-i concepte prefabricate de viață, de comportament, limbaj etc.

Problemele propuse pentru investigare țin nu numai de spațiul autohton, care a trecut (și continuă să se mai afle) printr-o criză spirituală și culturală, dar sunt probleme comune atât pentru întregul spațiu ex-sovietic, cât și pentru cel european care este marcat de fenomenul globalizării și este invadat de cultura audiovizuală americană. Cultura media din SUA s-a infiltrat în culturile popoarelor în detrimentul celor naționale, creând noi forme de, așa numitul, „popular global”. Anume fenomenele produsului media actual: reclamele și mărfurile americane, formele de televiziune, muzică, filme și alte realizări ale culturii audiovizuale au ajuns populare în toată lumea, re-modelând nu numai modul de viață al oamenilor, dar și identitatea lor.

Autorii proiectului au constatat că, din păcate, în secolul XXI putem vorbi despre un șir de efecte nefaste ale presei electronice. În prezent, savanții din multe țări sunt îngrijorați de influența negativă a producției televizate asupra auditoriului juvenil, ce vine în contradicție cu Declarația drepturilor copilului, adoptată de ONU.

Problema violenței pe ecran și influența acesteia asupra copiilor a apărut încă în anii '20 ai secolului trecut. Atunci pentru prima dată societatea din SUA, Anglia, Franța și din alte țări a început să vorbească despre impactul agresivității în cinematografie asupra comportamentului copiilor și adolescenților. Dar odată cu dezvoltarea televiziunii, iar mai târziu a internetului, această problemă a devenit și mai acută. În Rusia cercetările pe acest segment de producție audiovizuală au început în anii '90. Astfel, pe parcurs, învățații ruși au realizat o serie de cercetări a auditoriului școlar și efectelor venite din partea ecranului. În Republica Moldova efectele televiziunii asupra copilului în genere, și a fenomenului violenței televizuale, în special, sunt abordate fragmentar. Psihologii, medicii, sociologii abia inițiază unele cercetări. Iată de ce, investigațiile

preconizate în cadrul proiectului sunt inedite și vor constitui un punct de plecare pentru o valorificare aprofundată a acestui domeniu.

Obiectivele concrete trasate pentru soluționarea problemei în cauză s-au axat pe următoarele momente cheie:

- Identificarea conceptului ideatic al producției cinematografice și televizate, promovat de posturile de televiziune autohtone în contextul celor străine, în special, cu cele din Rusia, România;
- Determinarea raportului difuzării producției audiovizuale dintre cea străină (în special cea americană) și cea autohtonă;
- Stabilirea gradului de promovare a Patrimoniului cultural autohton prin intermediul ecranului televizat;
- Ierarhizarea valorilor etico-estetice dominante pe ecran în vederea dezvăluirii impactului asupra modului și stilului de viață al copiilor, modelelor de comportament preluate de ei în urma vizionărilor de filme;
- Identificarea mostrelor de propagandă a violenței prin filmele de animație;
- Scoaterea în evidență a preferințelor audiovizuale prin intermediul unor mini sondaje în mediul copiilor de diferite vârste.

Pentru definitivarea Proiectului au fost utilizate metode și modalități de investigare a tematicii propuse condiționate de complexitatea problemelor abordate, implicând un grad de integrare între diferite domenii ale audiovizualului (televiziune, cinematografie, video). Caracterul interdisciplinar al demersului științific, axat pe estetică, psihologie și sociologie se pretează cel mai adecvat situației actuale în spațiul audiovizualului. Pentru elucidarea particularităților audiovizualului în cele două spații de cercetare a fost utilizată metoda analitico-comparativă. În cadrul investigațiilor, de asemenea, au fost aplicate cele mai diverse metode de cercetare – de analiză și sinteză, deductivă și inductivă, sistematizarea, teoretizarea și generalizarea materialului cercetat, precum și metode aplicate direct pe teren, precum observația, interviul, sondajul, experimentul. Cercetările au fost precedate de elaborarea unui chestionar, în baza căruia au fost supuși unui sondaj de opinii copii și adolescenți din mediul școlar din mai multe raioane ale republicii.

