

IMPACTUL MASS-MEDIA ASUPRA FORMĂRII PERSONALITĂȚII ELEVULUI DE VÂRSTĂ ȘCOLARĂ MICĂ

Silvia ȘPAC

Institutul de Științe ale Educației

În articol este analizat în detalii impactul mass-media asupra formării personalității elevului din treapta învățământului primar. Studiul este realizat în baza observațiilor proprii, a analizei literaturii de specialitate și a rezultatelor obținute de cercetătorii din domeniul pediatriei și explorării mass-media din SUA. Cercetarea și descrierea rezultatelor interiorizării informațiilor mediatice de către școlarul mic s-au soldat cu stabilirea acestei influențe și cu elaborarea schemei *Impactul mass-media asupra personalității elevului de vârstă școlară mică*, care conține: efectele pozitive; mecanismele și consecințele ce pot surveni în cazul explorării abuzive și incorecte a mass-media în cadrul familial. Studiul poate servi drept ghid orientativ pentru familie și cadrele didactice de valorificare a educației pentru mass-media.

Cuvinte-cheie: *mass-media, educație pentru mass-media, elevi de vârstă școlară mică, familie, școală, impactul mass-media, valori, non-valori, identificare, proiecție transfer.*

MASS-MEDIA IMPACT UPON THE PERSONALITY FORMATION OF SCHOOL AGE STUDENT

The article analyzes in detail the mass-media impact upon pupils personality formation from the step of primary education. The study is based on own observations analysis of specialized literature and the results obtained by researchers in the field of pediatrics and US media exploration. Research and description of the media internalizing information results by school age junior students, has led to establishment of the influence and development of *Media impact scheme on the personality of the school age student's*, which contains: positive effects, mechanics and consequences which can occur in case of incorrect abusive and exploration of the media in the family. The study can serve as indicative guide for valorization of mass-media education for family and teachers.

Keywords: *mass-media, media education, school age junior students, family, school, mass-media impact, values, non-values, identification, projection transfer.*

Mass-media incită nevoia de informare, suscită curiozitatea, interesele cognitive și o vie dorință de a ști, de a fi la curent cu noutățile, de a reține idei și fapte esențiale pentru propria formare, precum și dorința de a participa la o experiență socială mai vastă. O asemenea influență atitudinală, de motivație, nu este lipsită de importanță pentru activitatea intelectuală și pentru evoluția spirituală a micilor elevi, însă există și unele efecte nocive. Cercetările psihologilor au demonstrat că orice explorare excesivă a realității imaginilor, mai cu seamă a imaginilor audiovizuale, adică a limbajului non-conceptual al mass-media, prezintă primejdia de a stingheri generalizarea și înțelegerea conceptelor; îndepărtează copilul de conceptualizare, frânează dezvoltarea gândirii lui abstracte, ceea ce, în consecință, ar conduce la alienație prin imagini. Câștigul intelectual de pe urma excesului consumului mesajelor audiovizuale ar fi destul de redus și mai mult de ordin cantitativ decât calitativ. Diferitele mesaje, îndeosebi cele filmice, joacă un rol intermediar, înlesnind trecerea de la experiențele cele mai directe de cunoaștere (concret-senzoriale) spre cele indirecte (idei abstracte). În *piramida experienței educative* profesorul american E.Dale situează televiziunea și filmul undeva la mijloc, acolo unde ar putea cupla realul cu abstractul, concretul brut cu universul mental, imaginea cu conceptul și, invers, permițând copilului să parcurgă cu ușurință această scară în ambele sensuri și să completeze înțelegerea mai profundă a lucrurilor și fenomenelor realității obiective [7, 8].

În acest sens, emisiunile radio sunt mai eficiente, ele pot să contribuie mai mult la dezvoltarea capacității de conceptualizare și abstractizare. O utilizare rațională a tehnicilor audiovizuale, în condițiile difuzării unor conținuturi de înaltă valoare cultural-științifică și umanistă, poate să contribuie substanțial la lărgirea continuă a orizontului intelectual, a culturii generale a copiilor și adolescenților, la dezvoltarea capacităților cognitive, morale, la cultivarea acestora în spiritul valorilor autentice, a principiilor etice și ale conștiinței democratice [1].

Piramida experienței educative a lui E.Dale urmează această ascensiune. Instrumentul nominalizat include o strategie de îmbinare a variatelor metode de: receptare a informațiilor mediatice, analiză a lor și a experiențelor ce le propun; valorificare a dramatizărilor, demonstrațiilor, excursiilor, expozițiilor de lucrări ale copiilor realizate în baza explorării surselor mass-media.

