

Institut d'études politiques de Lyon

**Le processus de dépendance aux médias et ses implications sur la participation politique en
Serbie**

Résumé de thèse doctorale

Ljubisa Bojic

8/8/2013

Sous la direction du professeur Jean-Louis Marie

Table des matières

Introduction.....	3
Questions.....	5
Aliénation, anomie et société de masse	13
Hypothèses	18
Littérature contemporaine	20
Qu'est-ce que l'addiction et la participation.....	25
Situation en Serbie	30
Méthodologie	34
Résultats et conclusion.....	35
Références.....	42

Introduction

L'apparition commerciale des nouveaux médias – l'internet, a changé la vie des gens à travers le monde. Le nombre d'utilisateurs d'internet a augmenté des 16 millions en 1995 à 2,7 milliards en 2013. Deux caractéristiques cruciales de l'internet peuvent permettre d'expliquer son déploiement sur 38,8% de la population mondiale (internet World Stats, 2013).

Premièrement, il s'agit d'un média interactif. Contrairement à la télévision, la radio et la presse, l'internet permet à ses usagers de l'utiliser comme une plate-forme de communication, par exemple, par le biais des commentaires apportés aux informations, la communication sur les réseaux sociaux et la rédaction de courriers électroniques.

La deuxième caractéristique cruciale de l'internet peut être son accessibilité. Par le biais de la technologie sans fil et des formes diverses de hardware, tels les téléphones portables, les tablettes, les net-books, les ordinateurs portables, les ordinateurs de bureau et les postes de télévision, l'internet est accessible à tout moment, de n'importe quel lieu.

Outre l'utilisation pratique de l'internet, évidente, en vue de l'accélération de la communication, il n'a pas été prêté beaucoup d'attention aux dangers possibles que le nouveau médium représente pour les sociétés à travers le monde. Cette étude essaie de découvrir ce que l'apparition d'un nouveau médium a apporté aux sociétés à travers le monde, par le biais d'une « vision plus large » - la dépendance à tous les médias et leur impact sur la participation politique.

Il y a des indices qui démontrent l'augmentation de l'utilisation des médias. De même, des diverses sortes de participation sont en baisse. Les données qui suivent indiquent l'augmentation de l'utilisation des médias et la baisse de la participation.

Nielsen (2009) suggère que le nombre de propriétaires des postes de télévision a connu une croissance entre 1975 et 2010 aux Etats-Unis. Pendant cette période, le nombre de foyers avec trois postes de télévision a augmenté de 11 à 55%. Cela indique aussi l'augmentation de l'utilisation des médias. Aguiar & Hurst (2007) pointent l'augmentation de la mesure de divertissement 1, qui englobe l'utilisation des médias de 1975 à 2003. D'après le site internet eMarketer (2011), le temps passé en moyenne quotidiennement dans la consommation des médias principaux par les adultes américains a augmenté des 635 à 693 minutes entre 2008 et

2011. L'augmentation a été notée dans les domaines d'utilisation de la télévision, de l'internet et de la téléphonie portable, et des baisses faibles ont été mesurées dans les domaines de radio, de presse, des magazines et des autres médias. Ces données indiquent clairement l'augmentation de l'utilisation générale des médias.

Le nombre d'appareils pour les medias est en hausse également. Par exemple, en Inde, en 2000, il y avait 2 millions d'appareils téléphoniques, tandis qu'en 2010, leur nombre dans ce pays est parvenu à 545 millions. Par exemple, la vente d'Ipods en 2002 s'élevait à 381000, tandis que ce nombre avait sauté jusqu'à 52,3 millions à l'échelle globale en 2010.

Il est logique que cette croissance ait engendré également l'augmentation des contenus générés par les utilisateurs. Les contenus mis en ligne en sont la meilleure illustration. En 2004, il y avait 3 millions de blogs, tandis que leur nombre est parvenu à 130 millions en 2010 (Elliot, 2010).

D'autres données pointent la baisse de la communication directe et des activités participatives. Putnam (2000) met en relief la baisse des activités sportives, tandis qu'il montre que les matchs sont plus suivis qu'avant par le biais de la télévision. Il ajoute aussi la baisse remarquable des différentes sortes d'activités participatives. L'auteur vietnamien Le (2001) note la baisse de la socialisation des enfants, due à l'activité sur l'ordinateur, en opposition aux livres de coloriage. Pergamsa & Zaradicb (2006) écrivent sur la baisse des visites aux parcs naturels, qui coïncide avec la montée des médias de divertissement électroniques aux Etats-Unis.

NPD (2011) note la baisse de la socialisation entre enfants avec leur âge et son remplacement par les autres formes de socialisation, tels les réseaux sociaux, l'utilisation du téléphone portable et la discussion instantanée.

Putnam (2000) montre la croissance régulière de la participation dans les activités sociales depuis le début du siècle jusqu'aux années 60 et son déclin régulier depuis. Les Américains passent beaucoup moins de temps ensemble qu'ils ne le faisaient jadis. Les Américains ne parlent plus autant par téléphone qu'ils ne le faisaient avant. Putnam examine un grand nombre d'activités, y compris la participation dans des activités organisées, de même que des activités sociales informelles tels les dîners, la socialisation au poste de travail, les clubs de cartes et les conversations dans les bars avoisinants. Il conclut que la participation a connu une baisse significative. Le nombre de membres d'organisations a diminué de 10 à 20%. Même dans des organisations formelles, les membres se rencontrent rarement. Ils paient simplement leurs

cotisations, laissant aux professionnels la gestion des organisations. La participation aux clubs et autres associations a noté une baisse fulgurante. La fréquentation d'églises est en baisse aussi.

L'audience du film et des autres divertissements passifs est en hausse, écrit Putnam. La dépendance à la télévision en quête de divertissement n'est même pas un prédicteur significatif du désengagement civique. C'est le prédicteur le plus consistant découvert par Putnam. La raison pour laquelle la consommation des contenus télévisuels est mis en rapport tellement négatif avec la connexité sociale est parce qu'elle crée une pseudo connexion personnelle, affirme Putnam. Le plus de temps qu'on passe en regardant les nouvelles, plus on est actif dans la communauté, tandis que le plus de temps qu'on passe en regardant les soap operas, moins on est actif dans la communauté.

Les données citées ci-dessus indiquent l'augmentation de l'utilisation des médias et la diminution de la participation, entre autres politique. C'est pourquoi l'examen du rapport entre la dépendance aux médias et la participation politique est le but de la présente étude.

Questions

Le tableau 1 présente les processus présumés de dépendance aux médias. Dans ce tableau sont indiquées les principales étapes dans la dépendance aux médias. Il commence avec des valeurs personnelles, parce qu'elles peuvent être en rapport avec la société moderne, comme, par exemple, le succès social, qui peut être promu par les médias au détriment d'un désir intime. Entre autres, dans les medias modernes, l'espace publicitaire est consacré à la promotion des biens matériels. Bien que l'espace publicitaire ait certains bons aspects, des compagnies l'utilisent parfois pour manipuler les gens, par la promotion de la possession des valeurs matérielles en tant que signes de succès social. L'aspiration vers des valeurs matérielles peut engendrer la négligence du bien-être spirituel. Pour cette raison, l'examen de la relation entre les aspirations sociales et les aspirations privées peut aider à déterminer si la dépendance aux medias est au cœur du concept même de société moderne.

L'aspect suivant du tableau examine aussi les racines de la dépendance aux medias. S'il est supposé que les personnes, qui valorisent le succès social en opposition à la réalisation

personnelle, sont plus susceptibles de devenir dépendantes aux medias, la question suivante logique est celle sur les sources de la dépendance aux médias. Il est supposé, dans cette étude, que les sources de la dépendance aux medias peuvent provenir, dans une situation de stress, de la famille, de l'emploi, de l'école ou des rapports envers les normes éthiques et morales. Par exemple, une personne n'est pas capable de réaliser un but professionnel, comme occuper la fonction de président d'une compagnie, ou un but personnel, comme se marier avec telle personne, ou éducatif, comme s'inscrire dans une université d'élite, ou son système de valeurs est confronté aux normes généralement acceptées. Ces « conflits psychologiques » peuvent se traduire par la dépendance aux médias. Dans le Tableau 1, ces confrontations sont nommées « répressions » qui peuvent provenir des domaines divers de la vie, y compris la famille, l'éducation, l'emploi et les normes éthiques et morales.

Le tableau 1 montre aussi que certaines personnes peuvent être plus susceptibles de devenir dépendantes aux medias, par rapport à d'autres. Par exemple, ceux qui utilisent les médias pour le divertissement ou pour la recherche d'informations, peuvent être plus enclins à développer une dépendance aux médias. Certains médias peuvent être plus addictifs que d'autres: les nouveaux médias envers les anciens médias. Certaines applications, utilisées dans ces medias ou programmes, peuvent s'avérer plus addictives que d'autres: l'amusant envers le pratique. De même, une sorte de contenu de ces applications ou programmes peut provoquer une plus grande dépendance que les autres contenus: le réaliste envers l'irréaliste.

Ces caractéristiques et choix peuvent produire des dépendants, qui sont conscients ou inconscients de leur propre dépendance. Cette étude examine les types de dépendants, les répartissant en deux groupes principaux: les conscients de leur dépendance et les inconscients.

Finalement, les conséquences de la dépendance, d'après le Tableau 1, sont réparties en invisibles, semi-visibles et visibles, y compris la possibilité de négligence de la famille, du travail et des obligations participatives. Le but de cette étude est de découvrir les effets de la dépendance aux medias sur la participation politique. Il s'agit là d'une question dont les enjeux sont importants et pour cette raison l'examen des conséquences de la dépendance aux médias peut être significatif.

Le Tableau 1 présente la dépendance aux medias comme un cercle infini pour les individus et la société, supposant que le stress crée la dépendance, qui réduit la participation

politique, qui, de son côté, aide la création de davantage de stress, créant, par la suite, davantage de dépendance.

