

INFLUENȚA MASS-MEDIEI ÎN FORMAREA IMAGINII STATULUI (Cazul Republicii Moldova)

*Raisa TOFAN, Facultatea de Relații Internaționale,
Științe Politice și Administrative*

The development of international relations depends largely on how international actors perceive each other. At the current stage of the international system, powerful states benefit from predominantly favorable images, while small actors encounter serious image problems. In this regard, the Republic of Moldova faces great difficulties in shaping its own national image and requires a responsible media system in order to promote the state both internally and globally.

Interacțiunea statelor în sistemul internațional contemporan este condiționată de modul în care acestea se percep reciproc, adică de

imaginea lor națională. O imagine de stat pozitivă facilitează dezvoltarea relațiilor politice, economice, culturale cu alte state și dezvoltă sentimentul de apartenență și coeziune socială în interiorul țării.

Mass-media reprezintă, în acest sens, instrumentul fundamental de creare a imaginii naționale prin influențarea comportamentului opiniei publice. Dintre cercetătorii occidentali un aport considerabil în cercetarea acestui subiect l-au adus: W. Lippmann, K. Boulding, J. Mercer, H. Morgenthau, S. Anholt. În spațiul post-sovietic s-au remarcat: E. Galumov, A. Pankruhin, I. Liabuhov, K. Teleghina; iar în arealul autohton: C. Ejov, A. Ejov, V. Saca, M. Coman, A. Gonța, etc. Acești cercetători au încercat să dezvolte aparatul categorial al temei de cercetare, dar și să elaboreze anumite recomandări practice.

Făcând o sinteză a opiniilor științifice referitoare la imaginea de stat, conchidem că aceasta este o percepție generală despre stat, care se formează, în primul rând, ca rezultat al politicii de informare direcționată, și în al doilea rând, sub influența factorilor naturali – istoria, cultura și cunoașterea poziției sale geografice, disponibilitatea resurselor și a altor factori obiectivi. Mass-media reprezintă un mediu de comunicare (precum ziarele, radioul, televiziunea), care este prevăzut să aibă acces la o masă de oameni, iar politica externă este politica promovată de o națiune în interacțiunea sa cu alte națiuni, prevăzută să realizeze interesele naționale. Aceste variabile influențează una asupra alteia și se află într-o relație de interdependență reciprocă.

Prin urmare, care este rolul mass-mediei în formarea imaginii statului? W.Lippmann determină că înțelegerea mesajelor de către receptori are loc prin intermediul procesului de „construire de imagini în mințile oamenilor” [1]. Anume acest proces i se atribuie mass-mediei ca mijloc de comunicare și de construire a imaginilor în percepția umană. Rolul mass-mediei în formarea imaginii statului este determinat de două dimensiuni: vizibilitatea (cât de vizibil e statul în ochii presei) și valența (este văzut pozitiv sau negativ) [2]. Conform acestor parametri de studiu, rezultă că statele mari și puternice capătă aproape întreaga acoperire în mass-media internațională, în timp ce circa 160 de state ale lumii sunt aproape ignorate de presa internațională [3]. Acest fapt este un obstacol pentru statele mici ca Republica Moldova în promovarea unei imagini pozitive și realizarea intereselor naționale.

Tehnologiile informaționale de influență asupra auditoriului străin au un rol determinant în crearea imaginii statului și difuzarea ei. Ne referim în primul rând la Internet, rețelele de socializare cele mai populare (Facebook, Twitter, V Kontakte, Qzone etc.), rețelele media internaționale (BBC, CNN, Al Jazeera, Russia Today, Euronews, Yahoo News etc.), care au reușit să confere atractivitate statului de care aparțin. O importanță sporită le revine astăzi și site-urilor oficiale ale statului și organelor de stat, care trebuie să fie fața acestuia. În cazul Republicii Moldova, site-ul oficial (www.moldova.md), deși este destul de atractiv, având imagini cu locuri pitorești, nu este bine întreținut, informația fiind învechită.

Imaginea Republicii Moldova peste hotare s-ar putea caracteriza prin cuvântul „vag”. Ne confruntăm cu o problemă gravă a lipsei identității naționale. Lipsește o marcă și un brand național bine cunoscute. Deși avem personalități importante, acestea nu sunt cunoscute peste tot în lume. Calitatea guvernării și a liderilor politici este îndoielnică, iar furtul miliardului a prejudiciat imaginea statului peste tot în lume, ajungând pe primele pagini ale ziarelor cu renume, precum Huffington Post, New York Times etc. Turismul, deși există potențial, necesită mai multe eforturi și finanțe. Un obstacol nu mai puțin vizibil este și mentalitatea populației, care se pliază pe expresia „Capul plecat, sabia nu-l taie”.