Comunicațiile sociale au schimbat considerabil nu doar modul de însușire a experienței de cunoaștere a noilor generații, ci și cel de asimilare a experienței afective și de cultivare a sensibilității. Ele aduc modificări care pot avea semnificația unei mai largi și profunde îmbogățiri a vieții afectiv-emoționale a copilăriei, a vibrației lăuntrice. În virtutea faptului că mass-media comunică nu doar informații, gânduri, idei, ci și emoții, sentimente, atitudini, aceste mijloace devin și o sursă de informații, care acționează asupra inteligenței și activității mentale și reprezintă un factor care intervine activ în dinamica și evoluția stărilor afectiv-emoționale ale ființei umane în devenire. Astfel, mass-media este un factor de stimulare, modelare și de dezvoltare a orizontului de trăiri emoționale ale copilului. În multe familii se folosește proiecția diafilmului pentru copii, ascultarea discursurilor, valorificarea videocasetelor și a posibilităților Internetului. Televiziunea oferă numeroase filme cu desene animate pentru copii, seriale, emisiuni speciale și alte programe. Radioul la fel, iar revistele și ziarele cunosc o tot mai mare expansiune și devin tot mai atractive. Prin toate acestea, mass-media introduce și explorează numeroase situații emoționale și noi ritmuri de trăiri ce impresionează copilul și oferă un traseu mai dinamic, interesant vieții afective a acestuia. Limbajul audiovizual posedă un puternic substrat afectiv și cognitiv, dispune de o forță mare de declanșare și mobilizare a mecanismelor afectiv-emoționale la toate vârstele omului. Filmul, emisiunea de televiziune sau cea transmisă radiofonic pot să înstituească cu ușurință o realitate afectivă de multe ori mai puternică decât realitatea existențială. Folosind mijloace de expresie de mare influență (mișcarea, jocul de lumini, culoarea, sunetul, cuvântul, muzica, zgomotul), imaginile imprimă obiectelor și fenomenelor, evenimentelor și faptelor prezentate o mai pronunțată coloratură afectivă, care sporește forța de impresionare și sensibilizare a persoanei. Datorită încărcăturii afective a conținuturilor audiovizuale se reconstituie o atmosferă ce captivează spectatorul, obține adeziunea lui, pune stăpânire pe moralul și ființa lui și o antrenează în trăiri excepționale, de o mare muncă spirituală [Apud 7, p.52-53]. Tocmai de aceea, în plan emoțional, filmul, emisiunile de televiziune, proiecția de diapozitive, revistele cu multitudinea lor de desene, paginile ilustrate captivează copiii și devin pentru ei adevărate surse de satisfacție afectiv-emoțională, provoacă plăcere și destindere. Deschiderea aparatului de radio este o invitație la trăirea unui moment de bucurie și plăcere pentru copil în așteptarea poveștii de seară. Ascultarea muzicii la radio este și ea o invitație la câteva minute de exaltare sufletească, de reverie, de recreație. Conectarea televizorului și vizionarea unor emisiuni interesante provoacă emoții și trăiri de bună dispoziție, de râs în fața unei opere comice, de savurare a compasiunii în timpul unor emisiuni cu caracter dramatic [2, 3, 5-7 etc.]. La toate acestea astăzi se mai adăugă și valorificarea Internetului cu posibilitățile sale mari și complexe.

Este observabil faptul că la toate vârstele copiii manifestă disponibilități mari intelectuale și afective pentru utilizarea mijloacelor audiovizuale. Viața afectivă a copilului este legată de relațiile sale interpersonale cu apropiații și semenii, iar emoțiile și conduita sunt într-o corelație cu întreaga lor viață. Din acest punct de vedere mass-media *nu este creatoare de relații și interrelații personale directe, în schimb poate să ofere numeroase modele sau substituențe ale acestora*. Cinematograful și emisiunile de televiziune pot să-i mijlocească copilului percepția unor relații în mod indirect, dar care pot să devină ale lui proprii în măsura în care și le apropie, se identifică cu ele, urmează unele modele în viața reală. Multitudinea de mesaje audiovizuale cu care copiii vin în contact aduc în câmpul lor perceptiv numeroase situații, cazuri, exemple, personaje, eroi, grupuri sociale, colectivități, care prin conținutul manifestărilor lor, prin modul de a gândi și simți sau de a acționa exprimă, într-un fel sau altul, relațiile și atitudinile pe care copiii ar dori să le manifeste față de alți oameni. Filmul, emisiunea de televiziune ori de radio, ziarele și revistele aduc în fața copiilor scene și situații sociale *extrase* sau fragmente din realitate; portrete, fapte, evenimente etc. Acestea sunt supuse observației și analizei și pot influența pozitiv, dar, în același timp, pot aduce și informații cu un conținut negativ, care conțin elemente de agresivitate, violență, instabilitate morală. Astfel, mass-media multiplică, în foarte mare măsură, posibilitățile elevilor de a contacta cu variate situații, relații, probleme, cu întreaga gamă de gânduri și idei, trăiri și sentimente, fapte și comportamente de care este capabil omul, dar, deseori, invocă o realitate creată artificial, pe care școlarul mic nu o poate delimita de existența și viața lui concretă. Prin caracteristicile lor, imaginile audiovizuale, re/crează autentic și emoționant fragmente de realitate, secvențe de viață, surprind sentimente și reacții pline de adevăr, dar și de fals omenesc. Alteori ele reconstituie, în mod artificial, realitatea și, datorită mijloacelor tehnice și estetice de care dispun, noile medii au o influență atât de mare, încât fortifică/exagerează uneori realitatea, o fac mai *colorată* decât este ea de fapt, creează iluzia că ceea ce vedem se petrece aievea [3]. În contextul dat, adulții trebuie să fie capabili să explice aspectele descrise, dar pentru aceasta ei trebuie să cunoască ce vizionează copilul.

Trebuie să conștientizăm că *iluzia autenticității și a situării în esența faptelor*, trăită odată cu vizionarea unui film, este viguroasă și emoționantă, are o intensitate specifică, iar solicitarea elevilor mici ca spectatori devine mult mai intensă și mai complexă, ceea ce accentuează puterea de influență a imaginii asupra vieții lor morale și afective. Redarea acestor relații și atitudini, uneori atât de contradictorii și conflictuale, la care se asociază, din plin, sugestia afectivă a personajelor celebre, a celor care au creat aceste mesaje (scenariști, regizori, actori, operatori etc.), mișcă sufletele, îi *zguduie* pe tinerii spectatori, îi face să înțeleagă mai profund unele sensuri și semnificații umane și sociale sau îi sperie. În funcție de vârstă, inteligență, starea de spirit, elevii pot să reacționeze pozitiv sau nu, să adopte atitudini foarte diferite și nuanțate, să înceapă a reflecta, a-și pune probleme sau, dimpotrivă, să rămână indiferenți, să devină agresivi sau să se inhibe [7, 8]. Mesajele relatate în emisiuni de radio, TV, în paginile revistelor ilustrate devin pentru copii obiectul unor trăiri ce formează atitudini pozitive sau negative legate direct de reprezentările, faptele, actele, acțiunile morale sau imorale, umane sau inumane ale eroilor. Copiii râd sau plâng împreună cu eroii preferați; se bucură sau se întristează, suferă odată cu ei. Ei manifestă atitudini de acceptare și simpatie față de ceea ce este demn, pozitiv, în viața și în faptele eroilor sau, invers, pot să încerce sentimente de respingere și antipatie față de ceea ce este urât, laș și degradant în gândurile, faptele și gesturile personajelor.