Processus menant vers la dépendance aux médias

L'impact des médias sur les sociétés

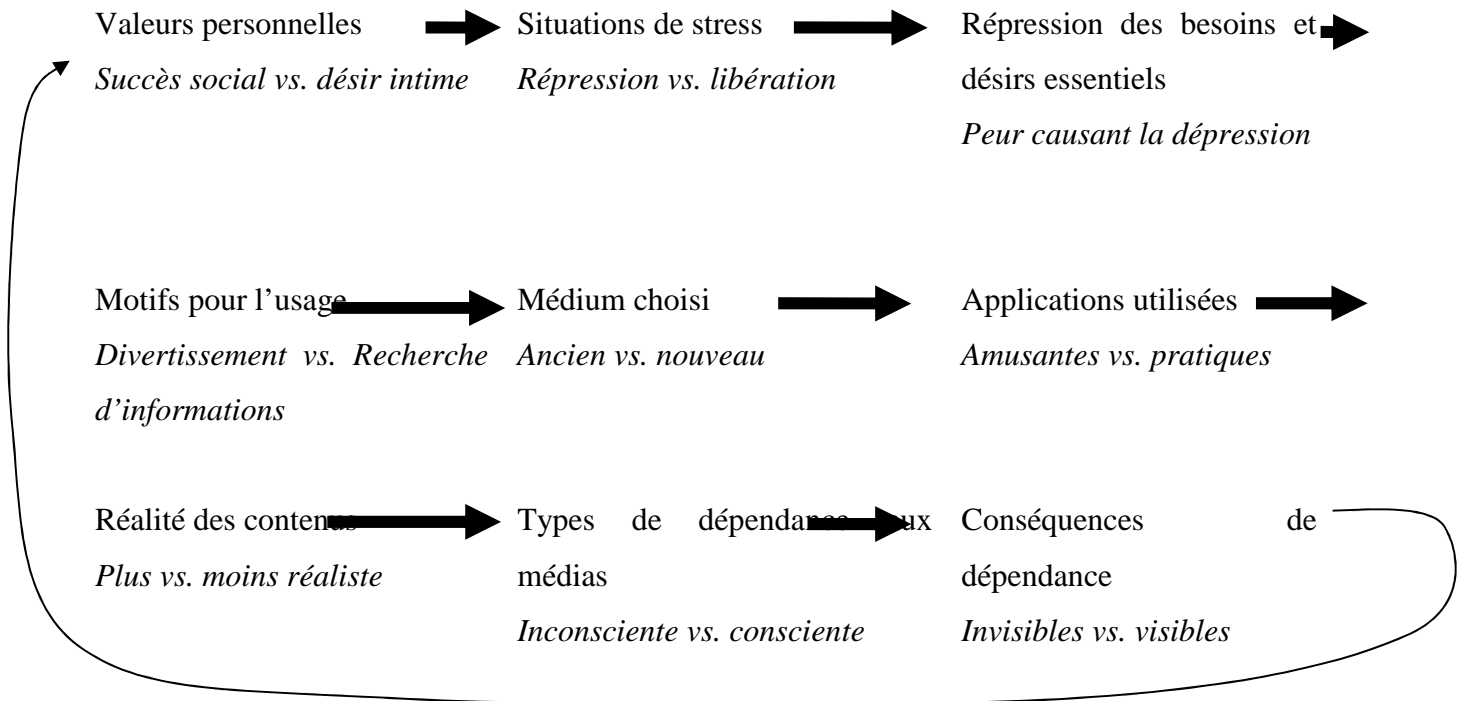


Tableau 1 Evénements menant vers la dépendance aux médias

Cette étude exploratoire tend à élargir les recherches précédentes en posant des questions suivantes relatives à la recherche, globales, larges et spécifiques. La question globale est marquée par le numéro 1. Les questions larges, au sein de la question globale, sont marquées par les numéros 1.1, 1.2 et 1.3. Les questions spécifiques, au sein des questions larges, sont marquées par un numéro additionnel, ajouté au numéro symbolisant la question large, par exemple 1.2.1. Les questions sont les suivantes.

1. L'augmentation de la dépendance aux medias cause-t-elle la diminution de la participation politique?

1.1 Quelles sortes de personnes deviennent plus facilement dépendantes aux médias?

1.1.1 Les personnes qui considèrent le succès social comme plus important par rapport aux désirs intimes ont-elles un niveau plus élevé de dépendance aux médias?

1.1.2 Les personnes qui répriment leurs besoins et désirs essentiels démontrent-elles un niveau plus élevé de dépendance aux médias?

1.1.3 Les personnes qui recourent aux medias pour s'amuser démontrent-elles des niveaux plus élevés de dépendance aux médias, contrairement aux individus qui recourent aux médias pour obtenir des informations?

1.1.4 Les personnes qui ont certaines préoccupations dans la vie sont-elles plus dépendantes aux médias que les autres et quelles sont ces préoccupations?

1.1.5 Les jeunes sont-ils plus dépendants aux medias que les personnes âgées?

1.1.6 Les personnes moins éduquées sont-elles plus dépendantes aux médias que les personnes plus éduquées?

1.1.7 Quelles sont les caractéristiques principales des types de dépendance aux médias?

1.1.8 Les personnes qui se sentent réprimées par leur famille, les normes éthiques, l'éducation et leur poste de travail montrent-elles des niveaux élevés de dépendance aux médias, contrairement à celles qui se sentent libres au sein de leurs familles?

1.2 Les personnes sont-elles plus dépendantes aux medias anciens ou nouveaux?

1.2.6 Les nouveaux medias provoquent-ils une plus grande dépendance que les anciens ?

- 1.2.7 Quelles caractéristiques de l'internet, de la télévision, de la radio et de la presse provoquent une plus ou moins grande dépendance (de par la nature du médium)?
- 1.2.8 Les applications amusantes sur internet peuvent-elles développer plus de dépendance que les applications pratiques?
- 1.2.9 Les personnes qui se fréquentent en ligne sont-elles plus dépendantes aux médias que les personnes qui se fréquentent matériellement ?

1.3 Quelles sont les conséquences de la dépendance aux médias?

1.3.1 L'usage de l'internet provoquant la dépendance peut-il influencer les capacités d'expression et de réception des autres médias?

1.3.2 Les personnes qui craignent le présent et le futur sont-elles plus dépendantes aux médias?

1.3.3 Les personnes qui ne sont pas intéressées par la politique sont-elles plus dépendantes aux médias?

1.3.4 Les personnes qui ont moins de savoir en politique sont-elles plus dépendantes aux médias?

1.3.5 Les personnes qui participent peu aux élections sont-elles plus dépendantes aux médias?

La question principale de cette étude (question numéro 1) porte sur la relation entre la dépendance aux médias et la participation politique. Cette question provient des recherches antérieures, qui ont indiqué l'augmentation de l'usage des médias parallèle à la baisse de la participation politique. L'établissement du rapport entre la dépendance aux médias et la participation politique est le but de la présente étude, en raison d'une pénétration de plus en plus prononcée des médias dans la vie des gens et l'apparition de nouveaux médias. De nouveaux appareils apparaissent pour faciliter l'usage de l'internet sur le champ. La technologie change tous les jours, devenant partie intégrante de la vie des gens. Il est possible de voir les bons côtés et le danger des nouvelles technologies. Cette étude examine un danger possible provenant de la nouvelle technologie – la dépendance aux médias. Le danger social principal causé par la

technologie peut être la baisse de la participation politique. Si les gens utilisent largement de plus en plus les médias, ils n'auront peut-être plus le temps pour voter ou pour participer aux activités d'intérêt commun quelles qu'elles soient. C'est pourquoi la question principale de cette étude essaie de découvrir si la dépendance aux médias cause la baisse de la participation politique.

La question numéro 1.1 examine si certaines caractéristiques des personnes les rendent potentiellement plus susceptibles de devenir dépendantes aux médias. L'idée est de cerner des groupes de gens exposés au risque de dépendance aux médias.

La première question dans ce groupe de questions (1.1.1) est en rapport avec les priorités des personnes, entre aspiration au succès social et réalisation privée de soi. La raison pour laquelle cette question est posée est que la société moderne fait la promotion de l'apparence, valorise le superficiel et l'image de la des valeurs superficielles et l'image de la réussite sociale. Elle les met en rapport avec ses produits et prestations, par le biais des médias et des formes diverses de marketing.

La deuxième question (1.1.2) tend à apprendre si les personnes qui répriment généralement leurs besoins et désirs essentiels sont plus susceptibles de devenir dépendantes aux médias. Cette question est posée de nouveau parce que les nouveaux médias posent des "formules de succès", qui peuvent être écrasantes pour leurs utilisateurs et aussi parce que certaines personnes renoncent à leurs buts plus facilement que les autres. L'objectif de cette question est aussi de voir si un groupe de personnes est susceptible de devenir dépendant aux médias plus que les autres groupes de personnes.

La question suivante a la même motivation (1.1.3). Elle tend à découvrir si les personnes en quête de divertissement peuvent plus facilement devenir dépendantes aux médias que celles qui recherchent des informations.

La raison de la question suivante (1.1.4) est la même. L'étude tend à découvrir si les personnes qui ont des préoccupations dans la vie (la famille, la vie sociale, le travail, des problèmes sociaux et autres) sont plus susceptibles de devenir dépendantes aux médias que les personnes qui ont d'autres préoccupations. Par exemple, cette question essaie de découvrir si les personnes pour lesquelles leur emploi est le plus important sont plus sujettes à développer une dépendance aux médias, en opposition par rapport aux personnes qui considèrent la famille comme la plus importante.

Les questions qui suivent (1.1.5 et 1.1.6) tendent à découvrir l'existence d'une connexion entre les paramètres démographiques, tels l'âge et l'éducation, d'un côté et le niveau de dépendance aux médias de l'autre. Le but de ces questions est de cerner si ces groupes de population sont plus susceptibles de devenir dépendants aux médias.

L'examen de la question suivante (1.1.7) répartit les dépendants aux médias en deux groupes, ceux qui sont conscients et ceux qui sont inconscients de leur dépendance, essayant de trouver quelles sont leurs caractéristiques, contribuant ainsi à la classification des types de dépendance aux médias.

La question numéro 1.1.8 tend à cerner les raisons pour lesquelles une personne devient dépendante aux médias (sources de dépendance aux médias) et elle examine les situations de stress continu qui mènent vers la dépendance aux médias, en posant la question aux participants à la recherche s'ils sentaient la répression au sein de leur famille, à leur poste de travail, par leur éducation ou les normes éthiques ou morales. Le but de cette question est de cerner les sources de la dépendance aux médias. L'une des questions dans le sondage, posée aux participants à la recherche était sur la partie de leur vie dans laquelle ils se sentent libres. Cela peut être une manière pour trouver "quelle sorte de personnes" est moins dépendante aux médias que les autres. Par exemple, si les personnes au niveau bas de dépendance aux médias se sentent libres dans leurs relations familiales, cette information peut être utile pour la prévention de la dépendance aux médias.

La question numéro 1.2 tend à apprendre si les personnes sont plus dépendantes aux médias anciens ou des nouveaux. La raison pour cette question est de découvrir si les nouveaux médias provoquent plus la dépendance que les vieux, étant donné leurs caractéristiques, différentes par rapport aux vieux médias. Les nouveaux médias sont utilisés comme outils interactifs et de socialisation sur le champ, tandis que les vieux médias sont généralement utilisés seulement depuis la maison et n'offrent pas d'interaction. L'équipement des nouveaux médias change aussi en des appareils à écran tactile, tandis que la télévision, la radio et la presse sont utilisées d'une manière différente. C'est pourquoi l'examen de cette question pénètre plus profondément dans la nature du médium, pour voir si certaines caractéristiques de l'internet, de la télévision, de la radio et de la presse peuvent potentiellement provoquer une grande dépendance.

Les questions qui suivent dans le cadre de ce groupe de questions (1.2.1, 1.2.2 et 1.2.3) examinent les médias d'une manière plus détaillée, par l'observation de la nature des applications internet ou des programmes à la télévision ou à la radio. La question est de savoir si les programmes et applications visant à amuser provoquent une plus grande dépendance que ceux qui sont pratiques. De nouveau, le but de cette question est de trouver les facteurs de risque pour la dépendance aux médias.

La question suivante, dans ce groupe de questions (1.2.4) permet de savoir si les personnes qui établissent des contacts sociaux en ligne sont plus dépendantes que celles qui préfèrent la socialisation par le biais de contacts personnels directs. Le but de cette question est de confirmer de nouveau une plus grande dépendance aux nouveaux médias, s'il y a de telles indications. Le fait que seuls les nouveaux médias offrent l'opportunité pour la socialisation en ligne sert de bon fondement pour la comparaison avec la socialisation hors ligne. Si la réponse indique que les personnes qui aiment la fréquentation en ligne sont plus dépendantes aux médias que les personnes qui fréquentent d'autres personnes, ce savoir peut pointer la fréquentation en ligne comme un facteur potentiellement très significatif de la dépendance augmentée à l'internet.

La grande question 1.3 examine les conséquences de la dépendance aux médias. Le but de cette question est d'apprendre davantage sur les conséquences de la dépendance aux médias en tant que partie intégrante du processus de dépendance aux médias. Les conséquences de la dépendance aux médias sont significatives pour cette recherche, parce que la baisse possible de la participation politique est examinée en détail comme résultat de l'utilisation importante de l'internet, de la télévision, de la radio et de la presse.

La question spécifique 1.3.1 examine si la dépendance à un médium influence les capacités de réception et d'expression envers les autres médias. Cette question est posée en raison de l'influence potentielle invisible des médias, qui peut causer la baisse des capacités créatives et émotionnelles de leurs usagers.

Finalement, les questions qui suivent examinent le rapport entre la dépendance aux médias et les éléments de la participation politique, avec l'objectif principal de déterminer si l'augmentation de la dépendance aux médias cause la baisse de la participation politique. Cette question est significative parce que l'usage des médias peut être responsable, dans une grande mesure, de la baisse de la participation politique. La participation politique peut être le pilier de base de la démocratie et le manque d'intérêt pour les activités participatives d'intérêt commun

peut être dangereux pour les sociétés. La question de la participation politique est examinée en détail, en observant la confiance en l'avenir, la peur du présent et du futur, l'intérêt pour la politique, les connaissances en politique et la participation aux élections (questions spécifiques 1.3.2, 1.3.3, 1.3.4, 1.3.5 et 1.3.6).