Analiza rezultatelor a scos în evidență tendința tinerilor de a fi niște ecranofagi înrăiți, care petrec un timp record în fața ecranului (fie cel al televizorului, al calculatorului, video etc.). În acest sens, ei sunt

expuși deosebit de puternic mesajelor audiovizuale. De aceea este important ca demersul artistico-estetic și etic să înglobeze valori culturale naționale și universale care ar contribui la prefigurarea personalității.

Rezultatele sondajului au determinat direcțiile de cercetare. Producția audiovizuală ajunge la consumator prin cele mai diverse filiere – televizor, video, Internet, telefonul mobil etc. Noul mijloc de comunicare în masă, Internetul, tot mai insistent intră în viața copiilor și tineretului, luând parte activă la prefigurarea identității lor. Sondajul a arătat că pe locul întâi în clasamentul preferințelor de a petrece timpul liber se află navigarea pe Internet cu 78%, pe locul secund se plasează interesul față de televizor – 66 %, urmat de lectură – 39% (în special în mediul fetelor). Pentru practicarea sportului au optat 36% (mai mult băieții). Cele mai puține opțiuni au avut radioul – 10 % și doar 7% din respondenți¹ au optat pentru vizionarea filmelor la cinematograful.

Deși Internetul propune o lume virtuală imensă cu posibilități nelimitate de comunicare, totuși nu putem neglija importanța televiziunii în procesul de prefigurare a nivelului axiologic al generației în creștere. În această ordine de idei, se impune scoaterea în evidență a direcției de activitate și a mesajelor dominante în TV autohtone. Trimiterile analitice la fiecare post TV în parte, precum și la audiovizualul autohton, în general, au argumentat ipoteza că producția străină este preponderentă. Conceptul de program se axează pe trei elemente de bază: știri, divertisment și publicitate.

Cel mai preferat gen de artă, care ocupă partea leului în timpul liber al adolescenților, este producția cinematografică (filme de toate genurile, seriale), predominant americană. Locul filmelor pentru copii și adolescenți, realizate în perioada sovietică, o parte din care erau stăpânite de spiritul ideologiei comuniste, avându-i ca eroi pe pionieri și comsomoliști, le-au ocupat cele străine. Aceasta este parte bună a lucrurilor. Ecranele au fost împânzite de universuri miraculoase și eroi cu o altfel de mentalitate și cu alte idealuri. De mare popularitate printre tineri se bucură peripețiile lui Indiana Jones, Spider-men, Iron-man, Lara Croft, Harry Potter, care au devenit idealuri pentru adolescenți, alături de eroii lui Brad Pitt, Robert Peterson, Eddie Murphy, Jackie Chan, Van Damme, Win Diesel, Til Schweiger, Jennifer Lopez și mulți alții.

Din păcate, elevii chestionați au manifestat

¹ Suma e mai mare de 100% pentru că au fost alese câteva opțiuni.

o totală aderare la cultura audiovizuală străină, în special americană, care ocupă cea mai mare parte în grilele de programe ale posturilor TV. În lista filmelor atât de ficțiune, cât și a celor de animație, preferate de elevii chestionați, nu se găsește niciun titlu autohton (sau cel puțin producție română). În perioada analizată – anii 2009-2010 – postul Moldova 1 n-a transmis niciun film realizat la studioul *Moldova-film*. Aproape toate posturile TV transmit filme cu Harry Potter, Transformers, Avatar, Batman, Spider-man, Războiul stelelor, X-file și multe altele deosebit de populare la copii și adolescenți care prin intermediul lor nu numai că se familiarizează cu valorile și stilul de viață american, dar și-l acceptă ca model de viață, de comportament, de gândire.

În mod special, filmele despre Harry Potter au bulversat mentalitatea copiilor, impunând niște idealuri inventate pe care adolescenții le iau ca adevărate. Însuși Harry Potter este înzestrat cu forțe supranaturale. Acțiunile lui (neglijarea tuturor instrucțiunilor și încălcarea interdicțiilor) sunt în mare parte dictate de dorința de afirmare. Imitându-l, copiii încearcă chiar să exerseze vrăji, rămân decepționați și li se formează un complex al inferiorității.