Din experiența mea pedagogică, solicitând elevilor din treapta învățământului primar să precizeze care personaje sau eroi din filme i-au impresionat cel mai mult sau care scene le-au provocat tensiuni emoționale mai puternice, m-am convins că toți empatizează cu ceea ce este moral. Din conversațiile, analiza unor răspunsuri și lucrări scrise am stabilit că elevii au trăit emoții pozitive și au manifestat simpatie și atașament față de acele personaje și acei eroi care s-au distins prin acte de inteligență și eroism, curaj, voință, tenacitate, bărbăție, iubire de Patrie, cinste, dreptate, umanism, spirit de sacrificiu, istețime, devotament, noblețe sufletească etc. Elevii simpatizează eroii care luptă împotriva răului, nedreptății; manifestă atitudine negativă față de dușmanii eroilor pozitivi din operă, față de faptele imorale și comportamentul nedemn. Atunci când copiii recepționează filme cu conținut istoric și social, pe care le apreciază în mod deosebit, ei participă emoțional la desfășurarea acțiunii, se solidarizează cu cei mai buni, condamnă violența, simpatizează și empatizează eroii pozitivi; trăiesc sentimente de bucurie pentru victoriile obținute de cei înjosiți sau brutalizați; manifestă indignare față de personajele negative și nedreptăți. Afecțiunile și emoțiile trăite îndeplinesc o funcție integratoare, facilitează accesul spre înțelegerea valorilor, a relațiilor dintre oameni, adevăratele lor motive de acțiune, trăsăturile morale, care caracterizează marile probleme ale destinului uman, însă pot și dăuna dezvoltării psihice a micului școlar, dacă sunt în exces. Copiii de 7-11 ani reacționează și apreciază afectiv evenimentele și după aceea, în planul rațiunii, trăiesc emoțional și apoi ajung la o cunoaștere de profunzime, la gândire, la înțelegere. Impresiile dobândite, ghidate adecvat de adulți, sunt astfel asociate unor judecăți de valoare asupra raporturilor interumane, adăugându-se celor constituite deja în conștiința lor. Factorii afectivi și emoționali pe care-i implică comunicațiile de masă au, prin urmare, un important rol *de mediere a cunoașterii, de influențare și consolidare a tendințelor de evoluție a vieții afective și etice, a aspirațiilor oamenilor spre bine, dreptate, frumos, adevăr*. În funcție de ele, elevii de vârstă școlară mică își orientează propriile forme de comportament. Acesta este unul dintre motivele pentru care putem considera că mass-media constituie un element eficient de educație, capabilă să dezvolte modul de a gândi, simți și acționa al generațiilor în creștere, principiile democratice de conviețuire. Valorificarea mass-media și receptarea emisiunilor TV și radio suscită mecanisme psihologice foarte complexe *de proiectare și identificare* a copilului cu lumea eroilor și a personajelor prezentate. Aceasta se întâmplă în situațiile când conținutul afectiv bogat al unor mesaje audiovizuale creează condiții favorabile, de o profundă impresionabilitate psihologică, în care copiii și adolescenții, mai mult decât tinerii și adulții, se lasă cuprinși și stăpâniți, cu sau fără voia lor, de fenomenul de *transfer/transpunere* în locul personajului. În ținuta unor eroi care apar pe ecrane copiii găsesc un model ce îi face să uite de sine, să se identifice cu el, să transfere propriul lor eu în acest model în care, parcă, se regăsesc pe sine [5-7], ceea ce amplifică și mai mult potențialul afectiv, dar și ne atenționează asupra necesității unor analize și explicații adăugătoare oferite copiilor. Tehnicile de dramatizare și alte conținuturi mass-media implică deseori o participare afectivă atât de intensă din partea spectatorului, încât între sufletul lui și spectacolul de pe ecran au loc transferuri puternice. Participarea poate să devină atât de puternică, încât individul nu mai poate fi calificat doar ca un simplu spectator, ci aproape ca unul dintre personajele/eroii care participă la evenimente. Sub impresia extrem de captivantă a unui film, dinamica afectivă a trăirilor generate îl aruncă pe tânărul spectator dintr-o extremă în alta, dint-o stare de proiectare, adică de *egoism și absorbirea*

altuia până la dispariția lui în tine, în spiritualitatea celui care receptează, într-una de identificare de altruism și devotament până la uitarea totală de sine și dizolarea în altul [2, p.126]. În primul caz, al proiectării, individul percepe în sens psihologic pe ecran propriile sale probleme sufletești, tendințele și dorințele, aspirațiile și speranțele, chiar ale întregii ființe, până la identificarea cu anumiți eroi sau cu anumite situații [3]. Fenomenul de proiectare presupune, în fond, o expulsie în afara propriului eu cu aceea ce fermentează în mod obscur în interiorul fiecăruia, un transfer spre exteriorul subiectului al unor stări psihice subiective ce se fixează fie în imagini, reprezentări sau simboluri care par, în acest caz, a exista obiectiv, în mod real [Apud 7, p. 55-56]. Fenomenul proiectării implică și o anumită identificare, în sensul că spectatorul, în momentul în care eliberează în afara lui anumite virtualități psihice pe care le fixează asupra eroilor aflați în situația dată, se identifică cu personaje, care de altfel îi sunt străine, și le simte, astfel trăind unele experiențe pe care el de fapt nu le cultivă [Ibidem]. Proiectarea ar fi un fel de renunțare temporară la tine însuși, o trăire doar imaginară a ceea ce nu poți trăi în realitate, o transpunere în lumea de basm, de feerie, de fantastic, de prezență în regiunile exotice. Acest gen de identificare, implicată în orice proiectare, se manifestă ca un proces de absorbție care îi oferă spectatorului sentimentul că el trăiește experiențe inedite pe care propria lui viață nu le conține. Pentru spectatorul mic totul se petrece ca și cum actorul ar fi un *alter ego* al său, o dublare a sa, o încarnare a Eu-lui său. Astfel, fenomenele de proiectare ar putea fi descrise ca o stare de compensare a realității prin mijloace fictive, închipuite, oferind acele satisfacții pe care realitatea nu le poate satisface [6, p.149]. Abordată în acest sens, *proiecția* ar avea efecte de eliberare psihică, de descărcare a unor emoții complexe, devenind un mecanism eficient de purificare, un catharsis al pasiunilor, ce ar duce în cele din urmă la restabilirea unui echilibru, la o normalizare psihoemoțională cu implicații de igienă mintală. De aceea, conform viziunii unor psihologi, pedagogi, sociologi [Apud 7] și a unor oameni de cultură, centrați pe concepțiile psihanaliste, cinematograful și televiziunea ar putea să fie folosite optimal în scopuri terapeutice, de psihocorecție de ordin mintal și educativ.