Aliénation, anomie et société de masse

Des règles procédurales inadéquates pour la réglementation des relations complémentaires entre des parties spécialisées du système peuvent causer l'anomie (Oslen, 1965). L'anomie est décrite comme une condition de normes morales inadéquates. Le problème survient lors de la mal-intégration dans le système social, ce qui est souvent la conséquence de l'échec de la représentation publique. Autrement dit, cela se produit si les hommes politiques promettent de faire quelque chose pendant la campagne électorale, mais font le contraire lorsqu'ils sont élus.

Durkheim (1893) écrit à propos de la spontanéité structurelle, étroitement liée à la justice sociale ou seulement au contrat social. Cela signifie que chacun obtient un emploi qui correspond à son talent.

L'exemple pour cela est si quelqu'un, qui a du talent pour devenir pilote et si c'est presque impossible pour des raisons financières, cela signifie que le système n'offre pas des possibilités aux personnes pour avancer conformément à leurs capacités. Ce stress peut être la cause de la dépendance.

Outre les talents qui n'arrivent pas à trouver leur place dans la société et les hommes politiques qui promettent une chose et font quelque chose d'autre, nous avons ici le problème de représentation et d'expression qui peut être illustré par le désaccord entre les buts communs et les moyens légitimes pour parvenir à ces buts.

Si quelqu'un veut vendre de l'alcool, mais cette activité est interdite par la loi, il va s'opposer aux moyens légitimes pour parvenir à son but. Un autre exemple est lorsque tous désirent s'enrichir, alors que le système ne leur en donne pas l'opportunité. Ces sortes de situations de stress (tension entre les buts et les possibilités) peuvent aussi résulter par des dépendances.

Olsen (1965) relate que la division anémique du travail existe partout où la régulation n'existe pas. Si la régulation n'existe pas, elle ouvre la possibilité aux spéculations dans certains aspects de la vie publique. Souvent, certaines personnes ne veulent pas travailler à la limite de la justice, tandis que les spéculateurs le font. Dans ce cas, ceux qui veulent agir d'une manière amoralisée pourront survivre et profiter sur un marché non-réglé.

Olsen rapporte que l'anomie peut survenir si la régulation n'est pas conforme au degré de développement de la répartition du travail. Le changement des sociétés souvent n'est pas accompagné par le changement des lois. Cela peut être un cas de désaccord entre les régulations et la société. L'autre cas peut être celui des lois qui changent en dépit de la société, qui reste la même. Cet exemple peut porter sur la réglementation relative à l'égalité des hommes et des femmes dans une langue. Les changements dans la langue, visant à établir l'égalité des sexes, rendent cette langue plus artificielle, s'ils sont mis en œuvre par des bureaucrates. Ces changements compliquent la langue.

Les changements artificiels, provoqués par des groupes d'intérêt et non pas par "le peuple" peuvent nier la volonté de la majorité. C'est la raison pour laquelle les votants peuvent penser que leur participation aux élections ne signifie pas grand-chose. De nouveau, cela peut servir de raison pour la dépendance.

Pour cette raison, Olsen souligne l'importance du développement spontané des réglementations et des procédures. Si les lois proviennent du peuple ou si elles sont fondées sur les valeurs et positions du peuple, il n'y a pas de problème de représentation de « l'expression du peuple » par le biais de leurs élus publics choisis. La Gay pride peut servir d'exemple pour l'imposition typique de positions et de styles de vie au peuple, par le biais des médias. Bien que de nombreuses personnes n'aient rien contre le style de vie des homosexuels, elles peuvent s'opposer à sa promotion acharnée dans les médias, à partir des notions d'égalité et des droits de l'homme. L'échec dans la représentation de la "réalité sociale" peut survenir si les valeurs des minorités sont intensément promues. Si la volonté du peuple n'est pas représentée par des hommes politiques bien élus, les gens se sentiront frustrés et cette situation de stress peut causer la dépendance aux médias, parce que les gens ne peuvent pas bien s'exprimer par le biais de leurs représentants.

Huschka & Mau (2006) citent, comme dimensions d'anomie, le manque de pouvoir, le manque de sens, la désorientation, le manque des normes, le manque d'implication dans son

travail et ses relations sociales. Autrement dit, l'anomie, l'aliénation ou les dépendances surviennent en raison de l'éloignement dans les relations personnelles et la vie professionnelle. Cela peut se produire si les individus considèrent leurs relations personnelles et leur vie professionnelle comme dépourvus de sens, d'orientation, manquant des normes et de pouvoir, en raison des changements dans l'organisation du travail et l'intrusion des médias dans la vie de famille.

D'après le dictionnaire Oxford, l'aliénation est un état ou une expérience de distance, d'étrangeté: le sens de l'aliénation de notre environnement ou, dans le sens du chômage qui peut générer un sentiment d'aliénation politique (en théorie marxiste), une condition des ouvriers dans l'économie capitaliste, résultat de l'absence de l'identification avec les produits de leur travail et dans la perception d'être contrôlé ou exploité.

Hormis les autres significations, le dictionnaire Oxford donne la définition de l'aliénation, qui provient de la psychiatrie, en tant qu'état de dépersonnalisation ou de perte d'identité lors de laquelle le soi semble irréel, mais qui est causée par les difficultés d'établissement des rapports avec la société et qui conduit à une inhibition prolongée des émotions.

Nettler (1957) affirme que l'aliénation est reliée à la diminution de la créativité, à l'altruisme, au suicide, aux dépendances, au mariage malheureux et à la criminalité. Shapiro & Wynne (1982) écrivent que chez les adolescents, la montée du comportement destructif est en rapport avec l'aliénation. Ils expliquent qu'il n'y a pas suffisamment d'adultes pour socialiser les jeunes, ce qui permet l'apparition de l'aliénation. Tout cela peut être rattaché à la détérioration de la famille. La question se pose pourquoi il existe la différence entre la famille d'antan et celle d'aujourd'hui, notamment concernant les changements dans la société. Il est possible que dans le passé les personnes fussent moins reliées dans un sens physique, en termes de quantité de communication, mais la qualité des relations entre les gens était peut-être meilleure.

Dans la société moderne, les personnes ne doivent pas être mutuellement rattachées. Elles peuvent vivre seules, sans besoin de former une famille. Dean (1960) écrit, par exemple, sur le manque des relations personnelles amicales chaleureuses. Bien que les personnes soient capables de former des familles, elles sont peu nombreuses à décider de le faire en raison de leurs intérêts égoïstes, hédonistes et matérialistes. Cela peut être la conséquence des influences dans la société moderne, où la consommation est stimulée par le biais de la manipulation par les médias.

“Etre seul” peut être mieux pour les grandes compagnies, orientées vers le profit, parce que de telles personnes peuvent tendre à recourir à des activités hédonistes différentes, y compris l’achat des objets coûteux, mais aussi à travailler arduement à leur poste. La question principale est de savoir si les choses sont achetées et utilisées pour des besoins réels ou en raison d’un besoin psychologique, crée par des publicités manipulatrices. Cela peut être un sol fertile pour la dépendance, parce que l’assouvissement des besoins des personnes peut être dirigé vers la consommation, comme conséquence de la manipulation médiatique (marketing). A la fin, cela peut produire la frustration et, par la suite, la dépendance aux médias.

Les jeunes peuvent être éduqués à apprécier le matérialisme, les medias, l’hédonisme, la consommation et les activités superficielles, dont le but principal est de divertir, sans idées d’enrichissement émotionnel. Aberbach (1969) parle de la conséquence de la perte ou de l’absence des relations antérieures désirées. Par la suite, le problème dans les relations personnelles peut survenir parce que soit les personnes essaient d’échapper à l’intimité émotionnelle ou elles sautent d’une relation à l’autre sans « guidance intérieure ».

Olsen (1965) parle d’une société impersonnelle de masse, dans laquelle il n’y a pas de relations sociales significatives. Il écrit que l’homme aliéné est éloigné de la société, de la communauté, des amis, de la famille et de lui-même.

De nombreux chercheurs décrivent les conditions sociales dans lesquelles les relations riches manquent. Nettler (1957) indique que les contacts personnels ne sont ni stables ni satisfaisants dans la société de masse. Il affirme que le problème principal repose dans le fait qu’il n’y a pas de sentiment d’appartenance.

“La caractéristique d’une telle société est la mobilité augmentée des personnes, l’accumulation rapide du capital et une expansion, presque constantes: l’expansion intense de la production des biens et des personnes et une expansion large d’exploration, de colonisation et d’impérialisme ”, écrivent Riesman, Glazer & Denney (1961). D’autre côté, “Les mouvements de masse mobilisent les personnes aliénées du système social, qui ne croient pas en la légitimité de l’ordre établi et qui sont, par la suite, prêtes à engager des efforts en vue de le détruire”, écrit Kornhauser (1959).

La théorie de société de masse est fondée sur l’idée que la prospérité et la bureaucratie ont affaibli les liens sociaux traditionnels. La culture de masse influence la société conformément

à la théorie de société de masse. Les institutions sociales dans la société de masse forcent les gens à entrer en contact avec de plus en plus employés anonymes dans des bureaucraties éloignées, sabordant ainsi l'autonomie des familles et des communautés.

La dépersonnalisation et la numérisation sont les caractéristiques des sociétés modernes. Par exemple, la numérisation est conçue pour réduire le temps que les personnes passent en contact avec des employés de l'administration. Cela peut être un bon résultat de la numérisation, mais cela a aussi des conséquences qui éloignent les gens les uns des autres.

L'une des nombreuses conséquences de la société de masse est l'enlèvement de l'artiste à son public. La relation de l'artiste avec l'audience a également été dépersonnalisée. L'impersonnalité du marché enlève l'artiste au consommateur. Les relations personnelles avec des personnes réelles qui vendent les produits sont en baisse, grâce à l'utilisation intense des cartes de crédit et des achats en ligne.

La recherche de Sampson (1988) montre l'importance de l'établissement des relations aux niveaux micro et macro. Les liens de communauté deviennent de plus en plus importants dans la société moderne, en raison de la dépersonnalisation dans toutes les sphères de la vie. Dans une grande ville, la dépersonnalisation est visible partout, parce que les gens vivent dans des blocs d'appartements sans connaître leurs voisins. Dans les petites communautés, la situation peut être différente, mais la vie à la campagne est sur le point de devenir un privilège, à la différence du passé, lorsque les gens se ruèrent vers les grandes villes. Le travail à la maison, avec une connexion limitée avec la présence physique est une autre solution de la "société numérique", de même que le shopping électronique et le contact avec la bureaucratie. Le travail à la maison peut réduire le temps passé en transports et permet aux personnes de vivre dans de petites communautés et de consacrer leurs temps libre à la famille et au voisinage.

Rose (1962) cite comme caractéristiques de la société de masse la solitude, qui se traduit par des liens réduits avec la famille plus large et la communauté, l'impuissance, la perte du sens du contrôle de sa propre identité, l'indépendance par rapport à la tradition et l'insécurité économique.

Il est intéressant de noter que toutes ces caractéristiques relèvent de la psychologie. Autrement dit, les gens ne sont pas seuls parce qu'ils vivent isolés, dans des villages de montagne, les gens ne sont pas impuissants parce qu'ils sont des esclaves enchaînés, les gens ne sont pas anonymes parce qu'il sont empêchés de travailler ou de s'éduquer, les gens ne sont pas

éloignés de la tradition parce qu'une puissance étrangère les fait changer leur religion et les personnes ne sont pas en état d'insécurité économique parce qu'ils n'ont pas de nourriture.

D'autre part, les gens vivent entourés de millions d'autres personnes, ils ont la liberté physique de faire ce qu'ils veulent, ils ont l'occasion de s'éduquer et de guider leur destin, leur vie n'est pas compromise s'ils deviennent adeptes d'une religion et la majorité d'entre eux a les conditions de base pour la vie, y compris la nourriture et l'abri.

