

# Ipostazele comunicării de masă

Media în era digitală

Joseph R. Dominick

Traducere de Mihai Mănăstireanu  
Ana-Valentina Florescu  
Aura Bărică

Prefață de Alina Bârgăoanu

Ediție îngrijită de Dan Flonta  
Tehnoredactor: Cristian Lupeanu  
Coperta: Lucian Pricop

*The Dynamics of Mass Communication: Media in The Digital Age* by Joseph R. Dominick  
Copyright © 2002, 1999, 1996, 1994, 1993, 1990, 1987, 1983 by The McGraw-Hill Companies, Inc.  
All rights reserved.

Toate drepturile asupra acestei versiuni aparțin Editurii Comunicare.ro, 2009

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice  
Strada Povernei 6, București  
Tel./fax: 021 313 58 95  
E-mail: difuzare@comunicare.ro  
www.editura.comunicare.ro

#### **Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

#### **DOMINICK, R. JOSEPH**

**Ipostazele comunicării de masă: media în era digitală** / Joseph R. Dominick;  
trad.: Mihai Mănăstireanu, Ana-Valentina Florescu, Aura Bărică  
pref.: Alina Bârgăoanu. – București: Comunicare.ro, 2009

Bibliogr.

Index.

ISBN 978-973-711-203-3

# Cuprins

<b>I</b>	<b>Partea I</b>	<b>Natura și istoria comunicării de masă</b>	<b>1</b>	<b>IV</b>	<b>Partea a IV-a</b>	<b>Profesiuni specifice în mass-media</b>	<b>327</b>
	Capitolul 1	Comunicarea de masă și alte forme de comunicare	2		Capitolul 12	Colectarea și transmiterea știrilor	328
	Capitolul 2	Perspective asupra comunicării de masă	29		Capitolul 13	Relațiile publice	351
	Capitolul 3	Contextul istoric și cultural	54		Capitolul 14	Publicitatea	371
<b>II</b>	<b>Partea a II-a</b>	<b>Media tipărită</b>	<b>81</b>	<b>V</b>	<b>Partea a V-a</b>	<b>Mijloace de control în mass-media</b>	<b>397</b>
	Capitolul 4	Ziarele	82		Capitolul 15	Mijloace formale de control: legi, reguli, reglementări	398
	Capitolul 5	Revistele	118		Capitolul 16	Etica și alte mijloace informale de control	432
	Capitolul 6	Editarea de carte	143	<b>VI</b>	<b>Partea a VI-a</b>	<b>Impact</b>	<b>457</b>
<b>III</b>	<b>Partea a III-a</b>	<b>Media electronică</b>	<b>167</b>		Capitolul 17	Satul global: sisteme media internaționale și comparative	458
	Capitolul 7	Radioul	168		Capitolul 18	Efectele sociale ale comunicării de masă	480
	Capitolul 8	Înregistrările audio	198		Glosar		517
	Capitolul 9	Filmul	228		Indice		526
	Capitolul 10	Televiziunea	260				
	Capitolul 11	Internet și World Wide Web	301				

I  
PARTEA I

Natura  
și  
istoria  
comunicării  
de  
masă

# 1 Comunicarea de masă și alte forme de comunicare

Totul a început destul de inocent. În după-amiaza zilei de 4 mai 2000, un angajat al biroului din Hong Kong al unei firme americane a primit un e-mail anonim, al cărui titlu era „ILOVEYOU“. Atașamentul e-mailului se chema „LOVE-LETTER-FOR-YOU.TXT.VBS“. Curios să afle identitatea expeditorului, angajatul a dat clic pe mesaj, pentru a-l deschide. Din acel moment, lucrurile au încetat să mai fie inocente.

Atașamentul conținea un virus care a infectat fotografiile digitale și fișierele de muzică digitală stocate pe hard diskul calculatorului, a invadat lista de adrese de pe Microsoft Outlook a calculatorului și s-a transmis fiecăreia dintre adresele respective, blocând serverele de e-mail. Mai grav decât atât, virusul a scanat hard diskul în căutare de parole și a încercat să le trimită prin e-mail unei adrese din Filipine.