Cel de al doilea mecanism, *identificarea*, este o altă formă a uitării de sine, care se manifestă când persoanele în evoluție pe ecran se disting prin fapte, intensitate afectivă ce întrec modul obișnuit, cotidian. Identificarea își face loc atunci când filmul, emisiunea TV sau radiofonică trezesc la spectator o puternică rezonanță emotivă, când conținutul de idei și trăiri ale spectatorului corespund unor interese profunde, unor nevoi și aspirații intime ale acestuia; atunci când eroii/personajele din filme posedă și demonstrează calități simpatice, suscitând atașament, dragoste, tandrețe; atunci când se cere o aranjare de o asemenea intensitate încât spectatorul să trăiască acțiunea vieții de pe ecran ca una reală, cu întreaga încărcătură de tensiuni și semnificații umane. Empatia, astfel denumește Gaston Mialaret fenomenul identificării, apare pe fondul unui sentiment de nemulțumire față de propria persoană, de lipsa de realizare [Apud 8], îndemnând spectatorul la imitarea conduitei eroilor. Astfel se întâmplă ca micul spectator să imite, mai mult sau mai puțin conștient, mimica, gesturile, expresiile, ritmul mișcărilor etc. ale personajelor de pe ecran, care-i devin agreabile și-l domină. Mișcărilor proprii sunt sincronizate cu cele ale eroilor, ale personajelor. Imitarea se poate extinde și asupra trăirilor emoționale, asupra atitudinilor mentale (de judecată, de gândire) și poate atinge grade diferite de interiorizare și fuziune între spectator și personajul adorat, încât cel dintâi se lasă absorbit, dizolvat în ființa personajelor/eroilor din spectacolul mediatic. Copiii trăiesc odată cu eroii de pe ecran, suferă și se bucură alături de ei, gândesc și simt ca ei, doresc să semene acestora. Opus proiecției, nu spectatorii se identifică cu eroii, ci eroii sunt identificați cu spectatorii. Acesta, de fapt, este un fenomen de nostrificare a trăirilor, a comportamentelor, a comparării cu problemele și situațiile eroilor, care vine să dea o soluție în problematica spectatorului [2, 3]. *Proiectarea* și *identificarea* se află într-o strânsă interrelație, se completează și nu pot fi înțelese separat una de cealaltă. Tocmai din aceste considerente, E.Marin atrage atenția asupra faptului că proiectarea poate atrage sau determina procese de identificare, proiectând dorințele sau aspirațiile asupra unui erou de film, spectatorul tinde să se identifice cu acest erou, numai că identificarea nu se poate totuși reduce la proiectare. Ea este în consens cu un proces de introiecție pe calea căruia spectatorul nu doar că se identifică cu eroul, ci îl identifică pe acesta cu sine însuși [Apud 3, p.176]. Pentru copii, ca și pentru adulți, mass-media mijlocesc raportarea lor la alții, comparația cu alții, încât nu poate fi nimic surprinzător că ei se recunosc nu o dată pe ei înșiși pe ecran și trăiesc destinul uman al eroilor televiziunii ca pe propriul lor destin, mult îmbogățit, amplificat față de condițiile lor reale. Aspectul dificil, negativ rezidă în faptul că deseori apare problema privind incapacitatea tinerilor telespectatori de a se detașa de acțiunea și faptele nereale ale eroilor. Acest lucru este posibil, dar pentru a fi apți de o astfel de distanțare, de *participare lucidă*, este nevoie de o inițiere în

cunoașterea limbajului și a mijloacelor de expresie specifice în comunicațiile de masă/audiovizuale și, în mod special, de o anumită *educație pentru mass-media*. Trăind cu toată intensitatea spectacolul vizualizat pe ecran, acesta nu poate să-i lase pe micii spectatori intacti, să nu genereze anumite modificări în adâncul conștiinței și inimii lor, de aceea adulții trebuie să ghideze competent, sistematic și atent copilul în valorificarea mass-media. Prezintă interes evoluția afectiv-emoțională și comportamentală a copiilor și adolescenților, care se formează în climatul unor astfel de trăiri, iar fenomenele de *proiecție* și *empatie* pot să lase urme adânci, de lungă durată asupra acestora, în special asupra afectivității și conduitei lor. Pentru unii copii astfel de influențe pot să rămână doar la nivelul mimetismului, pentru alții ele pot să aibă un efect cathartic, dar există și posibilități ca ele să se cumuleze și să frâneze sau să blocheze formarea și stabilirea unui echilibru sufletească sau să-l tulbure excesiv pe cel existent, să contribuie la o adevărată degradare a vieții afective, a sentimentelor.