Le problème de toute société moderne peut reposer dans le fait qu'un rôle décisif pour le succès ou l'échec revient aux forces psychologiques invisibles. Autrement dit, la question sur le nombre de « citoyens fonctionnels » peut dépendre des luttes qui ont lieu au niveau des manipulations des médias, à la place de l'influence physique directe.

De nos jours, la solidarité organique peut être un terrain fertile pour la manipulation des médias. Si elle est spécialisée, la solidarité organique et la production de masse apportent une vague d'insatisfaction dans la société moderne, l'autre pouvant être engendrée par la prolifération des médias. L'augmentation de l'usage des médias et de la présence de l'intérêt causé par le profit dans les foyers des citoyens moyens, par le biais du marketing, avait, peut-être, contribué à la suite de l'aliénation, de l'anomie, du narcissisme et de la dépendance. Ces changements, engendrés par l'expansion des médias, ensemble avec les autres changements dans les sociétés modernes qui ont eu lieu au cours des 60 dernières années, seront approfondis dans le chapitre intitulé « La littérature d'aujourd'hui ». L'augmentation de la dépendance a peut-être entraîné la réduction de la participation politique.

Hypothèses

La société de masse peut être anémique. Les produits de la société de masse peuvent être l'aliénation, le stress, la souffrance, la peur et l'impuissance. Il est possible que les personnes deviennent dépendantes parce qu'elles sont frustrées. Elles peuvent être moins motivées pour participer politiquement, parce qu'elles ne sont pas capables de changer la société. Autrement dit, les gens peuvent aller vers l'irréalité, parce qu'ils sont incapables de transformer leur réalité.

Les problèmes modernes peuvent être comparés avec les époques antérieures. Hegel (1807) écrivait que les gens étaient religieux parce qu'ils n'étaient pas capables d'affronter la réalité.

A la base des cadres théoriques mentionnés ci-dessus, cette étude exploratrice tend à élargir les recherches antérieures en posant des hypothèses de recherche suivantes.

1. L'augmentation de la dépendance aux médias cause la diminution de la participation politique

1.1 Certaines personnes deviennent plus facilement dépendantes aux médias que les autres

1.1.1 Ceux qui considèrent la réussite sociale comme plus importante que la réalisation personnelle ont un niveau plus élevé de dépendance aux médias

1.1.2 Les personnes qui répriment leurs besoins et désirs essentiels montrent des niveaux plus élevés de dépendance aux médias

1.1.3 Les personnes qui utilisent les médias pour s'amuser montrent des niveaux plus élevés de dépendance aux médias contrairement aux individus qui utilisent les médias pour obtenir des informations

1.1.4 Les personnes qui ont certaines préoccupations dans la vie sont plus dépendantes aux médias

1.1.5 Les jeunes sont plus dépendants aux médias que des personnes plus âgées

1.1.6 Les personnes moins éduquées sont plus dépendantes aux médias que les personnes plus éduquées

1.1.7 Les types de dépendance aux médias sont différents, à la base de certaines caractéristiques

1.1.8 Les personnes qui se sentent réprimées par leur famille, les normes éthiques, le système éducatif, leurs conditions de travail, montrent des niveaux de dépendance aux médias élevés par rapport à celles qui se sentent libérées par la famille

1.2 Les gens sont plus dépendants aux nouveaux médias qu'aux vieux

- 1.2.1 Les medias plus récents provoquent une plus grande dépendance que les vieux
- 1.2.2 Certaines caractéristiques de l'internet, de la télévision, de la radio et de la presse provoquent la dépendance à ces médias
- 1.2.3 Les applications amusantes sur l'internet provoquent plus de dépendance que les applications pratiques
- 1.2.4 Les personnes qui se fréquentent en ligne sont plus dépendantes aux médias que celles qui se fréquentent en personne

1.3 Les conséquences de la dépendance aux medias peuvent être réparties en visibles, demi visibles et invisibles

1.3.1 L'utilisation de l'internet provoquant la dépendance réduit la capacité d'expression et de réception des autres médias

1.3.2 Les personnes qui ont moins de confiance en l'avenir sont plus dépendantes aux médias

1.3.3 Les personnes qui ont peur du présent et du futur sont plus dépendantes aux médias

1.3.4 Les personnes qui ne sont pas intéressées par la politique sont plus dépendantes aux médias

1.3.5 Les personnes qui ont moins de savoir politique sont plus dépendantes aux médias

1.3.6 Les personnes qui participent moins aux élections sont plus dépendants aux médias

La littérature d'aujourd'hui

La structure de la société moderne et le développement des technologies peuvent être la cause de l'augmentation de la dépendance aux médias et de la baisse de la participation politique. Les théories classiques sont toujours utiles, mais aujourd'hui elles s'avèrent insuffisantes. Pourquoi? Quelque chose de nouveau s'est produit au cours de 60 dernières années: les nouvelles technologies, la mondialisation, le désenchantement à l'égard de la démocratie, le nouveau paysage médiatique et le narcissisme.

Les penseurs modernes examinent la distance croissante entre les membres de la société et les causes de la situation actuelle. Les penseurs modernes pointent le narcissisme pathologique comme le diagnostic social. Ils disent que cette condition est devenue normale et même souhaitée dans les sociétés contemporaines.

Il semble que sous l'influence des médias et de la technologie, les communautés modernes tendent à être orientées vers l'extérieur. Qu'est-ce que cela signifie? L'apparence peut être valorisée, tandis que ce qui est au-dessous semble être moins important. Cela a des côtés négatifs et positifs. Lasch (1991) affirme que l'Amérique d'après-guerre, à capitalisme tardif, par le biais des effets de "gentillesse organisée" sur la structure traditionnelle de la famille, a produit un type de personnalité consistant avec les définitions cliniques de « narcissisme pathologique ».

Cette pathologie ne représente pas nécessairement le narcissisme quotidien, mais plutôt un sentiment très faible d'estime de soi, nécessitant une validation externe constante. Les comportements tels le dénuement, l'illusion théâtrale dans le drame contemporain et la fascination avec le sexe oral, écrit Lasch, sont les preuves de la désintégration de la personnalité à long terme. Il est possible que les forces majeures, qui affectent le développement des sociétés vers l'état de narcissisme normalisé soient la structure de la société et des inventions technologiques.

Les sociétés ont pris la forme de solidarité organique lorsqu'elles avaient entamé la production de masse. C'est alors qu'avait commencé le développement du capitalisme, par la transformation des citoyens en consommateurs. Les biens de production de masse peuvent être directement liés à l'expansion du marketing dans les médias. La technologie a permis que chaque maison ait un poste de télévision. Par le biais de la télévision, les forces "répressives" de marketing ont pu entrer "en pleine capacité" dans les foyers. Ces forces, qui se sont répandues plus tard par le biais des autres médias, tels l'internet et les appareils portables, peuvent exercer la plus grande influence sur la baisse des relations personnelles entre les gens. Pourquoi les

forces de marketing sont-elles qualifiées de « répressives » ? Parce qu'elles captent agressivement l'attention des familles en leur offrant la possibilité de remplacer l'environnement direct par celui télévisé.

Pendant des siècles, les livres et les histoires étaient utilisés pour l'éducation, non pas seulement pour le divertissement. Le but principal des histoires, livres et même des jeux d'extérieur était de préparer les jeunes pour la vie réelle. Autrement dit, ils avaient des buts pratiques. Par l'introduction des contenus télévisuels dans les foyers, il se développe un autre intérêt, qui ne relève ni de l'éducation ni du divertissement. C'est l'intérêt du marketing, qui signifie que quelqu'un veut vendre ses produits ou services et il ou elle utilise des messages télévisuels pour manipuler les spectateurs afin qu'ils deviennent des consommateurs. Pendant cela, la compagnie qui vend des produits peut déformer la réalité en faisant peur à ses spectateurs. Les messages indiquant qu'il faut acheter une chose ou voter pour quelqu'un ou utiliser des services ou agir d'une autre manière en faveur d'une idée peuvent être des manipulations, introduites par des industries, des partis politiques, des compagnies et des groupes d'intérêt spécifiques. Autrement dit, dans une société axée sur les médias, dans les médias sont promus d'autres intérêts, outre la seule éducation ou le divertissement. Il peut être débattu si de tels intérêts existaient avant l'invention des livres et de la presse, mais ils ne prédominaient pas suffisamment au sein des familles.

Des médias, tels la radio et la télévision, sont majoritairement guidés par des intérêts économiques, tandis qu'il apparaît que jadis il existait moins de motifs (l'éducation et le divertissement). La domination possible de la publicité et des informations manipulatrices rend les médias d'aujourd'hui irréalistes. D'autre part, il y a toujours des côtés positifs de l'usage des médias, non pas seulement en termes d'éducation et de divertissement, mais aussi d'information.

Lasch écrit que les visions utopistes des années soixante s'étaient estompées dans le style de vie caractérisé par "le développement personnel" des années soixante-dix, et le chaos et l'excès de ces dernières ont commencé à s'imprimer sur l'opinion publique. Il a identifié leurs résultats dans la société américaine comme le déclin de la famille, par rapport au siècle précédent. Néanmoins, l'expansion des médias ne peut pas être la seule cause du déclin de la famille, mais aussi les changements structuraux dans les sociétés, déjà au 19^{ème} siècle. La solidarité organique avait rendu possible une répartition différente des emplois, créant beaucoup

d'emplois "dépourvus de sens", interdisant aux ouvriers d'exprimer leur opinion dans l'environnement de travail et d'affecter la production de toute autre manière.

Lasch ne dit pas que les choses étaient meilleures dans les années 50. Il ne disait non plus que les choses fussent meilleures dans les années 60. Il faisait le diagnostic d'une condition, pour laquelle il croyait qu'elle datait du dix-neuvième siècle. Le travail en ligne dépourvu de sens et des données personnelles sont devenus les germes de la peur. Par la participation dans la production de masse, le travail est devenu facilement déplaçable, et ainsi l'insécurité économique commençait à se répandre à travers les sociétés. D'autre part, le marketing à la télévision et d'autres manipulations axées sur les médias avaient pu introduire de nouvelles et élargir les anciennes peurs.

Par la focalisation sur les informations négatives, afin d'attirer l'audimat et la promotion de certains produits par les schémas de résolution des problèmes, les médias ont pu susciter la peur dans des familles à travers le monde. Les produits sont généralement promus par la présentation des "côtés terrifiants" des problèmes qu'ils essaient de résoudre. C'est ainsi que le médicament contre la grippe est promu par la mise en relief des victimes de cette maladie, représentant ce danger d'une manière potentiellement irréaliste et alarmante.

D'après Lasch, le narcissisme se réduit fondamentalement à la peur. La culture américaine souffre de et promeut la peur du néant, de la situation "sans issue". En raison de cette peur narcissique, Lasch croit que les Américains manquent de but. Cette anomie, ensemble avec le déclin de la famille, l'intrusion de l'Etat dans la famille, la substitution du rapport paternel de l'Etat envers des initiatives individuelles, l'érosion de l'autorité, la "culture thérapeutique" rend possible la montée du "spectacle", conçu pour distraire l'Amérique de la peur d'être rien et de sa fureur intérieure. Pour cette raison, il est possible qu'il y ait deux processus dans l'ère axée sur les médias. Ce sont l'induction de la peur et la distraction de la peur.

Lasch écrit que la personne narcissique, guidée par la fureur réprimée et la haine envers soi, s'enfuit dans une auto conception grandiose, utilisant d'autres personnes comme instruments de gratification même lorsqu'elle désire leur amour et approbation.

Le problème est que la recherche du profit utilise la production de masse et le marketing pour parvenir à son seul but dans toutes les sphères de la vie, y compris l'éducation familiale. Le motif du profit à l'époque de production de masse peut "fonctionner" en disant aux membres de la société qu'ils ne savent pas comment faire une chose, si les experts ne leur apprennent

comment. Par exemple, si un adolescent lave son visage avec un savon simple, aucune fille ne le regardera. S'il utilise, d'autre part, un savon cosmétique cher, la situation sera différente. Cela peut être considéré comme manipulation des besoins et désirs essentiels, utilisée pour la vente des produits.