Prin intermediul calculatoarelor din Asia, virusul a ajuns în foarte scurt timp la calculatoarele din Europa, făcând ravagii în urma sa. În Germania, virusul a distrus peste 2.000 de fotografii digitale din arhiva unui ziar central. În Belgia, ATM-rile nu au mai putut funcționa din clipa în care virusul le-a atacat sistemele. Parlamentul britanic a fost forțat să-și închidă toate computerele, pentru a evita infectarea. Conform estimărilor, au fost scoase din funcțiune 70% dintre computerele din Germania, Olanda și Suedia.

Nu au scăpat nici Statele Unite. Au fost infectate patru sisteme de e-mail strict secrete ale Departamentului Apă-

rării. Toate calculatoarele de la cartierul general al campaniei prezidențiale a lui George W. Bush au trebuit să fie închise. Secretarul de stat din Georgia a descoperit că peste 1.000 de fișiere din biroul său au fost distruse. Sistemele de e-mail ale centrelor financiare de pe Wall Street au fost paralizate. Pe măsură ce tot mai multe sisteme de poștă electronică de pe întregul teritoriu al țării se blocau, angajații și-au dat seama cât de mult începuseră să depindă de e-mail și s-au străduit să-și facă treaba fără ajutorul acestei tehnologii care în urmă cu zece ani nici nu exista. Peste 300.000 de computere din Statele Unite au fost infectate doar la câteva ore de la primul mesaj care conținea virusul.

Acesta a făcut maximum de pagube în numai 48 de ore. Se estimează că totalul pagubelor de pe urma fișierelor pierdute și a timpului de lucru pierdut de persoanele ale căror calculatoare au fost

afectate, din toată lumea, se ridică la o sumă între 10 și 15 miliarde de dolari.

Încercând să dea de urma expeditorului acestui virus, autoritățile au arestat un student al unei facultăți de profil tehnic din Filipine. În timpul interogatorului, studentul a recunoscut că e posibil să fi trimis virusul din întâmplare. Deși au existat bănuiele că el ar fi și autorul virusului, tânărul nu a recunoscut niciodată acest lucru. (Interesant este că, la ora arestării lui, Filipine nu avea nici o lege împotriva criminalității IT. Studentul a fost dat în judecată pentru



*Virusul „I Love You“ părea să fie inocent, dar a paralizat computere de pe întreg mapamondul.*

fraudă și hoție, dar până la urmă procesul nu a mai avut loc, întrucât un tribunal din Filipine a decis că legile existente la acea oră nu se aplică în respectivul caz.)

Comunicarea dintre oameni e un lucru fragil. La începutul noului secol, progresele tehnologice au crescut atât viteza, cât și aria de acoperire a comunicării umane, dar, așa cum arată exemplul de mai sus, aceasta s-ar putea să fie mai fragilă ca niciodată. Să luăm în considerare următoarele exemple:

- Un computer al poliției din Fort Worth, Texas, programat să execute apeluri telefonice automate, a pornit singur la ora 3 dimineața, trezind locatarii din 400 de case cu o invitație înregistrată de participare la un forum al comunității.
- O eroare informatică produsă la o companie de telefonie din Sao Paolo, Brazilia, a făcut ca un client să primească o notă de plată lunară de 43 de milioane de dolari.
- În Ucraina, un om de afaceri a cumpărat 50 de pagere și le-a pus pe bancheta din spate a mașinii sale. Computerul companiei care vinde aceste pagere trimite automat mesajul „Felicitări pentru afacerea reușită!” fiecărui pager vândut, la câteva minute după activarea sa. Cum vă așteptați probabil, toate cele 50 de pagere de pe banchetă au pornit simultan, sperându-l pe posesorul lor atât de tare, încât acesta a intrat cu mașina într-un stâlp.
- La vremea punerii sub acuzare a președintelui Clinton, senatorii americani și-au semnat declarațiile cu un stilou ceremonial pe care erau inscripționate cuvintele „Untied States Senator”<sup>1</sup>. Se pare că designerii acestui stilou s-au bazat pe un program de verificare a ortografiei pentru a găsi greșeli în textul inscripționat, iar programul nu a găsit nici un cuvânt scris greșit.
- Un student care a realizat coperta pentru ghidul de uz intern al unei facultăți cu profil religios din Sud s-a hotărât să utilizeze drept fundal un mozaic de sute de imagini mici. A descărcat de pe un site de pe internet un mozaic care părea adecvat și a prelucrat puțin imaginile, încetșându-le, cu ajutorul unui program profesional. Din păcate, nu s-a uitat cu suficientă atenție la imaginile miniaturale pe care le folosea. La publicarea ghidului, studenții cu ochi mai ageri au observat în mozaicul respectiv sute de imagini pornografice.

