
REPREZENTAREA INFORMAȚIILOR MEDIATIZATE: MODELE PROPUSE DE MASS-MEDIA VS. MODELE PERSONALE

Ioana David¹

Universitatea „Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca

Abstract

The purpose of the present study is to analyze the way in which information transmitted through mass media is being processed and the representations people make based on them. All this in the context of a growing interest for the study of human behavior in a social context, for the study of information processing by individuals and also by groups, and for the study of shared representations and meanings. This article presents two studies, one on the simultaneous processing of information, and one on multiple representations of the same piece of information. The two studies comprised a sample of 138 participants that were asked to build conceptual maps on different subjects of public interest. The conclusions reached represent an important starting point for a further analysis of media transmitted information and the way it is being processed.

Key-words: *information processing, mass media transmitted information, representations*

INTRODUCERE

Capacitatea minții umane de a se adapta la niște realități și de a construi realități a fost obiect de studiu pentru psihologie de la începuturile acestei științe. Una dintre „realitățile contemporane” la care trebuie să se adapteze individul este mass-media. De fapt, omul „modern” trebuie să construiască niște realități „personale” (semnificații) pentru a se putea adapta la această realitate care este reprezentată de conținuturile mediatice. Prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă avem acces la o serie de mesaje (inclusiv cele publicitare) care influențează perspectivele asupra diverselor probleme pe care și le formează fiecare individ. Cercetările recente din psihologia cognitivă (Hoshmand, 2005; Echtherhoff, Higgins & Groll, 2005; Hermans, 2004; McAdams, 2001) încep să aducă (de fapt să readucă – Bruner, 1990) în discuție problema semnificațiilor pe care le creează oamenii în urma interacțiunilor cu mediul în care trăiesc și în urma interacțiunilor dintre ei. Teoria procesării informațiilor este reconsiderată și dezvoltată în vederea explicării unor realități sociale mai complexe, nu doar a funcționării individuale. Astfel, sunt tot mai multe cercetările care privesc grupurile ca sisteme de procesare de informații (Hinsz, Tindale & Vollrath, 1997; Nonaka & Nishiguchi, 2001), sisteme ce există într-un anumit *context*

și produc anumite *semnificații*. Desigur, aceste cercetări se centrează pe grupurile formale, în principal, care au ca scop rezolvarea de probleme, luarea de decizii.

Tot de dată recentă sunt și preocupările psihologiei legate de explicarea comportamentului uman în context cultural (Cohen, 2001; Choi & Nisbett, 1998; Hong et al., 2003; Ji et al., 2000; Kanagawa et al., 2001; Briley et al., 2000; Chiu et al., 2000; Morris & Fu, 2001; Knoles et al., 2001) și a modului în care interacțiunile sociale creează și mențin o cultură, completând astfel, cu o bază de date experimentale, empirice, explicațiile aduse de-a lungul timpului de teoriile antropologice – mai mult sau mai puțin generaliste și generalizatoare.

În aceste condiții, ale creșterii interesului pentru studierea comportamentului uman în context social, al mutării accentului de pe procesarea informației de către individ pe procesarea informației de către grupuri și construirea de semnificații împărtășite, al omniprezenței mijloacelor de comunicare în masă în viața socială și al conținuturilor mass-media în viața personală este un demers util și necesar, cel al abordării unei problematice puțin studiate în momentul de față (cu toate implicațiile evidente în viața cotidiană), problematică ce aparține domeniului psihologiei mass-media și anume: modalitatea de procesare a informațiilor mediatizate și de formare a reprezentărilor ca urmare a acestor procesări.

¹ Adresa de corespondență:
ioanadavid@yahoo.com

STUDIUL 1

**REPREZENTĂRI MEDIA – REPREZENTĂRI
PERSONALE, PROCESAREA SIMULTANĂ
A INFORMAȚIILOR**

Prin mesajele transmise, mass-media influențează formarea anumitor reprezentări. Ceea ce ne interesează este modul în care utilizăm aceste reprezentări, modul în care mass-media influențează modelele personale pe care le avem asupra realității. Vom urmări așadar măsura în care mass-media propune modele, pe de o parte, și influențează modelele mentale (reprezentările) pe care le dețin indivizii, pe de alta. De aceea am luat în considerare, în acest studiu, concepte (teme) care sunt construite de presă (cel puțin două dintre ele) și vrem să vedem în ce măsură sunt ele asimilate de către participanți. Ne interesează, de asemenea, felul în care este integrată informația (o știre), cum poate influența ea reprezentarea pe care, la un moment dat, o avem despre un anumit aspect al realității.

Pentru a studia reprezentările mentale, o metodologie eficientă este reprezentată de metoda hărților conceptuale. Această metodă poate fi utilizată cu succes și în studiile realizate în domeniul psihologiei consumatorului. De altfel, modalitatea de utilizare a acestei metode, prezentată în acest articol, poate fi aplicată, în această formă, la diverse conținuturi provenite din mass-media, inclusiv reclame.