La même chose se produit avec l'éducation familiale, où le motif de profit peut amener la quasi-expertise dans le champ. Lasch blâme les groupes d'experts qui ont guidé vers "la personnalité narcissique de notre époque" l'éducation familiale, l'enlevant aux mains des parents et s'ingérant dans les relations entre la mère et l'enfant.

La clé de la personnalité narcissique peut être remarquée dans les étapes précoces d'éducation de famille, lorsque des intérêts différents deviennent de plus en plus présents par le biais des médias. Ces interférences se poursuivent durant la vie par le biais des médias et des individus narcissiques. Le manque d'émotions, comme conséquence de ces interférences, peut être la raison principale de la personnalité narcissique, d'après Lasch.

L'individu narcissique n'est pas capable d'établir des relations personnelles profondes et pourvues de sens. Il ou elle n'est pas capable de donner ou de recevoir, c'est-à-dire de ressentir la peine des autres et d'exprimer des émotions, parce qu'il ou elle est émotionnellement handicapé. Dans tous les désirs du narcissique repose le besoin profondément réprimé des relations personnelles significatives. A ce besoin sont substitués des gratifications superficielles reçues par la personne narcissique. Lasch écrit que les bureaucraties corporatives "mettent la prime sur la manipulation des relations interpersonnelles, découragent la formation des attachements personnels profonds et apportent, dans le même temps, à la personne narcissique, l'approbation dont elle a besoin pour valider l'estime de soi."

Autrement dit, si la société était moins narcissique, de nombreux biens de productions de masse ne seraient pas nécessaires. Quand une personne est seule et malheureuse, il peut y avoir davantage d'espace pour la manipulation des intérêts étrangers. Au fond, la misère et le malheur personnels sont utilisés pour des motifs de profit. D'autre part, si la famille, en tant qu'unité de base traditionnelle de la société, était plus forte, alors il n'y aurait pas de besoin d'approbation que la personne narcissique nécessite pour valider son estime en soi. Bien que ces approbations soient généralement les produits de l'utilité qui peut être mise en question, les narcissiques les utilisent comme des prothèses émotionnelles.

Bien évidemment, les produits de masse ont de bons côtés aussi, parce qu'ils satisfont un grand nombre de personnes, leur permettant de se focaliser sur un travail intellectuel créatif. Ils permettent aux grandes sociétés de survivre, parce que sans des produits bon marché et de masse, la vie dans les grandes villes ne serait pas possible. Par exemple, dans ce cas les gens seraient forcés à produire la nourriture de bonne qualité dans les villages et il est possible qu'il n'y aurait pas suffisamment de terrain pour tous.

Putnam (2000) parle de la dégradation du sport, de la marchandisation de l'éducation et de sa focalisation sur l'adaptation à la vie, le vol du sentiment incarné dans la culture de promiscuité et du lien entre la culture bureaucratique et la dépendance narcissique d'elle. Il écrit que la société américaine avait perdu le contact avec son passé et son futur et qu'elle est complètement focalisée sur le moment lorsque chacun recherche la décadence et la gratification immédiate de soi. Putnam souligne le motif de profit préconisé par l'élite corporative. Selon lui, la combinaison du consumérisme et de l'individualisme crée le narcissisme. Les Américains deviennent de plus en plus aliénés et déconnectés des familles, des voisins et de leurs communautés. Putnam écrit qu'il y a bien d'années, les gens appartenaient aux ligues de bowling, tandis qu'aujourd'hui ils ont la tendance à faire du bowling tous seuls. Les résultats des sondages fréquents indiquent que les Américains désirent vivre dans une communauté plus civique, digne de confiance et plus soucieuse au niveau collectif. Putnam affirme que le déclin des groupes sociaux engendre aussi le déclin des groupes civiques, religieux et de travail.

La littérature d'aujourd'hui indique que la qualité des relations dans les sociétés modernes est en baisse, tandis que la quantité marque la hausse. Tout cela peut être mis en rapport non pas avec l'existence du motif du profit (parce qu'il existait déjà), mais avec sa présence nouvellement établie dans les maisons des membres de la société par le biais des médias (progrès technologiques) et aussi avec d'autres changements tels la mondialisation, la déception par la démocratie et l'expansion du narcissisme.

Qu'est-ce que sont la dépendance et la participation

La citoyenneté est un rôle social, dont la caractéristique est l'orientation vers le contrat social, la responsabilité collective et active, de même que l'attitude positive envers l'état

juridique, écrit Jeurissen (2004). Il affirme que dans l'histoire de la philosophie politique, la citoyenneté est indissolublement liée à l'idée de contrat social. Les philosophes politiques des Lumières, d'après Jeurissen, affirment que les gens deviennent des citoyens en concluant des accords universellement contraignants sur leurs droits et libertés et par le biais de leur contribution au bien commun. Il ajoute que les gens concluent leur contrat social en raison de l'intérêt personnel éclairé, qui est un acte moral de premier rang. La participation, à travers le prisme de la citoyenneté fonctionnelle, est examinée dans la seconde partie du présent chapitre, tandis que sa première partie porte sur la dépendance aux médias.

Les addictions comportementales sont liées aux activités quotidiennes. C'est pourquoi ce type d'addiction est appelé dépendance cognitive. De même que l'addiction aux substances, la dépendance aux types divers de comportement peut être faible ou grave. Une grande partie de la population peut souffrir de différentes sortes d'addictions comportementales faibles, également appelées fixations.

Les addictions faibles peuvent apparaître dans toutes les sphères de la vie, y compris le jeu, le sexe, le shopping, le travail, la religion, les relations, la politique, le sport, les hobbies et les médias. Ces sortes d'addiction peuvent être la caractéristique de la société de masse. Les personnes dans une société peuvent être obsédées par un club de sport, un parti politique ou une religion, en raison des lacunes dans les autres sphères de leur vie. Par exemple, un fan acharné de football peut être consciemment ou inconsciemment malheureux en raison des relations personnelles dans sa vie.

D'autre part, un extrémiste dans la sphère politique a pu adhérer à un parti en raison du manque de contrôle au travail. Les objectifs non-réalisés dans les sphères professionnelle ou personnelle peuvent être résolus en dirigeant les activités vers la religion, la politique et le sport. Des sortes différentes de questions irrésolues peuvent, par la suite, servir de raison à une personne pour devenir faiblement dépendante d'une addiction à la substance ou comportementale. Avant il n'y avait pas tellement d'options comportementales. Avec l'apparition des médias, les gens ont commencé à utiliser de plus en plus longtemps des ordinateurs, des téléphones, des postes de télévision, des radios et des autres appareils personnels. Ce nouveau comportement ouvre des possibilités pour un déploiement utile du temps humain, mais peut aussi être un piège pour les addictions possibles.

Le problème réel de la société de masse ne repose pas dans les addictions fortes, mais dans les faibles. Les addictions faibles peuvent compromettre la démocratie, parce qu'elles ouvrent la porte à la manipulation, beaucoup plus que les addictions fortes. Presque invisibles, les addictions comportementales faibles peuvent servir de réponse à de nombreuses questions sur le comportement social. Cette étude explore les baisses possibles de la participation politique comme conséquence de l'addiction aux médias.

Il est commun et naturel de considérer l'addiction comme une sorte de défaut de la volonté, écrit Wallace (1999). Il suppose que les dépendants sont sujets aux impulsions ou désirs qui ne répondent particulièrement pas à leur réflexion évaluative sur ce qu'ils doivent faire et pour quelle raison.

Comme résultat de ce manque de réponse, les dépendants sont typiquement altérés dans leurs capacités d'agir en accord avec leurs conclusions délibératives, écrit Wallace. Il veut se focaliser sur certaines hypothèses philosophiques, découlant de la théorie de l'action, qui portent directement sur l'idée même que l'addiction peut altérer les capacités de la volonté de l'acteur. Il n'y a pas de problème particulier dans la compréhension de la manière dont les impulsions d'un dépendant peuvent constituer les formes des défauts de volonté, écrit Wallace, ajoutant que de telles impulsions sont souvent dépeintes dans la littérature philosophique comme littéralement irrésistibles et elles altèrent nos capacités de volonté en restreignant, artificiellement, la gamme d'action qui nous est ouverte. Inversement, les conditions provoquant la dépendance sont, parfois, conçues comme contournant complètement la volonté, nous faisant faire des choses qui ne satisfont même pas les conditions minimales d'activité volontaire, ajoute Wallace.

Les dépendances aux médias se distinguent par des formats. Ces formats peuvent être la presse, la radio, la télévision ou l'internet. Les dépendances aux médias sont modernes parce que la majorité d'addictions comportementales et aux substances existaient avant elles. Il est intéressant de noter que les médias plus récents provoquent davantage de dépendance que les médias plus vieux, parce qu'ils offrent un monde de fantaisie plus puissant, qui imite, dans le même temps, la réalité, mais d'une meilleure manière. Les appareils personnels peuvent aussi être utilisés de n'importe quel lieu. Tout comme dans les autres addictions, les "petites doses" d'usage de médias peuvent être utiles pour la relaxation, mais la fuite devant les problèmes sérieux de la vie par l'usage de l'internet, de la télévision, de la radio et de la presse peut mener vers l'addiction aux médias. Tout comme avec les autres sortes de dépendance, l'addiction faible

aux medias peut être plus problématique que celle grave, au niveau de la société, parce qu'il est difficile de la cerner et elle peut produire des citoyens malheureux et dysfonctionnels.

La citoyenneté fonctionnelle peut être affectée par la hausse des addictions aux substances ou comportementales dans une société. La citoyenneté fonctionnelle est relative aux activités des citoyens menant vers l'articulation d'un intérêt commun. Les caractéristiques de la citoyenneté sont la participation, la loyauté et la coopération. Les aspects de la citoyenneté sont le droit de vote ou d'être élu. La manière dont la citoyenneté fonctionnelle peut être affectée par les addictions en hausse est le fait que les gens ont moins de temps pour prendre soin de l'intérêt commun, parce que leur temps est dirigé vers la réalisation de leurs besoins sociaux et professionnels. Nous avons déjà indiqué que les besoins professionnels et sociaux peuvent être difficilement réalisables en raison de l'intrusion de l'intérêt du profit dans le travail et les questions sociales. Néanmoins, la majorité des gens dans la société moderne peuvent être préoccupés par eux-mêmes, sans être conscients de l'importance de l'intérêt commun.

Les caractéristiques de la citoyenneté sont la participation, la loyauté et la coopération. Dans le cas de la participation, cela peut être au niveau d'organisation ou de législation, en rapport avec le comportement lors du vote ou des activités, le statut de candidat pour une fonction publique ou le soutien à un candidat. La loyauté, comme caractéristique sociale, peut porter sur un intérêt public, sur l'organisation ou une institution ou sur une groupe ou une personne. La coopération peut être destructive sans la matérialisation ou avec la matérialisation en termes de protestations exprimant le mécontentement et créatives, dans le sens de tout travail de coopération, qui mène vers l'intérêt public.

La détermination de vivre conformément aux accords sociaux inclut une contrainte morale stricte, écrit Jeurissen (2004). Cet auteur affirme qu'être un citoyen signifie accepter le contrat social comme limitation de tout ce qui a été fait. La vie suivant l'accord social, indique-t-il, est une forme d'auto-aveuglement rationnel. Il dit que les citoyens le font avec l'expectation raisonnable qu'ils en bénéficieraient à long terme. Cela signifie que le contrat social est une combinaison de l'intérêt personnel et de l'éthique. Chaque citoyen, écrit Jeurissen, a la responsabilité de promouvoir le bien commun.

Selon le même auteur, les citoyens se revanchent à la société en participant au vote, en payant la juste part des taxes ou en assumant des fonctions politiques à leur tour. Le citoyen n'observe pas passivement les développements dans la société, mais il y est actif, conscient et

vigilant. Il examine la durabilité de la société du point de vue culturel, politique, social et économique, en tant que partie de la responsabilité sociale. Le citoyen travaille à partir des idées et idéaux relatifs à la société et à partir des menaces aperçues et un locus de contrôle interne, ajoute Jeurissen.