Dar comunicarea o poate lua razna chiar și atunci când se utilizează tehnici mai simple. De exemplu:

- O tipografie a produs milioane de timbre poștale cu Marele Canion până ca cineva să observe, într-un sfârșit, că pe timbre scria că Marele Canion e în Colorado, în loc de Arizona.
- În Marea Britanie, Ministerul Educației a tipărit 50.000 de postere de promovare a învățământului cu cuvântul „vocabulary” scris ca „vocablur”<sup>2</sup>.
- Titlu într-un ziar din San Diego: „Sondajul arată că 53% dintre cei intervievați cred că mass-media adesea greșește”.
- Criticând viziunile politice ale candidatului necâștigător la președinție Pat Buchanan, William Bennett a spus: „It’s a real us-and-them kind of thing”<sup>3</sup>. În *New Yorker*, cuvintele lui au apărut în felul următor: „It’s a real S&M kind of thing”<sup>4</sup>.
- *Newsweek* a trebuit să retragă de pe piață un tiraj de câteva sute de mii de exemplare ale unui număr din *Your Child*, pentru că în revistă se spunea că bebelușilor în vârstă de cinci luni li se pot da bucățele de morcovi și biscuiți, lucru care la această vârstă poate provoca sufocarea.
- Din CV-ul unui student în ultimul an: „Dactilografiez rabid”.
- Din buletinul unei biserici: „Joi seara – cină pentru săraci, urmată de rugăciune și medicație”.
- Pe un poster expus în cinstea unor demnitari filipinezi sosiți în vizită la biblioteca publică din San Jose, California, ar fi trebuit să scrie „Bine ați venit” în dialectul nativ al oaspeților. Însă ceva s-a pierdut în timpul traducerii, și pe poster se putea citi, de fapt, „Ești circumcis”.

Aceste exemple, aparent fără legătură între ele, de probleme generate de tehnici mai vechi sau mai noi ilustrează mai multe tipuri de comunicare umană. Ele variază de la ipostazele cele mai simple – scrierea unui CV – la cele mai complicate – publicarea unei reviste. În ciuda aparentei lipse de asemănări, toate aceste ilustrări au în comun anumite elemente ale comunicării. O privire asupra acestor elemente ne va servi drept punct de plecare pentru examinarea diferențelor dintre comunicarea de masă și alte forme de comunicare.

<sup>1</sup> În traducere literală, „Senator al Statelor Dezlegate” (n. tr.).

<sup>2</sup> În original, *vocablury*, *blur* însemnând „obscuritate”, „încețoșare”, „pată” (n. tr.).

<sup>3</sup> „E între noi și ei” (n. tr.).

<sup>4</sup> „E o chestie sado-masochistă” (n. tr.).

## ELEMENTE ALE PROCESULUI DE COMUNICARE

La nivel general, evenimentele de comunicare implică următoarele:

1. O sursă.
2. Un proces de codificare.
3. Un mesaj.
4. Un canal.
5. Un proces de decodificare.
6. Un receptor.
7. Potențial pentru feedback.
8. Posibilitatea interferenței cu diverse tipuri de mesaj (zgomot).

Figura 1-1 înfățișează procesul de comunicare. Ne vom referi la această figură pe măsură ce vom examina procesul mai în amănunt.