Hărțile conceptuale sunt instrumente de organizare și reprezentare a cunoștințelor care includ concepte și relațiile dintre acestea într-o reprezentare ierarhică (Novak, 1993). Hărțile reprezintă un anumit tip de diagramă mentală prin intermediul căreia un set de concepte pot fi reprezentate - ușor și rapid - într-o ordonare logică. Ele constau într-o reprezentare grafică a conexiunilor realizate între diferite concepte în procesul de înțelegere a unui domeniu (așa cum este realizat în mod natural de creierul uman) (Gómez, Moreno, Pazos, Sierra-Alonso, 2000). Hărțile conceptuale creează un cadru "vizibil" al cunoștințelor, cadru care sprijină un management explicit al cunoștințelor, reprezentărilor avute în vedere (Gordon, 2000). Novak, (1993) consideră aceste hărți ca reprezentări vizuale active ale conceptelor referitoare la un domeniu.

Astfel este foarte important contextul în care sunt luate în considerare acele cunoștințe. Drept urmare este indicat să se

construiască o hartă conceptuală având în vedere o anume întrebare la care dorim să aflăm răspunsul sau o anumită situație sau eveniment pe care încercăm să-l înțelegem prin organizarea cunoștințelor în forma unei hărți conceptuale. Această metodă e utilizată în diverse domenii (Trochim, 1993): servicii sociale (Galvin, 1989; Mannes, 1989), sănătate mentală (Cook, 1992; Kane, 1992; Lassegard, 1993; Marquart, 1988; Marquart, 1992; Marquart et al., 1993; Penney, 1992; Ryan și Pursley, 1992; Shern, 1992; Trochim, 1989; Trochim și Cook, 1992; Valentine, 1992), administrarea serviciilor de sănătate (Guowitz et al, 1988) și dezvoltarea teoriilor (Linton, 1989).

Hărțile conceptuale pot fi construite pe două căi: fie în mod structurat, fie în mod nestructurat. Dacă se optează să se construiască o hartă conceptuală folosindu-se sarcinile nestructurate, atunci li se dă participanților (care urmează să construiască harta) o temă generală, li se cere să facă un brainstorming de termeni și apoi să îi organizeze într-o hartă conceptuală. Dacă se folosesc exercițiile structurate în construirea hărților, li se oferă participanților o listă fixă de termeni pe care trebuie să îi organizeze într-o hartă.

Ambele modalități au avantaje și dezavantaje. Astfel, dacă se folosește metoda nestructurată de construire a hărților conceptuale, hărțile astfel obținute oferă o viziune personală, idiosincronică asupra domeniului, dar se pierde capacitatea de concentrare asupra conceptelor țintă. De asemenea, datorită faptului că fiecare individ are o hartă unică, comparațiile inter-subiecți sunt mai dificil de realizat. Dacă harta se construiește printr-o metodă structurată, aceasta va permite o analiză specifică și realizarea unor comparații inter-subiecți. Dezavantajul este că o astfel de hartă este mai puțin utilă în investigarea dezvoltării conceptualizării unui anumit domeniu pentru un anumit subiect.

Așadar, cu toate neajunsurile pe care le incumbă, în vederea investigării modului în care sunt reprezentate anumite realități vom apela la metoda nestructurată de construcție a hărților.

Obiectivele studiului

1. Studiarea modului în care sunt asimilate informațiile și modelele transmise de către mass-media
2. Studiarea modului în care reprezentările sociale (culturale)

determinate de către mass-media influențează sistemul personal de reprezentări al unui individ

METODĂ

Participanți

În această cercetare au fost incluși un număr de 77 participanți (dintre care 51 femei) cu vârste cuprinse între 18 și 58 ani (vârsta medie: 32 ani, abaterea standard: 11,55). Participanții au fost aleși aleatoriu și și-au dat acordul de a participa la studiu.

În ceea ce privește studiile: unul dintre ei era absolvent de școală generală, 37 – absolvenți liceu, 2 – studii postliceale, 27 dintre ei – absolvenți de facultate, 9 – absolvenți de studii postuniversitare, iar unul nu a declarat ce studii are. Legat de ocupațiile participanților: 6 dintre aceștia au făcut parte din categoria proprietari de firme sau manageri, 38 erau specialiști în diverse companii sau funcționari, 4 erau șomeri, 16 erau studenți iar 15 aveau alte ocupații (cadre didactice, artiști, agricultori, etc.). 33 dintre participanți erau căsătoriți, 2 divorțați, 2 văduvi, 40 – necăsătoriți. În ceea ce privește numărul membrilor de familie acesta variază de la 1 la 6, cei mai mulți făcând parte din familii cu 3 (20 dintre ei) sau 4 (24) membri. Participanții proveneau: 32 din județul Sălaj, 26 din județul Cluj, 16 din județul Bihor, 2 din județul Mureș și unul din județul Suceava.

Instrumente și materiale

Au fost utilizate protocoale pentru răspunsul participanților. Au mai fost utilizate și două știri: una în legătură cu încălzirea globală a Planetei și cealaltă legată de defrișările excesive din România, știri preluate din jurnalele de știri ale Televiziunii Române (una din data de 21.06.2006 și cealaltă din data de 23.06.2006) și modificate în sensul în care participanții să nu primească informații legate de data la care au fost difuzate știrile respective sau mijlocul de comunicare exact care a transmis știrea respectivă – participanții au fost informați că citesc știri difuzate „săptămâna trecută” de „agențiile naționale de presă”. Nici un participant nu ascultase știrile respective la televizor în momentul difuzării lor, deci nu le cunoștea.