Conform unui studiu realizat de IMAS, principalele instituții în care moldovenii au încredere sunt biserica (85%), mass-media (66%) și primăria (60%) [4]. Așadar, este observabil rolul covârșitor pe care mass-media l-a căpătat în Republica Moldova, fiind utilizată ușor atât ca o armă de impunere a unor idei, cât și ca un mod de promovare a identității naționale și a imaginii de țară. Conform Raportului privind libertatea presei în lume al Freedom House din 2017, Republica Moldova are mass-media parțial liberă [5]. Rezultatul Barometrului de Opinie Publică 2017 indică - moldovenii se informează despre ultimele știri din televiziune, în special de la canale TV, precum: Prime (55%), Moldova 1 (40%), Jurnal TV(29%) [6]. De aici rezultă prezența sporită a propagandei rusești și dificultățile de promovare a propriei imagini pe fundalul celei dintâi.

Analizând un șir de articole din ultimii 10 ani din presa străină (engleză, americană franceză), s-a dedus că în presa străină Republica

Moldova este prezentată ca un stat sărac, cu mari probleme la capitolul tranziție democratică și apare doar în momente excepționale. De aici și concluzia analistului O. Serebrian: „Republica Moldova este cea mai puțin cunoscută țară din Europa” [7]

Astfel, mass-media se dovedește a fi elementul vital de promovare a imaginii statului în lume. Republica Moldova are de lucrat în multe domenii pentru a-și promova o imagine de succes în lume. Printre acestea pot fi enumerate: consolidarea identității naționale; libertatea presei și educarea jurnaliștilor în spiritul patriotismului; instituirea imagologilor moldoveni pentru promovarea imaginii statului etc.

Principalele recomandări pentru promovarea imaginii naționale a Republicii Moldova sunt:

- Elaborarea Strategiei de comunicare a imaginii în exterior și a unui brand atractiv al statului;
- Site-uri oficiale bine întreținute și mai atractive;
- Reformarea sistemului mass-mediei și construirea unui Centru Național Media, care ar facilita comunicarea dintre presa națională și cea străină.
- Promovarea turismului moldovenesc.

Aflată sub incidența propagandei rusești, mass-media din Republica Moldova întâlnește nenumărate obstacole pentru a putea făuri statului o reputație frumoasă. Pentru a primi o acoperire pozitivă în mass-media străină, sunt necesare nu doar eforturi imagologice, dar și acțiuni concrete de reformare și democratizare a statului, mai ales în domeniul luptei cu corupția. În acest mod, guvernarea ar câștiga încrederea structurilor internaționale și, mai important, a propriilor cetățeni.

Referințe:

1. LIPPMANN, W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. 427 p.
2. GONȚA, A. Mass-media ca instrument de imagine de țară. În: *Studia Unniversitatis: Științe sociale*. 2008, nr.4, p. 212-221.
3. ANHOLT, S. The media and national image. In: *Place Branding and Public Diplomacy*, 2009, vol. 5, no. 3, p. 169-179.
4. PETRUȚI, D., LEGCOBIT, A. *Libertatea de a fi liberi. Concluzii după 25 de ani*. IMAS, 2016. [accesat 05.12.2016] Disponibil pe Internet: <http://imas.md/pic/uploaded/%5Bimas%5D%20libertatea%20de%20a%20fi%20liberi.pdf>
5. Freedom of the Press 2017 [accesat 30.04.2017] Disponibil pe Internet: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/moldova>

6. *Barometrul Opiniei Publice*, aprilie 2017 [accesat 30.04.2017] Disponibil pe Internet: <http://ipp.md/libview.php?l=ro&idc=156&id=820&parent=0>
7. BUȘCANEANU, S. *Imaginea statului Republica Moldova ca factor al integrării în Uniunea Europeană*. [accesat 30.04.2017] Disponibil pe Internet: <http://www.ipp.md/libview.php?l=ro&idc=167&id=494>.

*Recomandat
Cristina MORARI, lect. univ.*