### ■ Transmiterea mesajului

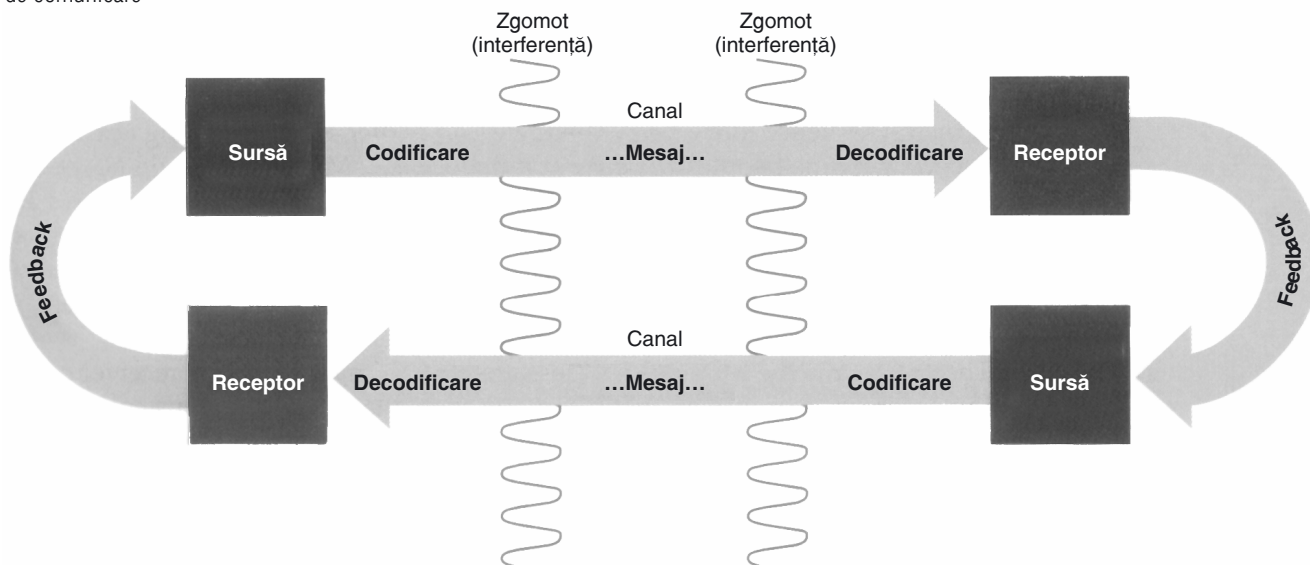
La început este **sursa** care inițiază procesul, pornind de la un gând sau o idee pe care dorește să o transmită unei alte entități. Firește, sursele diferă din punct de vedere al abilităților de comunicare („Garçon... Aș dori un boeuf haché grillé au charbon de bois“, față de „Vreau și io un hamburger“). Sursa îl poate cunoaște sau nu pe receptorul mesajului. Dacă discuți cu colegul de cameră, știi probabil că există niște subiecte care l-ar scoate din sărite. Așa că eviți să le abordezi (de cele mai multe ori). Sau mai există și situația inversă, în care mă aflu eu acum, scriind aceste rânduri, fără să am o idee precisă despre ce fel de oameni le vor citi, și fără să am habar ce vor face în timp ce le vor citi (și e, probabil, cel mai bine așa). Sursele pot fi indivizi, grupuri sau chiar organizații. În cazul revistei *Newsweek* din exemplul dat mai sus, sursa era chiar publicația respectivă. În exemplul cu poliția, sursa e mai greu de stabilit. La prima vedere, pare că sursa aceluși mesaj rătăcit e chiar computerul. Dar, la o examinare mai atentă, dat fiind faptul că acel computer a fost programat de oameni, sursa reală pot fi chiar persoanele respective.