Procedură

S-a lucrat cu două grupe de participanți:

1. Prima grupă (40 participanți) a primit sarcina, în prima etapă, de a face hărți conceptuale pentru două seturi de concepte: *primul set* – „corupția în România”, „dezastrele naturale” și „inundațiile din România” (așadar trei hărți) iar *al doilea set*: „corupția în România (așa cum este prezentată de mass-media)”, „dezastrele naturale (așa cum sunt prezentate de mass-media)” și „inundațiile din România (așa cum sunt prezentate de mass-media)”. În cea de-a doua etapă participanții au avut de citit două știri. În cea de-a treia etapă au avut de recompletat cele două seturi (de refăcut cele șase hărți conceptuale, cu posibilitatea de a păstra hărțile originare sau de a le modifica dacă și cum consideră de cuviință).
2. A doua grupă (37 participanți) a avut ca sarcină în prima etapă de a face trei hărți conceptuale: „corupția în România”, „dezastrele naturale” și „inundațiile din România” (așadar trei hărți). În a doua etapă, au primit aceleași două știri pentru a le citi, iar în a treia etapă, au avut de recompletat setul de hărți (cu posibilitatea de a le păstra sau reface pe cele din prima etapă).

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Așa cum menționam în introducerea acestui studiu, ne interesează să vedem modul în care reprezentările formate de mass-media influențează sistemul personal de reprezentări pe care îl are un individ. Am utilizat cele două grupe în cercetarea noastră (cea de-a doua grupă a avut de fapt aceeași sarcină ca prima, după cum se poate constata; cu excepția faptului că prima grupă a primit explicit instrucțiunea de a se gândi la ceea ce este prezentat în mass-media pe aceste teme, iar a doua grupă, nu) pentru a putea identifica în ce măsură modelele implicite (identificate la cea de-a doua grupă) pe care le avem pe o anumită temă sunt influențate de mass-media.

Având în vedere faptul că metodologia folosită (schemele conceptuale) ne permite identificarea punctelor de vedere proprii pe o anumită temă și având în vedere scopul cercetării noastre, care a fost acela de a depista mai degrabă un mecanism de funcționare decât opiniile pe o anumită problemă, vom prezenta în cele ce urmează

modul în care am aplicat această metodă în vederea atingerii scopului propus. Așa cum am văzut, fiecare participant a avut de completat hărți pe trei teme (trei sau șase hărți, în funcție de grupă; în prima, respectiv cea de-a treia etapă). Aceste hărți au fost comparate pentru fiecare participant în parte în vederea depistării modificărilor operate asupra lor. Ne-a interesat așadar dacă aceste hărți au fost modificate sau nu, în funcție de *instrucțiune* – de exemplu: „corupția în România” vs. „corupția în

România (așa cum este prezentată de mass-media)”) sau *etapă* (înainte de citirea celor două știri sau după citirea celor două știri – în ce fel informațiile din cele două știri sunt integrate în schemele participanților).

Diferențele obținute la comparațiile în funcție de instrucțiune sunt prezentate în tabelul 1:

Tabelul 1

Diferențe între hărțile „cum văd eu problema x” vs. „cum este prezentată în mass-media problema x”

	Prima etapă			A treia etapă		
	1*	2**	3***	1*	2**	3***
Chi-pătrat	22,500	25,600	22,500	32,400	32,400	28,900
Grade de libertate	1	1	1	1	1	1
Prag de semnificație	.000	.000	.000	.000	.000	.000

*„corupția în România” vs. „corupția în România (așa cum este prezentată de mass-media)”

**„dezastrele naturale” vs. „dezastrele naturale (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

***„inundațiile din România” vs. „inundațiile din România (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

După cum se poate observa, există modele diferite ($p < .001$) pe care le avem în legătură cu aceeași temă, atunci când este vorba despre ce credem noi despre ea și cum considerăm că este ea reflectată în mass-media. Acest lucru în condițiile în care, oricum, temele propuse în această cercetare sunt alese în așa fel încât informațiile participanților despre cel puțin două dintre ele să fie preluate exclusiv din presă („dezastrele naturale” și „inundațiile din România” – niciunul dintre participanți neavând domiciliul în vreo zonă supusă calamităților naturale și neavând niciun fel de legătură directă cu aceste aspecte; problema corupției fiind una despre care, mai mult sau mai puțin, fiecare participant are și informații nemijlocite preluate din propria experiență). Cu toate acestea, indiferent de temă, constatăm că avem modele diferite: „ce cred eu despre...” vs. „cum prezintă presa subiectul respectiv” (cu toate că și informațiile pe care le am „eu” despre tema respectivă provin tot din presă, deci ar fi normal „să am” un singur model mental în legătură cu un astfel de subiect). Așadar, același sistem cognitiv deține, în același timp, mai multe modele mentale referitoare la o anumită temă, aspect asupra căruia vom reveni în partea de concluzii.

Ceea ce se poate constata, la o analiză a conținutului acestor modele, este faptul că în timp ce la tema „corupția în România” apar idei precum:

- „este determinată de nivelul socio-economic scăzut”,
- „face parte din stilul de viață al românilor”,
- „afectează toate nivelurile societății”,
- „încercări de combatere doar la suprafață”,
- „o boală a societății românești”,
- „primar – portar – femeie de serviciu – eu”,
- „împiedică progresul României”,
- „face parte din mentalitatea românilor”,
- „cei cu bani au de toate”,
- „cazurile mari sunt mușamalizate dacă nu sunt descoperite de media”,
- „majoritatea oamenilor corupți sunt politicienii”,
- „pedică în acțiunile de integrare în U.E.” etc..

