

## MASS-MEDIA – FORMATOR AL CONȘTIINȚEI NAȚIONALE A TINERILOR

Mariana MARCU

Mass-media îi revine un rol-cheie în societatea contemporană. La început cartea și ziarul, apoi radioul și televiziunea, iar acum și multimedierea, și-au demonstrat potențialul lor de informare și delectare a publicului, dar și de educare a lui.

Actualmente, mass-media tot mai mult dezvoltă rolul său de suport pentru asigurarea dialogului dintre oamenii cu nivel de cultură diferit, contribuind la consolidarea conștiinței sociale și naționale a cetățenilor. „Conștiința națională, citim în *Dicționarul de psihologie socială*, este conștiința de sine a unei comunități naționale: conștiința apartenenței la comunitatea națională, bazată pe comunitatea de origine etnică, de limbă, cultură și civilizație, teritoriu, tradiții de luptă socială și națională pentru păstrarea culturii și ființei naționale...” [1].

Mai mult: teoreticienii din domeniul politologiei și istoriei susțin că conștiința națională reprezintă ansamblul ideilor, aspirațiilor, sentimentelor prin care membrii unei comunități naționale își afirmă identitatea comună pe baza unității de: teritoriu, limbă, cultură și viață economică.

Având în vedere faptul că în cadrul unei societăți tinere sunt cei care fac legătura între generația de ieri și de mâine, înțelegem că lor le revine funcția de perpetuare a unor valori ce stau la baza conștiinței naționale. Cu toate acestea, acum, în procesul globalizării, tot mai puțini tineri se arată interesați de dezvoltarea conștiinței naționale, chiar dacă, de-a lungul timpului, datorită importanței ei, conștiința națională era supranumită: „suflet al națiunii”; „rezultanta tuturor elementelor psihologice constitutive ale națiunii” sau „factor de legătură a caracteristicilor specifice națiunii”.

Datorită pătrunderii mass-media în toate sferile virtualului, se produce o neîncetată extindere a spațiului public. Cu ajutorul instrumentelor ce le deține mass-media, ajunge la o sferă publică în care neînțelegerile și conflictele cauzate de gradul de conștiință de sine diferit din societate să fie obiect de dezbateri, iar în urma dezbaterilor să ne alegem cu soluții.

Comisia Internațională UNESCO pentru studiul problemelor comunicării în societatea contemporană, încă la sfârșitul secolului trecut, a determinat cinci funcții importante ale mass-media, de bază fiind considerate funcțiile de informare și cea de educare. Dacă cu ajutorul textelor informative, presa scrisă, audiovizualul contribuie la fundamentarea și construirea conștiinței fiecărui individ, cu ajutorul materialelor de opinie ea cimentează și șlefuieste elementele ce dau durabilitate și consistență convingerilor indivizilor.

Mass-media, prin activitatea lor, au menirea de a ține trează conștiința cetățenilor, promovând valorile și normele morale, etice și culturale ale socie-

tății. Reflectând evenimentele legate de viața social-politică și culturală și, mai ales, punând în circuit informații cu caracter generalist, mass-media educă/formează, orientează cititorii. Deseori, auditoriul care suportă efectele acestor acțiuni nu conștientizează prezența, impactul și intensitatea influenței mesajului mediatic, care modelează indirect convingerile și conduita cetățenilor.

Iar în aceste condiții devine imperios necesară determinarea nivelului de influență operat de mass-media, mai cu seamă, asupra publicului tânăr, stabilind în acest context și un hotar între utilitatea și nocivitatea cu care mass-media acționează asupra conștiinței naționale a tinerilor, mai ales că „mass-media actuală traversează o serie de crize, de la cea a adaptării la o tehnologie mereu în schimbare, până la o nouă și profundă criză de identitate”[2]. În acest context, tot mai des se discută despre rolul mijloacelor media în lumea contemporană, despre credibilitatea și capacitatea lor de a se adapta noilor condiții sociale.