În vizorul cercetărilor un loc aparte este destinat demersului ideatic-estetic al filmului de animație, care în epoca audiovizualului se impune ca cel mai popular gen al artei pentru copiii de toate vârstele. În aparență, televiziunea vine în fața copiilor cu un bogat arsenal de filme de animație, incluse aproape pe toate posturile TV. Tânărul spectator, la orice oră de zi sau de noapte, poate găsi pe micul ecran producție ce i-ar capta total atenția. În comparație cu ultimii 20 de ani, situația la acest capitol pare a fi mai mult decât satisfăcătoare. Cele mai noi producții cinematografice, care abia s-au lansat pe marele ecran, se derulează la TV.

Autorii proiectului sunt de părere că atât canalele de televiziune specializate în proiectarea filmelor de animație (Jetix, Minimax, KidsKo etc.), cât și celelalte care încearcă să satisfacă gusturile tuturor categoriilor de spectatori, preferă producții comerciale în care mesajul estetic-artistice se devalorizează. Posturile TV autohtone prezintă în exclusivitate producție străină și întâietatea le revine filmelor (filme de ficțiune, lungmetraje și seriale animate etc.) realizate peste Ocean. Concomitent cu filmele de lung metraj, televiziunea, reieșind din specificul său, a adoptat formula serialelor pentru toate categoriile de spectatori. Acest format de filme este cel mai solicitat de toate posturile TV,

astfel încât programele televizate sunt împânzite nu numai de telenovele lacrimogene latino-americane, dar și de seriale ieftine de animație.

Serialele de animație, la fel ca și cele de ficțiune, promovează un stil american de viață, de gândire, de limbaj. Propagarea zi de zi prin intermediul eroilor (inclusiv și a celor animați), a unor semne (brenduri, mărci de producție) conturează un sistem de valori ce include omul contemporan în ierarhia socială. Or, ierarhia valorică acceptă anumite semne.

În Republica Moldova, efectele invaziei filmului de animație comercial pe ecranele televizate și influențele lui asupra formării personalității copilului n-au fost supuse unor analize. În studiul de față ne vom referi la câteva aspecte ale problemei. În primul rând, la fluxul enorm al filmelor de animație care a scos treptat din circuit poveștile tradiționale și basmul cult.

La vârsta „micului faun” eroii filmelor de animație sunt modele de imitație inconștientă atât la nivel de limbaj, cât și la cel de acțiune. Filmul de animație continuă să revoluționeze conștiința copiilor, fiind model de imitație ce se plasează pe locul doi după modelul părinților. În mod special, aceasta se referă la copiii de vârstă preșcolară și la elevii de vârstă mică care își formează personalitatea în baza modelelor propuse de filmele de animație străine. Eroii animați îndrăgiți la toate vârstele sunt Tom și Jerry (30%). Celelalte locuri în clasamentul preferințelor au fost repartizate între: Shrek (5%), Spongebob (5%), Michey Mouse (4%), Avatar (3%), Spiderman (3%), Pluto (2%), Donald (2%), Piter Griffit (2%), țestoasele Ninja etc.

Filmul de animație a fost abordat prin mai multe prisme. Ne-am propus să examinăm și universul ce-l descoperă copilul în filmele și serialele de animație de ultimă oră. El urmărește o lume în care domină lupta, goana după profit, după întâietate. Societatea este prezentată în plin proces de dezintegrare, la marginea unei catastrofe naturale sau a unui război stelar și nu poate face față forțelor distructive.

Eroii pozitivi ai poveștilor (ca Făt-Frumos și Ileana Cosânzeana, Voinicul etc.) au fost înlocuiți cu super-eroi. În luptele cu diverși monștri, cu extraterestri sau roboți sunt antrenate personaje de tipul Super-man, Spider-man, Iron-man, Batman etc., care au devenit eroii zilei pentru copii și adolescenți. Dacă poveștile tradiționale propuneau eroi net pozitivi și eroi net-negativi cu particularități respective ușor de delimitat, atunci filmele de animație actuale aduc pe ecran eroi nedefiniți în acest sens. Locul băiețușului naiv confecționat din lemn – Pinocchio – l-a luat Robotboy, echipat

complet pentru orice situație, gata oricând de luptă, sau de Astro Boy – băiatul cu inimă atomică (Astro Boy, 2008, regie David Dowers), la fel inventat ca să lupte cu ființe din cosmos.