La tema „corupția în România (așa cum este prezentată de mass-media)” apar idei precum:

- „mass-media face spectacol din unele cazuri”,
- „reforma justiției împotriva corupției”,
- „persoane corupte cu funcții importante”,
- „praf în ochi”,
- „mass-media nu e autonomă, nu are putere financiară – deci nu are destulă putere – așadar nu poate dezvălui orice”, „mătușa Tamara”, „baccalaureat”, „nevoia de senzațional”,

- „teama de politic”,
- „vorbărie goală”, etc.

Modelele personale („corupția”) pe care și le construiesc participanții în legătură cu această temă sunt, într-o mare măsură, rezultatul a ceea ce le este prezentat prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă. Însă, înainte de a ajunge la aceste modele personale, sunt construite niște modele „intermediare” referitoare la ce înțeleg ei din ce le este prezentat prin mijloacele de comunicare în masă („corupția în mass-media”). Așadar atunci când spunem că un sistem cognitiv poate să dețină mai multe modele referitoare la o temă, nu ne referim neapărat că aceste modele se află la același nivel de procesare al informației. Un model poate servi ca input pentru o procesare mai adâncă și pentru construirea altui model pe aceeași temă. Acesta ar fi unul din motivele pentru care un sistem cognitiv deține mai multe modele și mai multe reprezentări legate de o anumită problemă, în același timp. Procesarea informației (în special când este vorba de o realitate atât de complexă cum este cea mediatică, deci când vorbim de informații sociale, cu caracter contextual, după cum am mai menționat) se realizează într-o manieră mai complexă decât simpla preluare a unui input și transformarea sa într-un output, într-o

reprezentare. Discutăm de mai multe reprezentări legate de aceeași problemă, care coexistă în același timp, în același sistem de procesare a informației; reprezentări care se influențează reciproc și influențează restul de reprezentări existente în sau produse de sistemul respectiv.

Revenind la cercetarea de față, mai trebuie să menționăm că analizând conținuturile hărților, nu se constată diferențe în ceea ce privește tipul conceptelor prezente în hărțile participanților din prima și a doua grupă. Astfel, nu sunt prezente deloc referiri la mass-media și influența, importanța sau impactul ei în construirea unei imagini publice pe teme luate în studiu la participanții din cea de-a doua grupă (care, așa cum am menționat în subcapitolul referitor la procedura de lucru, nu au primit decât instrucțiuni de a construi hărți referitoare la „corupția din România”, „dezastrele naturale” sau „inundațiile din România”). Informațiile prezente în hărțile lor sunt de aceeași factură ca cele prezente în hărțile de același fel ale primei grupe.

Un alt aspect urmărit a fost acela al modului în care este integrată informația dintr-o știre în modelul pe care îl are un subiect pe o anumită temă. Ne-a interesat așadar, dacă se schimbă sau nu acest model, în urma citirii unor știri pe teme conexe. Rezultatele sunt prezentate în tabelele următoare:

Tabelul 2

Frecvențe observate referitoare la schimbarea hărților în a treia etapă față de prima

	1*	2	3	4	5	6
La fel	58	46	51	36	30	31
Modificat	19	31	26	4	10	9
Total	77	77	77	40	40	40

*1. „corupția în România”

2. „dezastrele naturale”

3. „inundațiile din România”

4. „corupția în România (așa cum este prezentată de mass-media)”

5. „dezastrele naturale (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

6. „inundațiile din România (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

Tabelul 3

Diferențele între prima și a treia etapă în hărțile construite

	1*	2	3	4	5	6
Chi-pătrat	19,753	2,922	8,117	25,600	10,000	12,100
Grade de libertate	1	1	1	1	1	1
Prag de semnificație	.000	.087	.004	.000	.002	.001

*1. „corupția în România”

2. „dezastrele naturale”

3. „inundațiile din România”

4. „corupția în România (așa cum este prezentată de mass-media)”

5. „dezastrele naturale (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

6. „inundațiile din România (așa cum sunt prezentate de mass-media)”

După cum putem constata nu există modificări între hărțile construite înainte și după citirea celor două știri (tabelul 3), dimpotrivă (cu excepția hărții pentru „dezastre naturale”) este semnificativ (la $p < .01$) faptul că aceste hărți propuse de participanți rămân nemodificate, după citirea știrilor. Astfel, cu toate că ne-am aștepta ca niște informații referitoare la o anumită problemă să fie integrate în schema pe care o are un individ despre problema respectivă, rezultatele cercetării noastre nu ne confirmă această ipoteză. Acest fapt se poate explica prin aceea că aceste știri oferite nu aduceau neapărat informații noi, ci confirmau informațiile deja existente pe aceste teme (majoritatea hărților din prima etapă, construite de participanți înainte ca aceștia să primească știrile despre noile cazuri de inundații datorate defrișărilor abuzive sau efectele încălzirii globale cuprindeau deja referiri la aceste aspecte; așadar nu au mai fost modificate). Trebuie menționat faptul că în acele hărți (la acei participanți) în care nu apăreau referiri la încălzirea globală ca și cauză a calamităților naturale în prima etapă, am regăsit aceste referiri în cea de-a treia etapă a cercetării; însă așa cum spuneam, existau deja astfel de referiri în majoritatea protocoalelor participanților din prima etapă, așadar nu au mai fost modificări în hărțile din cea de-a treia etapă. O altă explicație pentru această imposibilitate de a depista mecanismele de modificare a unei reprezentări este aceea că hărțile construite de participanți cuprindeau concepte mai generale legate de temă, iar reprezentările sunt niște construcții mentale mai complexe, care se structurează în timp; în vreme ce știrile, prin natura lor, sunt conținuturi foarte concrete și este nevoie de multe știri pe o anumită temă pentru a forma anumite reprezentări (așadar două știri nu vor schimba, neapărat, o reprezentare). De asemenea, așa cum menționam, hărțile conceptuale sunt niște „imagini” idiosincratice, ele surprind punctele de vedere personale pe care le au indivizii în diverse domenii, așadar este dificil de găsit o sarcină experimentală general valabilă prin care să descoperim modalitatea de formare și transformare a unei reprezentări personale pe o anumită temă. Dar cum ne interesează mai degrabă mecanismele de formare și funcționare a reprezentărilor decât conținutul lor particular (și aici am demonstrat existența mai multor modele paralele, în același sistem de procesare al informației), considerăm rezultatele obținute și prezentate mai sus relevante pentru atingerea obiectivului propus.