Multitudinea și diversitatea mesajelor mediatice, vehiculate de sursele de comunicare, ne induce într-o altă dimensiune spațială și temporală, făcându-ne să neglijăm principalele evenimente ce au loc în jurul nostru. Deseori, mai cu seamă tinerii, manifestă interes pentru anumite evenimente/întâmplări doar dacă acestea conțin o doză sporită de senzational. Tot mai des observăm că „dimensiunea eroică a existenței umane este pierdută (ea aparținând unei vârste a inocenței, a romantismului și a încrederii în progresul umanității), în schimb asistăm la o frenezie a desacralizării, la o punere în chestiune a tuturor instanțelor, de la cele politice la cele economice sau spirituale”[3], în care individul postmodern încearcă să-și mențină libertatea de a alege, preferând să rămână, în același timp, în afara propriei participări la realitatea cotidiană.

Într-o măsură, tinerii de astăzi preferă să neglijeze unul din elementele-cheie ce stau la baza conștiinței naționale – istoria. În atare situație, mass-media îi revine funcția de a readuce evenimentele istorice în atenția publicului pentru a consolida conștiința națională. În acest scop, unele posturi de radio moldovenești realizează emisiuni în cadrul cărora sunt invocate și dezbătute probleme legate de istoria țării, trecutul nostru. Astfel, postul de radio „Vocea Basarabiei” difuzează emisiunile „Editorialele istoriei”, „Istoria în mișcare” și „Magazin istoric”. În cadrul lor, participanții la emisiuni urmăresc scopul de a promova adevărul științific și istoric, încearcă să combată teoriile și opiniile false privind originea etnică, limba maternă și istoria națională a românilor moldoveni. În acest context, deosebit de importantă este și contribuția postul de radio „Europa Liberă” care menține rubrica „Istoria trăită”.

O altă dimensiune ce stă la baza formării conștiinței naționale este cea culturală. Și de acest aspect au ținut cont jurnaliștii de la „Vocea Basarabiei”, propunând publicului emisiuni în care sunt promovate adevăratele valori culturale ale neamului. În numărul lor se înscrie și „Tezaur folcloric româ-

nesc”, îngrijită și prezentată de maestrul culturii – Ion Paulencu. În cadrul altei emisiuni – „Suflet de artist”, sunt promovați interpreți, textieri, aranžori, dar și piesele lor. Formatul emisiunilor, care presupune nu doar o simplă difuzare a pieselor, permite radioascultătorului să-și completeze cunoștințele și cu anumite informații despre interpreți, istoria cântecelor, despre concertele care au avut sau vor avea loc etc. Exemplul „Vocii Basarabiei”, de promotor al culturii naționale, este urmat și de alte posturi audiovizuale de la noi.

Educația prin și pentru valori, care constituie premisa formării subiectului valorizator, cât și a potențialului creator de valori, trebuie să devină o dominantă în politica editorială a posturilor de radio și TV. Altfel spus, finalitatea educației, inclusiv prin intermediul mediilor de informare, rezidă în formarea conștiinței și conduitei tinerilor, iar obiectivele ei majore sunt: aspirația spre valori, disponibilitatea pentru valorizare, atitudini și comportamente corespunzătoare. „Procesul de valorizare a lucrurilor, obiectelor concrete se consolidează în conștiința omului ca „valori subiective”, sub forma unor idei, reprezentări normative, ajutându-l să-și orienteze acțiunile, să-și stabilească obiectivele și scopurile de atins <...> care convin lui și societății”[4]. În procesul de formare a conștiinței naționale, în special a tinerilor, este importantă atât selecția/conservarea, cât și transmiterea/promovarea valorilor naționale – toate aceste acțiuni aflându-se în strânsă dependență. Fiindcă numai prin intermediul valorilor și permanenta raportare la ele omul își poate forma și afirma personalitatea.

#### **Referințe:**

1. <http://www.scribd.com/doc/43922559/Con%C8%99tiin%C8%9Ba-na%C8%9Bional%C4%83-a-romanilor-moldoveni-Gheorghe-Ghimpu> (vizitat 30.01.2013).
2. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012, p.7.
3. *Ibidem*, p.8
4. MOVILA, V. Rolul educației în formarea conștiinței axiologice a personalității: În: *Interferențe universitare – integrare prin cercetare și inovare*. Chișinău: USM, 2012, p.223.