Le fatalisme, ou l'idée que les processus sociaux ne sont pas sujets aux efforts individuels visant à les contrôler, n'est pas un bon terrain fertile pour la citoyenneté, affirme Jeurissen. Il écrit que les citoyens sont intéressés par des lois justes et que la liberté des citoyens dans une société bien aménagée ne devrait pas être confondue avec l'absence des lois. Le règne des lois rend la citoyenneté possible, écrit Jeurissen.

Banks (2008) cite trois aspects de la citoyenneté. Il écrit que les aspects civiques de la citoyenneté, qui ont émergé en Angleterre au XVIII^e siècle, fournissent aux citoyens des droits individuels, tels la liberté d'expression, le droit à la propriété et l'égalité devant la loi. L'aspect politique de la citoyenneté, écrit Banks, développé au XIX^e siècle, fournit aux citoyens la franchise et l'opportunité d'exercer le pouvoir politique par la participation dans le processus politique. Il affirme aussi que l'aspect social est apparu au XX^e siècle. D'après Banks, cet aspect de citoyenneté fournit aux citoyens la santé, l'éducation et le bien-être, nécessaires pour la participation complète dans les communautés culturelles et dans la culture civique nationale.

La participation dans les processus sociaux peut s'inscrire dans les intérêts personnels de chaque individu dans une société. La raison en est que l'on ne peut pas prendre soin de façon indépendante de notre sécurité, décider des lois de notre conduite et nous soigner tous seuls dans les cas de maladies etc. Dans la société moderne, ces fonctions communes sont exécutées par les représentants du peuple, autrement appelés agents sociaux. D'autre part, la participation est nécessaire pour élire ces agents sociaux. Cette participation peut aussi être offerte à la société comme un service fait par des individus, dans leur effort de devenir agents sociaux. En tout cas, la participation dans la société moderne inclut aussi des organisations professionnelles différentes. Le public professionnel ou des sortes différentes d'organisations non gouvernementales ou spécialisées s'interposent entre les citoyens et leurs représentants légaux. C'est la raison pour laquelle les parlements, les gouvernements et les cours consultent souvent les professionnels et les organisations différentes dans le processus de législation, d'implémentation des lois et d'activité judiciaire. Ainsi, les individus peuvent être actifs sur deux fronts, d'abord en tant que candidats membres pour les parlements aux niveaux divers et

candidats pour des fonctions dans des organisations. L'autre front dans la participation sociale est relatif au vote pour des représentants publics et d'organisations.

Les addictions relatives aux medias sont assez récentes, tandis que les concepts des activités participatives pour un bien commun ont été développés depuis des siècles. Le but principal de la présente étude est de déterminer s'il existe un rapport entre l'addiction aux medias et la participation politique, en tant que dimension significative de la citoyenneté fonctionnelle.

La situation en Serbie

Ce chapitre examine la structure des médias et leurs propriétaires, les politiques médiatiques nationales, la législation médiatique et la dynamique d'utilisation des médias en Serbie.

La Serbie est un pays de l'Europe du sud-est, formé en 2006. C'est le seul pays qui est devenu le successeur légal de la Yougoslavie, union socialiste composée de sept républiques. Suite au démantèlement de la grande Yougoslavie, la Serbie est restée en union avec la République du Monténégro sous le nom de Yougoslavie. Après quelques années, cette union a change le nom en Serbie et Monténégro. En 2006, le pays a été divisé en deux Etats indépendants: la Serbie et le Monténégro. Depuis 1990, la Yougoslavie est devenue une société pluraliste, à démocratie parlementaire. La transition d'une société socialiste vers celle orientée vers le marché est un processus, qui est en cours depuis 1990, accompagné par la privatisation des entreprises majeures dont le propriétaire est l'Etat.

La Yougoslavie fut bombardée par l'OTAN en 1999. Cette agression a forcé la Serbie à placer sa province méridionale sous l'administration de l'ONU. Le Kosovo-Metochie a déclaré son indépendance par rapport à la Serbie en 2008. En dépit de cela, étant reconnue par certains pays et sans siège à l'ONU, la province est toujours administrée par cette organisation, tandis que la solution de son statut et des changements d'administration fait toujours objet des négociations.

Tandis que la privatisation est en expansion depuis 2000, la Serbie tend à devenir membre de l'Union européenne. Du point de vue politique, nous pouvons répartir l'histoire récente de la Serbie en trois périodes, la première marquée par le Parti socialiste de Serbie,

conduit par Slobodan Milosevic, la deuxième par le Parti démocrate, conduit par Zoran Djindjic et Boris Tadic et la troisième marquée par le Parti du progrès serbe, dont à la tête est Aleksandar Vucic.

La majorité des privatisations et des réformes dans le secteur des médias a eu lieu pendant le règne du Parti démocrate. Ces privatisations et réformes ont échoué, en raison des nombreuses affirmations sur la corruption, les licenciements en masse, les difficultés économiques et les changements cosmétiques superficiels. Suite à dix ans de règne du Parti socialiste de Serbie de Milosevic, caractérisé par la division entre les médias d'Etat et d'opposition, la caractéristique de la décade suivante furent des médias similaires, dont le contrôle a été remis à une personne qui provient du parti qui fut antérieurement au pouvoir – Dragan Djilas.

La compagnie de Djilas a réussi d'obtenir le monopole sur la majorité de l'espace publicitaire et les grandes compagnies comme clients, d'un côté, établissant ainsi un grand impact sur la sphère des médias. Autrement dit, l'agence de Djilas, Direct Media dicte la valeur et l'étendue de l'espace publicitaire dans tous les médias de masse en Serbie. Cela donne un impact énorme sur les médias à une personne qui gouvernait jadis un parti.

De l'autre côté, les grands propriétaires des médias de l'ère politique antérieure de Milosevic ont survécu sur le marché. Le propriétaire de la télévision Pink, Zeljko Mitrovic a réussi à élargir sa domination dans les médias à la région. Il a également acheté des médias additionnels en Serbie, contrairement aux lois actuelles sur la concentration des médias. La plus grande question sur la scène médiatique en Serbie est celle de la transparence de la propriété et de la concentration des médias, et celle du monopole de l'espace publicitaire, influencé par la politique.

La société serbe est orientée vers l'adhésion à l'Union Européenne. Les nouveaux dirigeants politiques, qui ont accédé au pouvoir lors des élections en 2012, ont entamé une lutte importante contre la corruption en Serbie (Tanjug, 2013). Les nouvelles autorités ont rapidement examiné les privatisations problématiques, avec un team anti-corruption au sein de la police, et soutenu par la politique, menant la lutte contre la grande corruption. La Serbie a aussi l'orientation stratégique vers l'agriculture, les technologies d'information et l'industrie de la défense et elle élargit ainsi sa collaboration avec les pays d'Afrique et d'Asie. Les nouveaux dirigeants politiques ont aussi fait preuve de détermination à achever les réformes dans le secteur

des médias, visant à réaliser une plus grande transparence des médias et à réduire le monopole dans la sphère médiatique.

En 2000, il y avait 480 stations de radio et de télévision dans le pays, dont plus de 300 étaient privées (Matic & Rankovic, 2010).

Il est avéré que le premier et le deuxième gouvernement de Serbie post-Milosevic n'étaient pas prêts à entamer la modification structurelle du système des médias, écrivent Matic & Rankovic. Jusqu'en 2012, il n'y avait pas de stratégie médiatique en Serbie. Matic & Rankovic écrivent qu'après le processus de délivrance des licences, qui a duré deux ans, le secteur des médias est devenu plus transparent: en janvier 2010 ont été enregistrés 523 éditions de presse, 201 stations de radio, 103 stations de télévision et 66 médias en ligne. Ce processus de délivrance des licences, exécuté pendant le mandat du gouvernement de Vojislav Kostunica, a été accompagné de controverses, parce que certains médias, acceptables du point de vue politique, avaient obtenu des licences, tandis que certains médias d'opposition n'avaient pas obtenu le permis de diffusion. Matic & Rankovic indiquent que le processus de privatisation n'a toujours pas été terminé et que les mécanismes d'influence politique sur les médias n'ont pas été complètement démontés. Ils affirment aussi que les citoyens de la Serbie sont à la première place, à l'échelle mondiale, par la moyenne de temps passé à regarder la télévision (plus de cinq heures par jour) et presque 2,2 millions d'éditions de presse lues chaque jour et la radio écoutée presque trois heures par jour en moyenne.

L'augmentation de la concentration dans le domaine publicitaire permet aux grandes entreprises d'exercer une pression économique sur les médias, écrivent Matic & Rankovic (2010). Avec l'influence de la crise économique globale, en raison de la baisse des revenus, les médias en Serbie ont fait face aux problèmes économiques. Avec des centres économiques rattachés à la politique, il était facile de contrôler les médias. Matic & Rankovic mettent en relief le manque d'influence des associations de journalistes. Bien qu'il existe deux grandes organisations de journalistes, telle l'Association des journalistes de Serbie et l'Association indépendante des journalistes de Serbie, qui ont beaucoup de membres, elles sont incapables d'exercer une influence significative, à part d'attirer l'attention sur certains problèmes. Le problème est causé par les salaires très bas des journalistes, tandis que nombre d'entre eux travaillent sans rémunération, parce qu'ils ont été trompés par les propriétaires ou travaillent sans être déclarés en recevant, en liquide, des rémunérations très faibles. D'autre part, trois

journalistes ont été tués au cours des 20 dernières années et leurs assassins n'ont jamais été retrouvés, écrivent Matic & Rankovic. Ils ajoutent qu'128 journalistes ont été agressés alors qu'ils travaillaient.

En Serbie, il y a 523 éditions de presse (mai 2010). De ce nombre, il y a 20 quotidiens, 84 hebdomadaires, 186 mensuels, sept périodiques, 74 bimestriels, 67 trimestriels. Il est estimé qu'entre 800 000 et 1 million de journaux sont vendus chaque jour en Serbie. Ils indiquent que 41,4% de personnes entre 12 et 65 ans lisent au moins un quotidien. Les quotidiens les plus proéminents sont Blic, Vecernje Novosti, Kurir, Alo, 24 Sata et Politika. En ce qui concerne les hebdomadaires ou les mensuels, les plus lus sont NIN et Vreme. Le revenu de la presse constitue 22,4% du revenu total des médias dans le pays, ou 36 millions d'euros en 2009.

Le premier journal est apparu en Serbie en 1834 et le premier quotidien moderne, orienté vers les citoyens, Politika a été lancé en 1904, écrivent Matic & Rankovic. Ils ajoutent qu'après 1945, la Serbie – à l'époque partie de l'Etat de Yougoslavie – bâtissait un système social de type soviétique, dans lequel la presse fonctionnait comme un outil de propagande du Parti communiste, qui était au pouvoir. Avec la montée du régime de Slobodan Milosevic, au début des années 1990, lorsque l'idéologie du nationalisme était affirmée comme une forme de nouvelle légitimité collective, les médias ont été divisés en deux groupes: ceux qui le soutenaient et ceux qui s'y opposaient avec ferveur, affirment Matic & Rankovic. Ils pointent aussi l'expansion rapide de la presse tabloïde dans la période d'après 2000 en Serbie. Cette période démontre la hausse de la privatisation dans le secteur des médias. La compagnie suisse Ringier est le propriétaire de trois quotidiens et trois hebdomadaires en Serbie. WAZ Media Group est présente sur le marché des médias en Serbie depuis octobre 2001. Matic & Rankovic indiquent que la question de la propriété internationale de la presse en Serbie reste vague.

Un foyer moyen en Serbie a plus d'un poste de radio, tandis que 73% d'automobiles ont des récepteurs. Matic & Rankovic écrivent que 11% de personnes indiquent qu'ils écoutent la radio sur l'internet. Ils affirment que les auditeurs en Serbie écoutent la musique (86%), les informations (36%) et les programmes de sport (12%). Les stations de radio les plus populaires sont Radio S et Radio B92 (chacune détenant 18% de l'audience), Radio Belgrade, radiodiffuseur national de service public (11%), Roadstar Radio et Radio Index (6% chacun), écrivent Matic & Rankovic.