CONCLUZII

Această cercetare ne-a demonstrat că o informație transmisă de mass-media este asimilată în mai multe modele mentale, în mai multe scheme nu doar într-una singură. Aceste modele nu se află neapărat la același nivel de procesare în cadrul unui sistem cognitiv. Așa cum afirmam, un model poate servi ca input pentru o procesare mai adâncă și pentru construirea altui model pe aceeași temă.

De asemenea, am văzut că aceste informații mediatizate influențează modelele personale pe care ni le construim în legătură cu anumite aspecte ale realității, nu doar modelele „formale”, despre anumite probleme, pe care ni le formăm.

În vederea aprofundării înțelegerii problemei reprezentărilor multiple pe care le avem pe o anumită temă, am propus și cercetarea următoare. Aceasta pentru a verifica dacă există o influență media și în construirea de „probleme” și propunerea de „teme” pentru reprezentări personale indivizilor (dacă mass-media poate să creeze reprezentări, nu doar să le completeze pe cele pe care le deține fiecare individ; să propună „teme existențiale” individului, în afara celor cu care se confruntă el direct, în viața de zi cu zi).

STUDIUL 2 REPREZENTĂRI MULTIPLE ALE ACELEIAȘI INFORMAȚII

Așa cum am demonstrat deja, există mai multe modele, reprezentări mentale pe care le avem în legătură cu același aspect al realității. O anumită informație poate fi și este interpretată din diverse puncte de vedere în același timp, activarea unei anumite interpretări sau a alteia depinzând de context. Informațiile mediatizate sunt niște informații care duc la formarea unor reprezentări ce sunt determinate de contexte culturale particulare. Aceste reprezentări sunt complexe, așa cum am văzut, creându-se practic nu doar o singură rețea de conexiuni pentru un concept ci chiar mai multe rețele de conexiuni, care pot fi chiar opuse. Pentru a rafina concluziile obținute în cercetările de până acum, propunem cercetarea de față care se referă la un subiect creat în exclusivitate de mass-media („marea corupție în România”). Ne interesează să vedem dacă și pentru subiecte care nu se referă la viața cotidiană, la experiențele de viață reale, nemijlocite cu care

se confruntă indivizii se creează astfel de reprezentări multiple și măsura în care un „subiect de presă” poate fi o realitate și poate deveni o temă pentru reprezentările deținute de sistemele cognitive individuale. În acest sens vom apela din nou la metoda hărților conceptuale (descrisă în studiul anterior).

Obiectivul studiului

Studierea felului în care existența unor modele jurnalistice diferite, pe aceeași temă, influențează modelele personale și determină asimilarea lor la aceste modele personale

METODĂ

Participanți

În această cercetare au fost incluși un număr de 61 participanți, dintre care 40 femei; cu vârste cuprinse între 18-60 de ani (vârsta medie: 29 ani; abaterea standard: 12). Ei au fost selectați aleatoriu, exprimându-și acordul de a participa la studiu.

În ceea ce privește studiile: 29 erau absolvenți liceu, 3 aveau studii postliceale, 9 dintre ei – absolvenți de facultate, 4 – absolvenți de studii postuniversitare, iar 6 nu au declarat ce studii au. Legat de ocupațiile participanților: 10 dintre aceștia au făcut parte din categoria proprietari de firme sau manageri, 18 erau specialiști în diverse companii sau funcționari, 4 erau șomeri, 13 erau studenți iar 18 aveau alte ocupații (cadre didactice, artiști, agricultori, etc.). 25 dintre participanți erau căsătoriți, unul – divorțat, 31 – necăsătoriți iar 5 nu au declarat starea civilă. În ceea ce privește numărul membrilor de familie acesta variază de la 1 la 9, cei mai mulți făcând parte din familii cu 2 (11 dintre ei) sau 4 (16) membri. Participanții erau din Cluj Napoca, cu excepția a doi dintre ei: unul din Mediaș și unul din Bistrița.

Instrumente și materiale

Au fost utilizate protocoale pentru răspunsul participanților.