Astăzi se aduc critici aspre unor comunicații de masă, în special cinematografului, televiziunii, informațiilor din Internet, presei periodice care provoacă în rândurile unor copii, ale celor emotivi, anumite reacții necontrolate sau stări negative: de anxietate, depresie sufletească ce generează o teamă difuză, accentuează sentimentul de nesiguranță și neliniște, de grijă și dezorientare. La asemenea copii se observă tendințe vădite de exagerare a dificultăților pe care le întâmpină, de născocire a primejdiilor iminente etc. [2, 3, 5, 7 etc.]. Incontestabil, televiziunea, cinematograful, radioul, presa *introduc copiii prematur*, mai repede decât în trecut, în problemele grave ale vieții umane și sociale. Ei devin de timpuriu martori și părtași la cele mai diferite și palpitante confruntări dramatice, evenimente și fapte ce se petrec în ambianța social-umană, în întreaga lume. În fața copiilor sunt dezvăluite și ei sunt „nevoiați” să asiste la conflicte social-politice, la războaie, întâmplări teribile, fapte din intimitatea unor personaje, suscitându-le trăiri emoționale foarte diferite în jurul receptării lor. În așa caz, când copiii sunt puși în mod brutal, prematur față în față cu mentalitatea adultă, consecințele pot fi drastice. Copiii se transformă în niște persoane cinice, agresive, lipsite de sensibilitatea care ar trebui să-i caracterizeze la vârsta lor. Este important să mijlocim copiilor contactul cu adevăratele valori audiovizuale, în special cu filme sau emisiuni care pot să le ofere o experiență emoțională pozitivă, să le sugereze mai mult echilibru psihoemoțional, securitate și dezvoltare a facultăților cognitive și caracteriale. Evident că elevii mici trebuie protejați împotriva mesajelor care ar putea fi dăunătoare, să-i ferim de unele realități reflectate de mass-media violent [8].

Din aceste considerente, pedagogii, în colaborare cu părinții, trebuie să introducă un discernământ critic în orientarea publicului în devenire și în plin proces de formare spre contactul numai cu acele valori care într-o formă adecvată și morală urmăresc afirmarea ideii educative, corelate cu cerințele psihologiei contemporane, dar și ale vieții. Nedespărțită de căutarea adevărului și năzuința de bine, de aspirație spre o conduită elevată, trăirea estetică a copilului/a omului în devenire găsește în conținuturile audiovizuale de autentică valoare artistică prilejuri de vibrație și explorare. Articolele de reflecție, textele poetice, ilustratele din reviste și ziare, fotografiile care reflectă umanismul, morală și alte valori ale vieții omului, abordate într-o formă autentică, armonioasă contribuie la descoperirea frumosului, eticului sub multitudinea modalităților de manifestare. Prin modalitățile lor de expresie, variatele conținuturi, mass-media asigură *transportul* optim al mesajului de la obiect la contemplator, oferindu-i acestuia nu doar informația semantică, ci și pe cea estetică [7]. Tocmai în transpunerea originală a acestor informații estetice, filmul, emisiunea de televiziune și de radio etc. fac posibilă nu doar transmiterea conținutului, ci și trăirea și asimilarea lui, își dovedesc forța lor de influențare etică și estetică. Mass-media facilitează intensificarea procesului reproducerii, dezvoltarea imaginației artistice a spectatorului, continuarea, întregirea obiectului de către fantezia, sensibilitatea și meditația acestuia, îl ajută să pătrundă în *subtextul creației...* [Ibidem].

În sufletul copilului, mesajul estetic purtat de conținuturile audiovizuale provoacă un sentiment de satisfacție, cultivă nevoia de frumos și frumusețea limbajului de imagini și sunete, perfecționează sensibilitatea, dezvoltă și orientează gusturile și interesele pentru frumos, influențează dezvoltarea fanteziei, orientează individul spre frumos și moral. Acționând prin forma lor artistică specială, conținuturile mass-media cultivă nevoia unui contact mai des cu frumosul din artă, natură, dezvoltând capacitatea copilului de a percepe frumosul, contribuie la dezvoltarea unei judecăți artistice. Acest lucru obligă creatorii de emisiuni de televiziune, de filme pentru copii și adolescenți, de emisiuni radio, redactorii de reviste și ziare să confere acestora o valoare de înaltă ținută artistică, încât să fie pătrunse de profunde semnificații și sensuri umane. În caz contrar, în loc să sporească valoarea lor educativă, există riscul să înșele *foamea estetică* a publicului juvenil, să corupă gusturile, să sacrifice emoțiile de mare finețe, să le substituie prin emoțiile de șoc sau prin manifestarea agresivității [Apud 7, p.59-60].

Datorită faptului că noile tehnici audiovizuale se adresează, în primul rând, văzului, *simț a cărui influență asupra comportării omului întrece cu mult influența celorlalți analizatori* [4, p.313], sursele mediatice trebuie să promoveze în viața cotidiană un comportament corect, civilizată, de o înaltă cultură morală, și în niciun caz să propage un comportament neadecvat, imoral și dăunător individului, dar și colectivității umane.

Valorile sau nonvalorile etice și sociale, cele civice, materializate în expresia artistică cinematografică, transpuse în expresia imaginii și a cuvântului, frumosului, specifice televiziunii, ori redată în expresia literară la care recurge presa periodică (ziarele, revistele și cărțile), devin pentru un mare număr de copii adevărate exemple/modele, pozitive sau negative, de conduită, de ținută morală umană, pe care ei tind să le urmeze într-un fel sau altul, să-și extragă idei, esențe, strategii pentru propria comportare și viață.