**Codificarea** se referă la activitățile prin care trece o sursă pentru a traduce gânduri și idei într-o formă care poate fi percepută de simțuri. Atunci când ai ceva de spus, creierul și limba cooperează (de obicei) pentru a produce cuvinte și fraze vorbite. Atunci când scrii, creierul și degetele cooperează pentru a produce anumite forme pe hârtie, cu cerneală sau altceva care lasă urme pe hârtie. Dacă ai încerca să comunici cu cineva care are deficiențe de vedere, ai putea face o serie de găuri pe hârtie, care ar putea fi simțite de persoana respectivă prin simpla atingere cu mâna. Dacă ai fi regizor la Hollywood, ai îndrepta aparatul de filmat asupra unei scene care recrează imaginea pe care tu o ai în minte, și ai capta lumina cu ajutorul unor substanțe chimice sensibile la lumină. Pe parcursul unei comunicări, codificarea se poate face o dată sau de mai multe ori. Într-o conversație față-în-față, vorbitorul își codifică gândurile în vorbe. La telefon, această fază se repetă, dar aici există în plus codificarea ulterioară a undelor de sunet în energie electrică. Unii oameni codifică mai bine ca alții, așa cum unele mașini codifică mai bine decât altele. Muzica înregistrată pe un aparat de 40.000 de dolari într-un studio de sunet va suna probabil mai bine decât cea înregistrată pe un casetofon portabil.

**Mesajul** este produsul fizic real pe care sursa îl codifică. Atunci când vorbim, discursul nostru este chiar mesajul. Când scriem o scrisoare acasă, mesajul este ceea ce punem pe hârtie. Când un canal de televiziune prezintă *Frasier* sau *Spitalul de urgență*, mesajul este reprezentat chiar de programele respective. În principiu, oamenii dispun de multe tipuri de mesaje pe care le pot trimite, variind de la cele simple, dar eficiente, cum ar fi „Nu!“ , la ceva foarte complicat, cum

Figura 1-1

Elementele procesului de comunicare



ar fi de pildă *Originea speciilor* de Darwin. Mesajele pot fi adresate către o singură persoană („Obrăznicătură ce ești!“) sau către milioane de oameni (revista *People*). Mesajele pot fi produse ieftin (cuvântul rostit) sau scump (această carte). Unele mesaje pot fi controlate de receptor mai mult decât altele. Gândiți-vă, de pildă, la dificultatea sau ușurința cu care puteți întrerupe comunicarea (1) într-o conversație față-în-față cu o altă persoană, (2) în timpul unei conversații telefonice și (3) în timp ce urmăriți o reclamă la televizor.

**Canalele** sunt căile prin care mesajul călătorește către receptor. Undele de sunet transmit cuvintele rostite; undele de lumină poartă cu ele mesajele vizuale. Curenții de aer pot servi drept canale olfactive, aducând mesajul la nasul nostru – mesaje subtile, dar nu mai puțin semnificative. Ce fel de mesaj primim de la o persoană care miroase a Chanel 5? Sau a Brut? Sau a usturoi? Atingerea e și ea un canal (vezi alfabetul Braille). Unele mesaje folosesc mai multe canale pentru a ajunge la receptor. Semnalele radio călătoresc prin radiația electromagnetică până când sunt transformate de aparatele de recepție în unde de sunet, care călătoresc prin aer către urechile noastre.

## ■ Primirea mesajului

Procesul de **decodificare** este opusul celui de codificare. El constă în activități ce traduc sau interpretează mesajele fizice într-o formă care are un înțeles pentru receptor. Pe măsură ce citiți aceste rânduri, decodificați un mesaj. Dacă ascultați ceva la radio în timp ce decodificați aceste rânduri, decodificați două mesaje simultan – unul auditiv și celălalt vizual. Atât oamenii, cât și aparatele pot fi considerați decodori. Radioul este un decodor, la fel ca și dispozitivul de redare al unui aparat video, telefonul (un capăt codifică și celălalt decodifică) ori un proiector de film.

Un singur proces de comunicare poate implica mai multe etape de decodificare. Un reporter asistă la o ședință a consilierilor primăriei și ia notițe (decodifică); el sau ea telefonează unui coleg de la birou, care dactilografiază reportajul care îi este dictat (decodificare). Reportajul este