Procedură

Participanții au avut de construit trei hărți conceptuale pe teme:

1. „marea corupție din România în mass-media”
2. „marea corupție din România așa cum este percepută de societatea românească”

3. „marea corupție din România așa cum este percepută de Uniunea Europeană”

Cerințele pentru cele trei situații au fost:

1. Care considerați că este imaginea promovată de mass-media din România în legătură cu problema mării corupții în România? (vă rugăm să treceți cele mai importante 10 aspecte)
2. Care considerați că este imaginea legată de marea corupție din România, așa cum este percepută ea de societatea românească? (tot așa, vă rugăm să treceți cele mai importante 10 aspecte)
3. Care considerați că este imaginea legată de marea corupție din România, așa cum este percepută ea de Uniunea Europeană? (vă rugăm să treceți cele mai importante 10 aspecte)

Participanților li s-a solicitat să treacă câte zece aspecte la fiecare hartă dar acest număr nu a fost strict, ei având posibilitatea să se oprească la mai puține concepte dacă considerau că nu mai au ce scrie sau să depășească acest număr, dacă doreau.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

În urma analizei protocoalelor participanților au rezultat un număr de peste 1000 de „concepte” legate de subiectul „marea corupție”. Numărul total de concepte activate de subiectul „marea corupție din România în mass-media” a fost de 450, pentru cea de-a doua hartă 430, iar pentru felul în care vede Uniunea Europeană subiectul mării corupții din România s-au elaborat 380 concepte. Desigur că o parte dintre aceste concepte s-au regăsit în toate cele trei hărți (de exemplu: „corupția la nivelul clasei politice”). Cu toate acestea foarte puține dintre ele au fost menționate de mai mult de cinci persoane pentru o „temă”, un tip de hartă.

Menționăm că frecvența de apariție a conceptelor a fost numărată de către doi evaluatori, în mod independent unul de celălalt, identificându-se toate conceptele care au fost menționate de cel puțin doi participanți.

Prezentăm în continuare acele aspecte care au fost menționate de cel puțin o pătrime din persoanele participante la acest studiu.

Tabelul 4

Frecvențele (cele mai mari) observate pentru „conceptele” din prima hartă

	mass-media oferă prea puține informații despre corupție, prezintă incomplet fenomenul	mass-media mușamalizează cazuri, prezintă fals cazurile, e părtinitoare, e coruptă, primează interesele patronilor de presă	corupția - subiect pentru știrile de scandal, de senzație, pentru rating	mass-media prezintă domeniile în care există corupție, demască corupția
prezentă	20	40	23	29
absentă	41	21	38	32
Total	61	61	61	61

Tabelul 5

Diferențe în prezența „categoriilor” primei hărți

	mass-media oferă prea puține informații despre corupție, prezintă incomplet fenomenul	mass-media mușamalizează cazuri, prezintă fals cazurile, e părtinitoare, e coruptă, primează interesele patronilor de presă	corupția - subiect pentru știrile de scandal, de senzație, pentru rating	mass-media prezintă domeniile în care există corupție, demască corupția
Chi-pătrat	7,230	5,918	3,689	,148
Prag de semnificație	.007	.015	.055	.701

Tabelul 6

Frecvențele (cele mai mari) observate pentru „conceptele” din cea de-a doua hartă

	banul face legea, trebuie să dai mită	Corupția este omniprezentă, în toate domeniile societății, la toate nivelurile	oamenii de rând nu pot face nimic pentru a schimba situația, „există și nu avem ce face”	dificil de înlăturat	diferențe între clasele/păturile sociale din cauza corupției
prezentă	31	24	22	19	19
absentă	30	37	39	42	42
Total	61	61	61	61	61

Tabelul 7

Diferențe în prezența „categoriilor” în cea de-a doua hartă

	banul face legea, trebuie să dai mită	corupția este omniprezentă, în toate domeniile societății, la toate nivelurile	oamenii de rând nu pot face nimic pentru a schimba situația, „există și nu avem ce face”	dificil de înlăturat	diferențe între clasele/păturile sociale din cauza corupției
Chi-pătrat	,016	2,770	4,738	8,672	8,672
Prag de semnificație	.898	.096	.030	.003	.003

Tabelul 8

Frecvențele (cele mai mari) observate pentru „conceptele” din cea de-a treia hartă

	corupția - o problemă a României	imagine negativă a României din cauza corupției	corupția amenință integrarea în UE
prezentă	19	15	22
absentă	42	46	39
Total	61	61	61

Tabelul 9

Diferențe în prezența „categoriilor” în cea de-a treia hartă

	corupția - o problemă a României	imagine negativă a României din cauza corupției	corupția amenință integrarea în UE
Chi-pătrat	8,672	15,754	4,738
Prag de semnificație	.003	.000	.030

Așadar se poate observa că nici un aspect (cu o singură excepție, la prima hartă, faptul că presa e coruptă și părtinitoare, $p < .05$) nu este menționat de către majoritatea participanților, ceea ce scoate în evidență caracterul personal, idiosincronic al reprezentărilor pe care le au indivizii legate de un astfel de subiect. Cu toate acestea se pot identifica anumite aspecte (puține la număr, după cum se poate constata) pe care le menționează cel puțin o pătrime din participanții chestionați, aspecte care probabil sunt mai „evidente”, mai accentuate, în contextul cultural românesc.