Modelele, însoțite de înțelepciune, o filosofie a vieții, pe care le propune mass-media au o mare putere de sugestie, pun la încercare *voința și dorința elevilor de explorare*. Ele sugerează soluții la numeroasele probleme care-i preocupă și frământă pe copii. În și prin aceste modele copilul se vede și se regăsește pe sine și pe ai săi. Cercetătorii din domeniul explorării mass-media [1-4, 8] susțin că nu întâmplător copiii, până la o anumită vârstă, preferă emisiunile realizate cu copii de o seamă cu ei. Prin aceștia ei se simt prezenți. Acestea sunt, de fapt, aspecte care au un rol foarte mare în formarea social-morală a personalității lor. Considerând modelele ca ceva ce se impune și se cere a fi imitat, ca scheme care permit anticiparea comportării altora, acestea au menirea de a deveni orientative/ghid pentru alții. Experiența de EMM permite să afirmăm că mesajele audiovizuale, îndeosebi filmele, dețin prin conținutul lor și prin mijloacele lor de expresie specificul prezentării unor modele de eroi, comportări și atitudini care în experiența cotidiană nu apar evident și nu se manifestă în conduite și acte comportamentale vizibile. Iată de ce este necesar de a analiza, a discuta și a explica copiilor cele receptate de ei. Mesajele audiovizuale transmise deseori redau instantanee ale vieții intime, individuale ori sociale, pe care le impun apoi ca subiecte de analiză, de profunde meditații adulților, dar micul elev are nevoie de ajutor în înțelegerea acestora. Filmele, emisiunile de televiziune și radio, presa periodică etc. pot să abordeze o problemă morală într-o manieră atrăgătoare și corectă, pot să materializeze noțiuni, idei și sentimente umane, personalități și caractere pozitive, dar scot în evidență și variate prejudecăți, opțiuni, conflicte și moduri nefaste de rezolvare a unor situații de viață. Marile și micile evenimente care constituie viața reală, transmise prin mijloacele mediatice, permit copiilor să *redescopere anumite realități morale și spirituale*, plecând de la oameni reali și mediul lor concret. Comunicațiile de masă recunosc marea lor capacitate de a modela conduitele și caracterele, contribuția pe care o aduc la lărgirea, precizarea și adâncirea unor noțiuni și judecăți morale, la consolidarea unor convingeri și sentimente. Imitarea poate contribui până la manifestarea formelor de comportare negativă, imorală, deviantă. Violența și agresivitatea promovate prin mass-media necesită un control sistematic din partea sociumului și a adulților [2, 4, 7]. În contextul celor analizate trebuie să menționăm că există multe puncte de vedere vizavi de consecințele influenței mass-media asupra dezvoltării elevului de vârstă școlară mică. De exemplu, Fr.Bartlett, referindu-se la televiziune, admite doar existența unor influențe superficiale asupra comportamentului, care s-ar menține numai la nivelul mimetismului, al unei simple imitări trecătoare [Apud 7]. Alți cercetători [2, 3, 6, 8] consideră că mass-media ar duce la apariția unor fenomene de slăbire a voinței, de depersonalizare, în urma consumului pasiv, nediferențiat și la întâmplare, a diferitelor filme și emisiuni. Televiziunea și cinematograful au fost aspru criticate pentru crearea unei mitologii moderne, care se numește *lumea idolilor, a vedetelor cântecului, dansului, sportului etc.*, că ar cultiva o *idolatrie exagerată în acest sens*. În mintea copiilor s-ar amesteca deseori idolii istoriei, imaginile unor personalități de seamă cu idolii actualității, lansați de micul sau marele ecran, și cu numiți oameni celebri. Evident, observăm cu toții primejdia ca prin intermediul mass-media să fie plasate în *prim plan* anumite modele care pot să vină în contradicție cu valorile adevărate, să se creeze discrepanță între scala culturală / modelele oferite și scala aspirațiilor / modelele pe care societatea în general și le propune (J.Cazeneuve) [Apud 7]. Este foarte important să cunoaștem *Ce modele de comportare apar pe ecran; În ce raport se află ele cu realitatea, cu viața practică, cu mediul social? Ce propagă ele și în ce măsură acestea își găsesc un spectator/ascultător în realitatea vieții înconjurătoare?* Discrepanța dată, când una se publică și se promovează, iar în realitate lucrurile se desfășoară cu totul altfel, are consecințe nefaste asupra vieții spirituale a copiilor și tinerilor. Copiii devin dezorientați, frustrați, cad în tensiuni, angoase, în nesiguranță, protestează. Copiii și tinerii sunt extraordinar de sensibili la imagini și la repetarea unora dintre ele, când sunt deosebit de traumatizante pentru imaginația lor, atrag după ele o răsturnare completă a ierarhiei valorilor morale, subliniază A.Todorovici [Apud 7, p.67]. Din punct de vedere social, ceea ce contează nu este atât efectul direct al mass-media, cum s-a crezut uneori, ci forma în care tinerii își reprezintă valorile sau modelele la care ei se asociază.

Probleme deosebite ridică *happyend-ul*, adică acele filme care înfățișează fel de fel de vicii, astfel încât la sfârșit puritatea triumfă superficial asupra viciilor. Sunt multe filme create în străinătate care abundă, de la început și până la sfârșit, în tot felul de atrocități, sadism, pornografie, crime și jafuri, dar eroul pozitiv în cele din urmă iese învingător și viața lui urmează cursul ei normal. Există, deci, filme în care primează principiul *totul se sfârșește cu bine*, filme care se bazează pe sistemul valorilor compensative. *Happyend-ul* în sine nu este ceva dăunător, atâta vreme cât el derivă, în mod normal, din cursul faptelor și evenimentelor prezentate și aduce spectatorilor un sentiment de satisfacție, de optimism, de încredere în triumful binelui asupra răului. Cu totul alta este valoarea lui în filmele create în mod expres în concepția unui *happyend* impus prin artificii și urmărind alte scopuri decât cele educativ-culturale, umaniste. Numeroase critici se aduc comunicațiilor de masă și pentru faptul că ar cultiva un anumit conformism social, că ar duce la omogenizarea, stereotipizarea sau standardizarea comportamentelor, consecințe de care nu ar fi deloc scutiți nici copiii și nici adolescenții. Datele obținute de cercetările lui J.Hassenforder asupra timpului liber al copiilor și tineretului, în contextul valorificării mass-media, sunt mai optimiste [Apud 7].