En 2010, il y avait 66 éditions internet de medias enregistrées (Matic & Rankovic, 2010). Ils ajoutent qu'il y avait 54,760 sites internet avec le domaine .rs en 2010. Matic & Rankovic affirment que 38.1% de la population utilisaient l'internet au cours des trois derniers mois, ce qui constitue une augmentation de 2.8%, comparé à l'année précédente et 9% par rapport à 2007. Plus de 1.450.000 personnes utilisent l'internet chaque jour. Le nombre total d'utilisateurs d'internet en Serbie en 2008 était 891,000 dont 490,000 (55%) utilisent la connexion à haut débit, rapportent Matic & Rankovic.

Méthodologie

Les questions de la recherche ont été examinées par le biais d'un sondage national représentatif, exécuté en Serbie pendant la première moitié de 2011. L'addiction aux medias a été mesurée par la durée d'usage et encore sept autres indices. Les utilisateurs des medias qui appartiennent au top 40% de par la durée sont placés en catégorie de dépendants potentiels aux médias. Ils sont filtrés par le biais de sept indices pour obtenir des niveaux différents de dépendance aux medias par le nombre d'indices auxquels ils correspondent. Ces huit indices au total correspondent aux sept facteurs du Manuel de diagnostique et statistique des troubles mentaux – Quatrième édition (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders—Fourth Edition (American Psychiatric Association, 1995)), et ils comprennent la surconsommation, les tentatives de réduire l'usage, l'usage prolongé, la substitution, le retrait, l'usage continu et la tolérance.

Après le filtrage des participants à la recherche par le biais du prisme de l'usage prolongé et les indices subjectifs, il a été établi que 67,9% d'entre eux manifestaient certains signes d'addiction aux médias, tandis que 7,6% ont été qualifiés d'extrêmement dépendants. Les niveaux bas d'addiction ont été manifestés par 48,7% de la population. Le taux moyen de l'addiction aux médias a été démontré par 11,7% de participants dans la recherche.

En observant les indices individuels, nous pouvons constater l'existence d'un schéma qui correspond aux niveaux d'addiction, avec la sévérité indiquée par ces indices et la spécificité avec laquelle ils décrivent certaines situations relatives aux médias. Les indices vagues et moins sévères montrent des pourcentages plus bas de reconnaissance par des participants à la recherche.

D'autre part, les indices qui mettent en évidence l'usage des médias déformant sévèrement et négativement la perception de la réalité ont des niveaux élevés.

La recherche sur l'addiction aux médias a été conduite par le Centre positif pour les médias numériques et la Faculté pour la Culture et les Médias. La recherche a été effectuée sur un échantillon aléatoire à plusieurs étapes de 2 208 participants. Cet échantillon est représentatif pour la population serbe de plus de 15 ans. Les participants à la recherche ont été interviewés de janvier jusqu'au mai 2011. La méthode d'interview a été développée par les étudiants de la Faculté pour la Culture et les Médias. Leur devoir était d'interviewer un public plus large, dans le cadre de leur cursus d'Analyse des médias. Les coordinateurs du cursus ont obtenu 2505 résultats des étudiants. Suite au filtrage initial, 2208 résultats ont été considérés comme valides.

Pour la présentation des résultats ont été choisis des graphiques 2D. Bien qu'il put être utile de présenter les résultats de la recherche en graphiques 3D, les graphiques 2D ont été choisis en raison d'une meilleure précision de l'interprétation, en raison des manquements dans la capacité des logiciels de créer des graphiques 3D et de la quantité importante de données qu'il fallait traiter.

Bien que cette étude cite certains auteurs qui ont utilisé le mot "personnalité" et l'usage extensif de ce mot dans l'un de ses chapitres, cette étude n'a pas utilisé le concept de la personnalité des « big five » de la psychologie de la personnalité repris par la politique, décrits par Wolak & Marcus (2007) et Riemann et al. (1993).

Cette étude utilise la phrase "besoins et désirs essentiels " faisant référence à tout désir qu'une personne ou des personnes peuvent avoir.

Les résultats et la conclusion

Cette étude a été entamée en raison de l'importance grandissante des nouveaux médias dans les sociétés à travers le monde. L'internet, en tant que nouveau medium, est en expansion depuis 1995, devenant l'actif principal pour un nombre grandissant de personnes qui utilisent le courrier électronique, les messages, les réseaux électroniques et qui naviguent fréquemment sur place. Cette importance grandissante des nouveaux médias a donné l'idée de base pour cette recherche, afin de découvrir la manière dont les médias numériques affectent la société serbe, par

le biais du prisme de l'addiction à tous les médias et en rapport avec la participation politique en tant que son pilier basique de démocratie (plus précisément: la citoyenneté fonctionnelle).

Certaines données indiquent l'augmentation de l'usage des medias et la baisse de la participation politique. C'est pourquoi le but de la présente étude est de voir s'il existe des rapports entre la dépendance aux médias et la participation politique, avec l'hypothèse principale que la montée de la dépendance aux médias est un facteur de la baisse de la participation politique.

Les résultats de la recherche ont confirmé toutes les hypothèses, y compris la principale. Les indices que l'augmentation de la dépendance aux medias cause la diminution de la participation politique ont été confirmés. Les résultats de la recherche indiquent aussi que les nouveaux médias provoquent davantage l'addiction que les vieux. C'est expliqué par l'analyse du potentiel expressif des nouveaux médias et l'analyse des caractéristiques provoquant l'addiction aux nouveaux médias. En outre, cette étude contribue à la science sociale, parce qu'elle utilise la méthodologie universelle pour mesurer l'addiction aux nouveaux et vieux médias, tout en répartissant les personnes dépendantes des médias en des groupes différents, de par le niveau de leur addiction (dépendants faibles ou forts).

Dans le futur, la méthodologie universelle de mesure de l'addiction aux medias devrait être améliorée, tandis que les résultats de recherche devraient être examinés et présentés par des graphiques 3D. Cette étude est limitée par la mesure de l'addiction, qui a été fait dans un pays, tandis qu'il serait utile de faire de tels mesurages dans tous les pays. Ainsi, les résultats de recherche pourraient être comparés entre les pays et les réponses trouvées à la question sur les caractéristiques sociales qui influencent les niveaux hauts ou bas d'addiction aux médias. Après des mesures et des analyses détaillées, l'on pourrait établir des politiques gouvernementales, des stratégies et des lois, en vue de la «lutte contre l'addiction aux médias ».

Depuis 1995 sont survenus deux changements majeurs qui ont marqué l'ère axée sur les médias. Les avancés dans la technologie des appareils portables ont permis aux êtres humains d'accéder aux médias de n'importe où à tout moment. L'apparition des réseaux sociaux (dans le cadre de l'internet) a ouvert de nouveaux domaines de la simulation de la vie, en raison de leurs caractéristiques interactives, qui peuvent potentiellement augmenter les addictions aux médias. Ces développements pointent l'importance des mesures globales standardisées de la dépendance aux medias et la recherche sur leurs effets.

Les résultats de cette recherche indiquent que les personnes orientées par les influences extérieures et la réussite sociale deviennent plus facilement dépendantes des médias. Aussi les situations de stress, provenant de la famille, du poste de travail, de l'éducation ou des normes morales ou éthiques sont puissamment liées à l'addiction aux médias. D'autre part, la famille est un agent libérateur et il a été établi sa corrélation avec la baisse des niveaux d'addiction aux médias. La répression des besoins et désirs essentiels est en montée parallèlement aux niveaux de dépendance aux médias. L'addiction aux medias note aussi l'augmentation chez les participants à la recherche dont le sentiment de bonheur est rattaché au shopping. Cela indique la connexion entre les types différents d'addictions.

Etant donné les corrélations identifiées avec la réussite sociale, la répression des besoins et désirs essentiels et le désir de shopping, il a été proposé de classifier les dépendants aux medias selon les medias et la conscience qu'ils ont de leur addiction.

Cette étude a également examiné l'usage des medias et son rapport envers la dépendance aux medias à trois niveaux: le but de l'usage, le choix de médias et les applications en ligne utilisées. Les conclusions comprennent ce qui suit: la dépendance aux medias augmente chez ceux qui utilisent les medias comme divertissement, contrairement aux individus qui utilisent les medias pour obtenir des informations; le niveau de dépendance aux médias est plus élevé chez les usagers des nouveaux médias, en opposition par rapport aux usagers des anciens médias; les applications en ligne plus interactives et moins pratiques (orientées vers la réalité), tels les réseaux sociaux et la discussion instantané provoquent une plus grande dépendance. D'autre part, les applications moins interactives et plus pratiques, tels les vidéos, les images, le courrier électronique, le chargement et la navigation sur l'internet pour trouver l'emploi/les fins d'éducation provoquent moins la dépendance.

L'analyse des résultats examine la nature des nouveaux et vieux medias, pour conclure que le niveau d'addiction à certains medias peut être mis en rapport avec le nombre de sens occupés pendant l'usage (tels l'ouïe et la vision) et certaines caractéristiques essentielles des médias, telle la diffusion en direct et l'interactivité. L'internet occupe le plus grand nombre de sens et il a le nombre maximal de caractéristiques. Il est suivi par la télévision, la radio et la presse. Cela peut expliquer pourquoi les nouveaux medias provoquent davantage la dépendance que les vieux.

La révolution numérique a apporté des changements énormes dans la routine quotidienne des membres des sociétés, leur offrant, par exemple, l'opportunité de substituer l'usage des réseaux sociaux à la communication directe « La dissonance avec la réalité » est potentiellement le pilier fondamental de la dépendance aux médias. Par le biais de l'examen de la dépendance aux médias, il est possible d'apprendre sur des implications plus larges des médias dans l'ère axée sur la technologie.

Cette étude énumère les conséquences de l'addiction aux médias comme l'agression mentale, verbale et physique, les perturbations personnelles, familiales et relatives au travail et les implications physiques. Elle classe aussi les dépendants aux médias en huit types, fondés sur la conscience de leur addiction et les médias qu'ils aiment ou qu'ils n'aiment pas.

Ces types ont été examinés plus en détail pour découvrir que les dépendants à l'internet ont une capacité de réception réduite, en raison de leur connexion spéciale à un medium de communication. Il est possible que cela soit causé par le fait que l'internet (et les réseaux sociaux au sein de lui) apparaît comme la substitution la plus valide pour la communication directe, en comparaison avec les autres médias (ses caractéristiques étant l'interactivité et l'accessibilité de n'importe où à n'importe quel moment, par l'utilisation des appareils portables). Après une analyse approfondie, il a été aussi déterminé que la nature des réseaux sociaux offrait une capacité limitée d'expression, qui peut affecter les capacités de réception aussi. Il est possible qu'il existe une connexion entre les deux analyses, indiquant que les usagers d'internet ont la capacité de réception réduite et l'autre indiquant que l'internet à la capacité d'expression la plus limitée par rapport aux autres médias.

Le nombre de corrélations entre les types divers de dépendants aux médias et des indices d'addiction suggèrent aussi que les dépendances aux nouveaux médias sont plus puissantes que les dépendances aux vieux.

Les personnes qui n'aiment pas l'internet aiment généralement la presse. Les dépendants à la télévision aiment la majorité des médias, peut-être parce qu'ils appartiennent à la génération médiane d'usagers. Il est surprenant que les jeunes usagers les plus résistants à l'addiction soient marqués comme « amateurs de radio ».

Une recherche future pourrait porter sur une comparaison entre les contenus médiatiques et ce que les personnes échangent dans les réseaux sociaux, pour obtenir une meilleure image de l'impact des médias sur les sociétés.

Les résultats de recherche suggèrent que la dépendance aux médias diminue avec l'avancée en âge. Ce résultat de recherche est prévisible, parce que les jeunes tendent à s'accoutumer à des technologies nouvelles plus addictives que les anciennes.