Ceea ce se poate constata este faptul că aceste concepte, cel mai frecvent menționate de participanți, sunt diferite pentru cele trei hărți. Așadar, alte concepte sunt menționate când participanții trebuie să prezinte „marea corupție” din punct de vedere al imaginii ei în mass-media; altceva este menționat când trebuie să caracterizeze același fenomen, dar din punct de vedere al modului în care este perceput de societatea românească (imagine care, de altfel, tot de mass-media a fost construită în mare parte, individul neputând verifica direct „cum vede societatea românească fenomenul corupției”) și o imagine diferită este prezentată atunci când este vorba de a reliefa fenomenul din punct de vedere al percepției Uniunii Europene (și aceasta fiind, de altfel, tot o construcție mediatică; și aici individul neavând informații directe despre „cum vede Uniunea Europeană marea corupție din România” – o parte dintre ei chiar menționând în hărțile lor acest aspect: „avem informații doar din mass-media despre părerea UE”). Și cu toate acestea, cu toate că, practic toate cele trei imagini pe care le avem asupra unui fenomen precum „marea corupție în România” sunt construcții mediatice, acestea nu sunt identice și nu vorbim de o singură imagine atunci când vorbim de un singur individ care are această imagine (mai corect aceste imagini). Ba mai mult, apar concepte specifice atunci când se vorbește de o anumită perspectivă (mass-media, societatea românească, UE), concepte care nu se reîntâlnesc și în celelalte două hărți propuse de fiecare subiect. Așadar, atunci când, de exemplu, societatea românească „se gândește” la corupție (hartă doi) i se pare că oricum „banul face legea” și „dacă vrei să trăiești bine trebuie să dai mită”, dar atunci când e vorba de UE (hartă trei din cercetarea noastră) apare ideea conform căreia „corupția strică imaginea României” și „trebuie rezolvată

problema corupției”, același subiect având toate aceste concepte integrate în reprezentarea sa referitoare la fenomenul „marii corupții”.

CONCLUZII

Așadar, rezultatele acestei cercetări demonstrează faptul că o anumită problemă propusă de mass-media, poate deveni una foarte reală pentru indivizi, în legătură cu care să proceseze o serie de informații și să-și formeze diverse reprezentări, cu toate că îi afectează mai mult sau mai puțin în experiențelor lor cotidiene. De asemenea, am confirmat și teza noastră conform căreia putem să deținem mai multe reprezentări, în același timp, în legătură cu o singură temă, iată, chiar și atunci când această temă nu este legată în mod nemijlocit de viața noastră și de preocupările noastre cotidiene.

Desigur, se pune întrebarea la ce folosesc aceste „reprezentări multiple” legate de un subiect, de o temă, de un concept. Pentru ce un sistem cognitiv ar irosi energie încercând să-și formeze astfel de reprezentări multiple dacă nu ar avea la ce să le utilizeze? Răspunsul la aceste întrebări este acela că de fapt sistemul cognitiv uman folosește aceste reprezentări pentru a se adapta la un mediu cultural complex, la niște interacțiuni sociale diverse, în care nu este suficient un singur tip de reprezentare legată de un concept ci mai degrabă e nevoie de reprezentări multiple și flexibile care să ajute la explicarea realității și la rezolvarea eficientă de probleme de către individ. Un individ cu o singură reprezentare pe o anumită problemă (de natură socială, relațională, de interacțiune inter-umană) nu ar putea face față complexității mediului social în care trăiește. Aceste reprezentări multiple pe care le deține îl ajută să își explice situațiile sociale complexe, schimbările de situație, elementele noi care apar în astfel de situații. Dacă un sistem cognitiv (individ sau grup) ar avea o singură reprezentare (legată de o temă) pe care să trebuiască să o modifice de fiecare dată când apare o nouă situație sau o nouă informație ar consuma mult mai multă energie; în vreme ce existența unor reprezentări variate pe o anumită problemă permite adaptarea flexibilă și oferă resurse multiple pentru interacțiunile sociale.

DIRECȚII ULTERIOARE DE CERCETARE

Considerăm rezultatele celor două studii prezentate în acest articol ca susținând ideea conform căreia mass-media, prin diverse conținuturi pe care le propune publicului, poate determina construirea unor reprezentări pe teme care nu au legătură cu viața trăită de indivizi, deci pe teme propuse în exclusivitate de mass-media. Aceste concluzii pot fi verificate și în legătură cu alte tipuri de conținuturi propuse de mass-media (cum ar fi conținuturile publicitare, de exemplu). De asemenea, menționăm că metoda hărților conceptuale, utilizată în studiile de față pentru identificarea reprezentărilor formate ca urmare a procesării informațiilor mediatizate poate fi folosită, de asemenea, și în vederea identificării reprezentărilor din alte domenii și pe alte genuri de probleme (de exemplu cele legate de mediul organizațional).