Nu doar formația morală, dar și cea socială a copilului prin implicarea familiei în educația pentru mass-media se face acum altfel decât odinioară, ceea ce arată la necesitatea investigării esenței educației pentru mass-media în contextul colaborării. Problema principală este de a ști cum mass-media facilitează efortul integrării sociale a noilor generații sau, dimpotrivă, cum acestea creează sau adâncesc prăpastia între ele și societate.

S-a dovedit că copiii pot găsi în lumea conținuturilor difuzate de diversele mass-media motive de aderare la societate sau, din contra, de desocializare de aceasta, de conformism sau de nonconformism față de valorile pe care le apără și le promovează societatea. O serie de date deduse din studiul empiric și științific al realității, după cum remarcă G.Cohen-Seat [Apud 7], ne permit să admitem că întreaga viață socială a individului este afectată de pe urma influențelor exercitate de mass-media. O anumită precocitate apare și din acest punct de vedere la copii, deoarece un contact sistematic al copilului cu mesajele audiovizuale tinde să-i aducă pe neobservate în problematica vieții sociale și politice a contemporaneității. Copilul este introdus de timpuriu în lumea socială, politică a adulților într-o formă și într-un ritm care nu era atât de ușor de realizat altădată. Astfel, copiii și părinții au o lume comună care-i aproprie și din acest punct de vedere. Nu există alte mijloace mai prompte și mai eficiente decât comunicațiile moderne de masă, tehnicile audiovizuale, care ar reda evoluția vieții social-politice contemporane, desfășurarea faptelor și a evenimentelor din viața cotidiană a țării sau de pe alte meridiane ale globului pământesc, inclusiv evenimentele istorice. Mass-media surprind nenumăratele date în legătură cu repercusiunile acestor evenimente asupra destinului individual ale oamenilor, precum și asupra națiunilor, a popoarelor, a societății sau a umanității în ansamblul ei, contribuind la conștientizarea lor de către elevi.

Un asemenea contact, deși nemijlocit, totuși facilitează ancorarea copilului în ambianța vieții și realității contemporane, îi dă sentimentul de *coparticipare* intuitivă la conținuturile comunicate. Mass-media incită, într-o foarte mare măsură, dorința copiilor de a participa la experiențele sociale mai vaste [1], îi angajează puternic în plan uman, social. Astfel, ei participă mult mai activ la viața publică și pot să se angajeze în discuții axate pe aceste subiecte în cercul familiei și al prietenilor.

Așadar, atât școala, cât și familia au rolul de a neutraliza riscul ca informația răspândită prin intermediul comunicațiilor de masă să constituie o veritabilă suprarrealitate, care, creând o lume fictivă, ar putea să contribuie la adormirea conștiinței social-politice. Aderăm la ideea că tendința de universalizare, de apropiere a individului de dimensiunile universalității prin participarea lui la evenimentele ce se desfășoară pretutindeni ar implica pericolul diminuării interrelațiilor de grup, a raporturilor interumane directe [5, p.720]. În acest context, Jean Rousselet susține că unii copii decepționați de a descoperi odată cu vârsta o lume foarte diferită de cea prezentată pe ecrane se răzvrătesc și caută să prelungească în viața de fiecare zi ficțiunile cu care s-au obișnuit. Refuzând să se integreze în societate, ei se străduiesc să o modeleze după imaginea care li s-a arătat și, în mod inevitabil, intră în conflict cu toți cei care nu împărtășesc vederile lor romantoase [Apud 5, p.232].

Observațiile noastre au permis să sesizăm și să abordăm faptul că uneori mass-media generează tensiuni, controverse, stări conflictuale între copii și părinți, aceștia căutând să adopte atitudini ce contravin unor concepții, mentalități sau practici încetățenite în viața familiilor, societății. Acestea capătă, mai degrabă, aspectul unei confruntări dintre nou și vechi, ele vin să înlesnească o integrare socială, cu excepția acelor conduite ale unor copii izvorâte din motive de superficialitate, decădere sub influența reclamelor sau emisiunilor nereușite

din dorința de a duce o viață ușoară, lipsită de efort și de muncă. În felul acesta deducem că întregul context social-moral, politic și cultural, în care acționează mass-media, întregul ansamblu de condiții privind existența și organizarea vieții dintr-o țară sau alta se fac responsabili de manifestările imorale ale acestuia. De aceea, chestiunea influențelor și a consecințelor generate de mass-media sunt abordate diferențiat, dar, totuși, nu trebuie să uităm axioma conform căreia mass-media este a patra putere într-un stat. Ceea ce este valabil într-o țară nu este aplicabil pentru altă țară. În situațiile în care cinematograful, televiziunea, radioul, presa sunt utilizate în mod intenționat ca să întrețină un climat de descompunere morală, de vid etic, se constată apariția unor fenomene atât de îngrijorătoare, iar practicienii lansează idei și strategii de educație pentru mass-media. Cu toată severitatea măsurilor privitoare la controlul pătrunderii unor categorii de filme nocive în țara noastră (dar și în alte țări), la care se adaugă și alte interdicții pentru copii de a viziona filme potrivite numai pentru publicul adult, nu este exclusă posibilitatea unor influențe dăunătoare ale mass-media asupra copiilor, adolescenților sau tinerilor. Este știut faptul că tineretul școlar nu vine în contact numai cu filme, emisiuni de televiziune, reviste, cărți etc., destinate lor. Copiii nu pot fi feriți de influența celor care se adresează persoanelor mai în vârstă și care, de obicei, exercită o putere de atracție. Există riscul ca unii copii să nu rețină adevăratul sens al celor citite și văzute, să rămână doar sub impresia unor scene de violență, să înțeleagă eronat unele fapte, acte, ceea ce poate fi defavorabil formării lor morale [7].