Investigațiile efectuate în traiecul Proiectului au demonstrat că filmul de animație contemporan a afectat și lumea interioară a copilului/adolescentului. Unele influențe negative sunt vizibile atât în jocurile, cât și în creația tinerilor, dominate de mesajele și imaginile eroilor mai mult negativi. Dacă acum două decenii jocul copiilor era inspirat din poveștile populare, din tradițiile și bogăția folclorului național, astăzi el, fiind marcat de cele privite la TV, a devenit agresiv, absurd și lipsit de sentimentul de bucurie. Pe timpuri, copiii erau într-un contact direct cu creația populară – de la povești și legende până la cimilituri și zicători. Prin ele se transmiteau frumoasele tradiții rituale de An Nou, Paparuda, Caloianul și multe alte tradiții naționale pe care ideologia timpului încerca prin toate metodele să le stărpească din viața poporului nostru, dar n-a reușit, ele rămânând parte a identității sale. În schimb, această dezrădăcinare s-a produs în câțiva ani sub paravanul libertății audiovizualului. Începând de la siropoasele telenovele latino-americane, care au schimbat peste noapte grijile cotidiene ale conaționalilor noștri cu problemele artificiale ale Mariei sau Santa Barbara, devenite subiectul principal și deseori unic al discuțiilor în familie și în societate.

Concluziile pe marginea investigațiilor realizate nu sunt din cele mai îmbucurătoare. Efectele negative ale influenței TV asupra generației anilor '90, care au crescut și s-au format în perioada unei libertăți și liberalizări a pieței audiovizualului, dau de pe acum rezultatele. Copiii au devenit mai închiși, se confruntă cu dificultăți de comunicare. Societatea va rămâne în criză spirituală și culturală atâta timp cât ecranul TV va continua să promoveze modele de comportament antisocial, agresiv, un mod de viață mercantil.

Proiectul și-a propus să atenționeze asupra câtorva momente cheie ce țin de audiovizualul național și rolul lui în formarea tinerei generații. A fost realizat un studiu științific în intenția de a pune la dispoziție un tablou complex și veridic despre cultura audiovizualului autohton în contextul european (inclusiv, în comparație cu situația din Rusia), care scoate în evidență efectele ei negative asupra formării tinerei generații. S-a încercat să

se contureze un peisaj cât de complex posibil al audiovizualului autohton din punct de vedere cantitativ și calitativ al mesajului valoric/ nonvaloric transmis.

Trebuie de menționat că proiectul a întreprins nu numai o tatonare a terenului în domeniul audiovizualului autohton, a mesajelor care influențează tânăra generație, în perspectiva unor ulterioare cercetări în domeniu, dar și pretinde a atenționa societatea asupra problemelor ce țin de formarea noilor generații sub influența audiovizualului.

Sperăm ca rezultatele să atenționeze societatea și să se pună problema unor schimbări radicale în politica audiovizualului. În acest scop, sunt propuse direcțiile principale în care ar trebui orientate forțele CNA, a conducătorilor posturilor de TV, în vederea îmbunătățirii situației create prin revederea programelor TV și susținerea Patrimoniului cultural al Republicii Moldova. Un interes vital pentru studiul dat ar trebui să manifeste și cadrele didactice, părinții pe care îi vizează direct problemele date. Unele concepții vor fi utile în procesul instructiv-didactic, contribuind la modernizarea lui.

Studiul de față ar putea iniția unele direcții noi în cercetarea științifică autohtonă ce ține de *cultura audiovizuală*, care a devenit una dominantă, implicată adânc în procesul de socializare și culturalizare a omului modern. Acest domeniu important pentru viața întregii societăți până în prezent a rămas în afara cercetărilor științifice. Proiectul va acoperi pe cât e posibil acest gol evident în cercetarea academică națională.

Pentru prima dată în filmologia autohtonă s-a făcut o tentativă de a investiga în complex și în comun cu cercetătorii din Rusia fenomenul *Culturii audiovizuale și influenței ei asupra personalității în devenire*. Investigațiile respective pun în lumină gradul de globalizare a mesajului televizat în spațiul autohton și cel din Rusia, elucidând raportul dintre producția națională și cea străină promovată de posturile TV (respectiv din Rusia și Moldova); premisele globalizării și modalitățile de susținere a identității naționale.

Este evidentă necesitatea continuării proiectului de față în cadrul căruia s-au studiat, analizat, interpretat producțiile audiovizuale, modalitățile prin care acestea pot fi evaluate și valorificate, dar și s-au stabilit noi aspecte ale acestei tematici stringente la ora actuală.