En ce qui concerne le niveau d'éducation, les résultats de recherche montrent que les personnes plus éduquées sont moins dépendantes aux médias. Ce résultat de recherche pointe l'importance de l'éducation dans la prévention de l'expansion de la dépendance aux médias et par la suite du renforcement des processus démocratiques, s'il est présumé que la participation politique baisse avec l'augmentation de la dépendance aux médias, comme c'est démontré par les résultats de recherche.

Les résultats de recherche qui parlent de relations virtuelles montrent que plus les personnes se fréquentent virtuellement, plus elles sont dépendantes aux médias. Si quelqu'un utilise l'internet comme moyen principal de communication avec ses amis ses chances de devenir dépendant aux médias augmentent.

Les personnes qui consacrent plus d'attention à leur travail ont un peu plus de chances de devenir dépendants aux medias. Cette donnée peut être utile pour les futures explorations dans ce domaine, parce que l'examen de la satisfaction au travail et des motifs peut donner des idées sur les sources de dépendance aux médias.

Les résultats finaux de cette étude portent sur la dépendance aux médias et la participation politique. Pour y parvenir, il était nécessaire d'examiner en détail le processus de dépendance aux médias, le plaçant dans le contexte des demandes de recherche et des aspects théoriques de la question. La question principale est de déterminer si la dépendance aux médias influence la participation politique et de quelle manière. Il a été présumé qu'avec l'augmentation de la dépendance aux médias, un processus inverse touche la participation politique. Cette question peut être importante pour toute société, pas seulement pour la Serbie, où la recherche était exécutée, parce que la participation politique est le pilier basique de la démocratie. Si les personnes ne sont pas capables ou si elles ne veulent pas participer dans le processus politique, alors les minorités au pouvoir peuvent établir le contrôle complet dans les sociétés. Avec la présence croissante des téléphones portables et les autres appareils électroniques dans la vie de la population des communautés modernes, la menace de la dépendance aux médias est élevée. C'est pourquoi les futures recherches dans ce domaine peuvent être importantes pour les sociétés modernes.

Le premier aspect des résultats de recherche finale examine les participants à la recherche dans le sens de leur confiance dans le futur et la peur du présent et du futur. Les résultats de la recherche suggèrent qu'avec la baisse de la confiance dans le futur augmente le niveau de la dépendance aux médias. D'autre part, avec l'augmentation de la peur du présent et du futur, augmente aussi le niveau de dépendance aux médias. Les dépendants aux medias sont, ainsi, moins confiants et plus apeurés que ceux qui ne dépendent pas aux médias.

Ce résultat de recherche est logique parce qu'il est logique que les personnes qui ont des problèmes dans leur vie personnelle et professionnelle aient peur de leur présent et du futur. La raison en est l'affiliation générale des problèmes dans la vie personnelle et professionnelle avec la dépendance aux médias. La dépendance aux medias rend les personnes moins confiantes de leur participation politique, parce qu'elles ont peur pour leur présent et futur. Dans ce contexte, la dépendance aux medias peut faire que les personnes ne participent plus politiquement, non pas seulement en raison du manque de temps, mais aussi en raison d'une sorte de « dépression », la condition dans laquelle les personnes n'ont pas confiance en leur propre vie.

Le deuxième aspect des résultats finaux de la recherche concerne la participation politique de trois manières. D'abord, la participation politique est examinée dans le sens de l'intérêt pour la politique. Cela se rapporte aux conversations avec les autres personnes sur des questions politiques. Les résultats de la recherche suggèrent que l'intérêt décroissant pour la politique signifie une addiction plus élevée aux médias. Cela dit, avec la réduction de l'intérêt pour la politique augmente l'addiction aux médias.

C'est logique, parce que les personnes qui utilisent beaucoup les médias n'ont pas de temps pour les conversations politiques. Par manqué de temps, les dépendants aux medias ne sont, non plus intéressés par la politique. Le manque de temps et d'intérêt en politique peut être présent en raison des problèmes que rencontrent les dépendants aux médias dans leur vie personnelle et professionnelle ou en raison de l'utilisation prolongée des médias.

L'autre aspect de la participation politique est la connaissance politique. Cette question est en rapport avec la connaissance des informations factuelles sur la politique et aussi l'intérêt pour les questions politiques. Plus les personnes connaissent la politique, plus elles sont intéressées pour les questions politiques. Similairement comme avec l'intérêt en politique, cette recherche a montré la relation inverse entre la dépendance aux médias et le savoir politique. Plus les personnes connaissent la politique, moins sont-elles dépendantes aux médias.

De même qu'avec la question précédente, c'est logique parce que les personnes dépendantes n'ont pas de temps pour réfléchir et apprendre sur la politique. Etant donné que le domaine d'intérêt commun, qui comprend des décisions politiques différentes, influence la vie quotidienne des citoyens des sociétés, l'importance de l'engagement des individus dans les questions d'intérêt commun est claire pour le fonctionnement de la démocratie.

Le troisième aspect des résultats finaux de la recherche parle de la participation politique directe. Il compare le niveau de participation politique avec le niveau de la dépendance aux médias. Cette connaissance a été acquise par le biais des questions concernant la participation au vote. Les participants à la recherche ont été priés de répondre à quelles élections ils avaient pris part. La liste d'élections a été soumise aux participants à la recherche, pour qu'ils puissent marquer les élections auxquelles ils avaient participé.

Finalement, les points ont été calculés pour déterminer le niveau de la participation politique de chaque participant à la recherche, de par la fréquence de participation aux élections. Dans cet aspect de participation politique, les résultats de la recherche démontrent la baisse du vote parallèle à la montée de la dépendance aux médias.

Pour résumer, tous les aspects de la recherche sur la participation politique ont montré qu'avec l'augmentation de la dépendance aux médias, d'un côté, nous notons la baisse de l'intérêt pour la politique, de la connaissance de la politique ou de la participation politique, de l'autre côté.

La conclusion principale de cette étude porte sur le processus de dépendance aux médias et de la participation politique, avec la conclusion finale qu'il existe une relation inversée entre la dépendance aux médias et la participation politique. Cela signifie qu'avec l'augmentation de la dépendance aux médias, la participation politique est en baisse. Les autres résultats peuvent donner un indice aux scientifiques et institutions sociales sur la manière de laquelle devraient être conduites des futures recherches et abordée la question de la dépendance aux médias et de la participation politique.

L'indice provenant du fait que les jeunes sont plus touchés par la dépendance aux médias, parce qu'ils utilisent les médias qui provoquent davantage la dépendance et le font plus que les personnes âgées, peut aider les scientifiques et les institutions sociales à saisir le sens de l'importance de cette question pour l'avenir de la démocratie.

D'autre part, l'indice provenant du résultat de la recherche relatif à l'éducation et la dépendance aux médias peut aider les institutions d'Etat et les organisations non gouvernementales à prévenir la dépendance aux médias et à aider le processus démocratique.

Les indices sur les niveaux bas de la dépendance aux médias qui sont en rapport avec une famille solide peuvent être utiles pour les sociétés, leur permettant de développer des mesures visant à revitaliser la famille et à la rendre plus puissante.

Les menaces auxquelles est confrontée la démocratie au XXI siècle sont moins celles d'une dictature du peuple, que celles d'une "dictature de technologie". La population doit être consciente de l'hégémonie invisible des médias, induite par les programmes éducatifs, qui les mettent en garde contre les dangers de l'usage des médias et leur indiquent comment les utiliser en sécurité, renforçant ainsi la démocratie.

Références

Aberbach, D. J. (1969). Alienation and Political Behavior. *The American Political Science Review*, 63 (1): 86-99.

Aguiar, M. and Hurst, E. (2007). Measuring Trends in Leisure: The Allocation of Time Over Five Decades. *The Quarterly Journal of Economics*, 122 (3): 969-1006.

Aiken, M. & Hage, J. (1966). Organizational Alienation: A Comparative Analysis. *American Sociological Review*, 31 (4): 497-507.

"alienation". Oxford Dictionaries. *Oxford University Press*.
<http://oxforddictionaries.com/definition/english/alienation> (accessed July 22, 2013).

American Psychiatric Association (1995). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. (4th ed.). Washington, DC: Author.

Banks, A. J. (2008). Diversity, Group Identity and Citizenship Education in a Global Age. *Educational Researcher*, 37(3): 129-139.

Dean, G. D. (1960). Alienation and Political Apathy. *Social Forces*, 38 (3): 185-189.

Durkheim, E. (1893). *The Division of Labor in Society*. New York: *Free Press*.

- Elliot, M. (2010). Special Timeframes Issue - What Really Happened 2000 – 2010. *Time Magazine*. Issue published on December 6th.
- eMarketer (2011). Average Time Spent Per Day with Major Media by Us Adults. Retrieved from [http://www.emarketer.com/\(S\(eqpd0445sqvknv45k1apd345\)\)/Article.aspx?R=1008138](http://www.emarketer.com/(S(eqpd0445sqvknv45k1apd345))/Article.aspx?R=1008138)
- Hegel, G. W. F. (1807). *Phenomenology of Spirit*. Translated by A. V. Miller. Foreword by J. N. Findlay. Oxford: Oxford University Press.
- Huschka, D. & Mau, S. (2006). Social Anomie and Racial Segregation in South Africa. *Social Indicators Research*, 76 (3): 467-498.
- Internet World Stats (2013). *internet World Stats: Usage and Population Statistics*. Accessed on 20th July 2013. URL: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>
- Jeurissen, R. (2004). Institutional Conditions of Corporate Citizenship. *Journal of Business Ethics*, 53(1): 87-96.
- Kornhauser, W. (1959). *The Politics of Mass Society*. New York: Free Press.
- Lasch, C. (1991). *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: W. W. Norton & Company.
- Le, J. (2001). How Do Computers Affect Children's Desire to Socialize? *Transactions of the Oklahoma Junior Academy of Science*, 28. Retrieved from <http://oas.uco.edu/01/papers/le01.htm>
- Matic, J. & Rankovic, L. (2010). Media landscape: Serbia. *European Journalism Center*. URL: http://www.ejc.net/media_landscape/article/serbia/ assessed on 25. 05. 2012.
- Nettler, G. (1957). A Measure of Alienation. *American Sociological Review*, 22 (6): 670-677.
- Nielsen (2009). *Television Audience 2009*. Retrieved from http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2010/04/TVA_2009-for-Wire.pdf
- NPD (2011). *Kids and Gaming 2011*. Assessed on January 15, 2012. URL: <http://kidscreen.com/2011/03/14/face-to-face-communication-drops-among-older-kids/>

- Pergamsa, O. R. W. & Zaradich, P. A. (2006). Is love of nature in the US becoming love of electronic media? 16-year downtrend in national park visits explained by watching movies, playing video games, internet use and oil prices. *Journal of Environmental Management*, 80 (4): 387-393.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Riemann, R., Grubich, C., Hempel, S., Mergl, S. & Richter, M. (1993). Personality and attitudes towards current political topics. *Personality and individual differences*, 15(3), 313-321.
- Riesman, D., Glazer N. & Denney R. (1961). *The Lonely Crowd: A study of the changing American character*. New Haven: Yale University Press.
- Rose, M. A. (1962). Reactions against the Mass Society. *The Sociological Quarterly*, 3 (4): 316-330.
- Sampson, J. R. (1988). Local Friendship Ties and Community Attachment in Mass Society: A Multilevel Systemic Model. *American Sociological Review*, 53 (5): 766-779.
- Shapiro, J. & Wynne, A. E. (1982). Adolescent Alienation: Evaluating the Hypotheses. *Social Indicators Research*, 10 (4): 423-435.
- Tanjung (2013). Serbia “shows commitment to fight against corruption”. *B92.net*. Accessed on 22th July 2013. URL: http://www.b92.net/eng/news/politics.php?yyyy=2013&mm=07&dd=15&nav_id=86953
- Wallace, J. R. (1999). Addiction as Defect of the Will: Some Philosophical Reflections. *Law and Philosophy*, 18(6): 621-654.
- Wolak, J. & Marcus E. G. (2007). Personality and Emotional Response: Strategic and Tactical Responses to Changing Political Circumstances. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 614(1): 172-195.