De asemenea, în fiecare societate există un număr semnificativ de copii care prezintă anumite anomalii psihice, abateri de la dezvoltarea psihică normală (porniri anarhice, inadaptații sociale, cu înclinații mai pronunțate spre brutalitate, spre acte de violență etc.). În acest sens, este greu de precizat care variabile anume intervin mai mult în faza finală de săvârșire a unor acte inumane pe care le presupunem doar că au fost preluate din sursele mediatică. Este necesar de a lua în seamă o serie de factori, nu doar de a recurge la o simplă analiză (care poate fi unilaterală) a conținuturilor difuzate de mass-media. Evident, pentru a trage concluzii valabile generale cu privire la impactul mass-media, la relațiile cauză-efect, trebuie luată în considerare complexitatea întregii situații, în același rând toți factorii care pot provoca anumite acte indezirabile. Pericolul cel mai grav, după cum afirmă B.Taufour, îl reprezintă nu atât exercitarea și declanșarea reacțiilor în sine, cât *atrofierea reflexelor morale*, consecințele de ordin social și moral ale unor asemenea acte [Apud 5, p.332]. În opinia unor cercetători, vedetele înseși întrețin un anume fel de modele nu doar prin rolurile jucate în filme, ci și prin însăși existența, modul lor de viață, care demult nu mai constituie un domeniu privat, ci este cunoscut cu zeci de amănunte reale și inventate [8, p.180-181]. Cu regret, filmele în care copiii văd dezlănțuite instinctele primare pot fi înțelese de ei ca modalități firești de rezolvare a problemelor, pot să joace un rol de declanșare a unor fenomene negative, observate în comportarea unor personaje. Imaginile brutale din anumite filme de aventuri, western-uri etc., care de obicei plac copiilor, îi animă, le provoacă deseori o puternică supraexcitare, pot să-i incite la acte de violență, de agresivitate, la bătaie, la brutalitate, le pot sugera vitejii false și imorale. Violența promovată în ficțiune se transpune cu ușurință în acte reale de violență. De aici provin marile neajunsuri, iar răul cel mare, subliniază J.Cazeneuve [Apud 7], constă în dezorientarea și dezumanizarea generațiilor în creștere.

În esență, aceștia sunt factorii declanșatori, iar mass-media îi mai consolidează și le dă mai multă extindere, prin difuzarea informației, prin oferirea variatelor modele și prin canalizarea în diferite direcții, sugerând imitarea soluțiilor de încercare a comportamentelor imorale [5-7]. Multe studii sociologice consacrate influențelor *filmelor de groază*, ale *filmelor dure*, cu crime, gangsteri, spargeri, violuri etc. au pretinția de a dovedi că izvorul care alimentează delicvența juvenilă ar fi, exclusiv, asemenea producții cinematografice și o anumită literatură (romane de groază, reviste, comixuri care fac apologia crimei, a armelor de joc, a delictelor și care propagă în mare măsură arta de a ucide) [Apud 7]. În acest context, am putea menționa un moment-cheie: este incorect a învinui numai mass-media sau alți factori sociali; a venit timpul să realizăm investigații cu caracter pluri- și transdisciplinar al acestora în plan integrat familial, școlar și comunitar. În abordarea expusă mai sus pot fi apreciate tendințele, manifestate la nivelul impactului mass-media, ale mecanismelor care provoacă atât efecte pozitive, cât și un ansamblu de consecințe negative (Fig.1). Din această perspectivă, problema vizată rămâne a fi actuală și deschisă investigațiilor. Cinematograful, televiziunea, Internetul și presa periodică nu trebuie să fie scăpate din vedere atunci când căutăm o explicație actelor antisociale comise de unii copii, adolescenți sau tineri. Totodată, procesul și conținutul educației, inclusiv al educației pentru mass-media, trebuie renovat, axat pe valorile autentice, pe abordare sistemică, permanentă, realizată într-o colaborare eficientă școală-familie. Aceste acțiuni explică de ce fiecare țară în parte a adoptat un anumit sistem de interdicții și de cenzură, mai mult sau mai puțin riguroasă, de la un caz la altul, pentru a asigura o anumită protecție social-morală a tinerilor generații.



Fig.1. Impactul mass-media asupra personalității elevului de vârstă școlară mică.

Limitarea sau chiar împiedicarea pătrunderii și răspândirii în țara noastră a unor filme, reviste, cărți, cu un conținut dăunător, care promovează nonvalorile, pseudovalorile și fac apologia crimei, a brutalității, a urii și care *poluează* tot mai mult mediul spiritual, constituie o acțiune necesară, dar, cu părere de rău, nu este și una eficientă. Avem nevoie de filme și reviste bune, de emisiuni de televiziune și de radio valoroase, care ar aborda interesant, moral, variat și curajos problematica copilăriei, adolescenței, tineretului, inspirată de necesitățile tinerei generații și din farmecul acesteia.

Concluzionând pe marginea celor expuse, menționăm că mass-media trebuie să răspundă armonios și variat celor mai diverse gusturi și preferințe ale tineretului școlar, să ajute la cultivarea celor mai nobile sentimente, gânduri și conduite, iar educația pentru mass-media să se efectueze sistematic în cadrul familial și cel școlar, la toate nivelurile, inclusiv prin posibilitățile parteneriatului educațional școală – elev – familie – comunitate – mass-media.

Bibliografie:

1. ALBULESCU, I. *Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Dacia, 2003, p.11-105.
2. ALBULESCU, I. *Morală și educație*. Cluj-Napoca: Eikon, 2008. 233 p.
3. BERTRAND, C.- J. *Deontologia mijloacelor de comunicare*. Iași: Institutul European, 2000, p.7-29.
4. BOURDIEU, P. *Despre televiziune*. București: Meridiane, 1998, p.3-43.
5. CEMORTAN, R. *Comunicarea și mass-media*. Chișinău: Reclama, 2006, p.142.
6. CERGHIT, I. *Mass-media și educația tineretului școlar*. București: Editura Didactică și Pedagogică, p.211.
7. ȘPAC, S. *Educația pentru mass-media a elevilor din treapta învățământului primar*. Chișinău: Primex- com SRL, 2014. 180 p.
8. VAN, E.J. *Television and Child Development*. Ney-Jersey: Lea Publishers Hillsdale, 1990.

Prezentat la 28.01.2015