BIBLIOGRAFIE

- Briely D.A., Morris, M.W., Simonson, I. (2000). Reasons as carriers of culture: dynamic versus dispositional models of cultural influence on decision-making. *Journal of consumer research*, 27, 157-78.
- Bruner, J. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Choi, I., Nisbett, R.E. (1998). Situational salience and cultural differences in the correspondence bias and actor-observer bias. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 949-960.
- Chiu C-y, Morris M.W., Hong Y-y, Menon T. (2000). Motivated cultural cognition: the impact of implicit cultural theories on dispositional attribution varies as a function of need for closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 247-259.
- Cohen, D. (2001). Cultural variation: considerations and implications. *Psychological bulletin*. 127: 451-71.
- Cook, J. (1992). *Modeling staff perceptions of a mibile job support program for persons with severe mental illness*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Echterhoff, G., Higgins, E. T. & Groll, S. (2005). Audience – tuning effects on memory: the role of shared reality, *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 257 – 276.
- Galvin, P. F. (1989). Concept mapping for planning and evaluation of a Big Brother/Big Sister program. *Evaluation and Program Planning*, 12, 1, 53 -58.
- Gómez, A., Moreno, A., Pazos, J., Sierra-Alonso, A. (2000). Knowledge maps: an essential technique for conceptualisation. *Data & Knowledge Engeneering*, 33, 169-190.
- Gordon, J.L. (2000). Creating knowledge maps by exploiting dependent relationships. *Knoeledge-Based Systems*, 13, 71-79.
- Gurowitz, W. D., Trochim, W. & Kramer, H. (1988). A process for planning. *The Journal of the National Association of Student Personnel Administrators*, 25, 4, 226-235.
- Hermans, H. J. M. (2004). The innovation of self-narratives: A dialogic approach. În L. Angus & J. McLeod (Eds.), *The handbook of narrative and psychotherapy: Practice, theory, and research* (pp.175-191). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hinsz, V. B., Tindale, R. S. & Vollrath, D. A (1997). The emerging conceptualization of groups as information processes. *Psychological Bulletin*. 121(1), p. 43-64.
- Hong, Y-Y, Benet-Martinez, V., Chiu C-y, Morris M.W. (2003). Boundaries of cultural influence: construct activation as a mechanism for cultural differences in social perception. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 34, 453-464.
- Hoshmand, L. T. (2005). Narratology, cultural psychology, and counseling research, *Journal of Counseling Psychology*, 52, 178-186.
- Ji, L-j, Peng, K., Nibsett, R.E. (2000). Culture, control, and perception of relationships in the environment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 943-955.
- Kanagawa, C., Cross, S.E., Markus, H.R. (2001). "Who am I?" The cultural psychology of the conceptual self. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 90-103.
- Kane, T. J. (1992). *Using concept mapping ti identify provider and consumer issues regarding housing for persons with severe mental illness*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Knoeles, E.D., Morris, M.W., Chiu, C-y, Hong, Y-Y. (2001). Culture and processes of person perception: evidence for automaticity among East Asians in correcting for situational influences on behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27: 1344-1356.
- Lassegard, E. (1993). *Conceptualization of consumer needs for mental health services*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Dallas, TX.

-
- Linton, R. (1989). Conceptualizing feminism: Clarifying social science concepts. *Evaluation and Program Planning*, 12, 1, 25-30.
- Mannes, M. (1989). Using concept mapping for planning the implementation of a social technology. *Evaluation and Program Planning*, 12, 1, 67-74.
- Marquart, J. M. (1988). *A pattern matching approach to link program theory and evaluation data: the case of employer-sponsored child care*. Teză de doctorat, Cornell University, Ithaca, New York.
- Marquart, J. M. (1992). *Developing quality in mental health services: Perspectives of administrators, clinicians, and consumers*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Marquart, J. M., Pollak, L., și Brickman, L. (1993). Quality in intake assessment and case management: Perspectives of administrators, clinicians and consumers. În Friedman et al. (Eds.), *A system of care for children's mental health: Organizing the research base*. Tampa: Florida Mental Health Institute, University of South Florida.
- McAdams, D.P. (2001). The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 5, 2, 100-122.
- Morris, M.W. & Fu, H-Y. (2001). How does culture influence conflict resolution? A dynamic constructivist analysis. *Social Cognition*, 19, 324-349.
- Nonaka, I. & Nishiguchi, T. (2001). *Knowledge emergence: Social, Technical, and Evolutionary Dimensions of Knowledge Creation*. New York: Oxford University Press.
- Novak, J. (1993). *The theory underlying concept maps and how to construct them*. Preluat în data de 16 februarie 2004 de pe <http://cmap.coginst.uwf.edu/info>.
- Penney, N. E. (1992). *Mapping the conceptual domain of provider and consumer expectations of inpatient mental health treatment: New York Results*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Ryan, L. & Pursley, L. (1992). *Using concept mapping to compare organizational visions of multiple stakeholders*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Shern, D. L. (1992). *Documenting the adaptation of rehabilitation technology to a core urban, homeless population with psychiatric disabilities: A concept mapping approach*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.
- Trochim, W. M. K. (1989). An introduction to concept mapping for planning and evaluation. Preluat în data de 16 februarie 2004 de pe: <http://trochim.human.cornell.edu/research/epp1/epp1.htm>.
- Trochim, W. M. K. (1993). The reliability of concept mapping. Preluat în data de 16 februarie 2004 de pe: <http://trochim.human.cornell.edu-research/reliable/reliable.htm>.
- Trochim, W. & Cook, J. (1992). Pattern matching in theory-driven evaluation: A field example from psychiatric rehabilitation. În H. Chen și P. H. Rossi (Eds.) *Using theory to improve programs and policy evaluations*. Greenwood Press, New York, 49-69.
- Valentine, K. (1992). *Mapping the conceptual domain of provider and consumer expectations of inpatient mental health treatment: Wisconsin results*. Lucrare prezentată la Conferința Anuală a Asociației de Evaluare Americană, Seattle, WA.