

## MASS-MEDIA ȘI MULTIMEDIA CA FACTORI EDUCATIVI

Nadejda SCOBIOALĂ

Colegiul Național de Comerț al ASEM

Societatea actuală este dominată de mass-media și, mai nou, de multimedia care s-au impus ca o componentă esențială a lumii contemporane. Mijloacele moderne de comunicare reprezintă un element fundamental al relației omului cu lumea înconjurătoare. Informațiile transmise prin intermediul acestor inovații tehnologice constituie una din sursele importante ale formării universului spiritual al omului zilelor noastre. De aici necesitatea de a privi aceste mijloace ca pe niște suporturi în educarea tinerilor de toate vârstele. Respectiv mass-media, pe lângă un mijloc de informare, este și un factor al educației, chemat să amplifice, să constituie sau să diversifice experiențele cognitive și comportamentale ale indivizilor. Cum comunicarea de masă face parte din multiplele dimensiuni ale contextului socio-cultural în care cresc și se formează copiii, timpul afectat consumului de mesaje mediatice, îndeosebi audio-vizuale, este mare și are numeroase implicații directe sau indirecte, imediate sau latente, asupra dezvoltării personalității acestora aflate în plin proces de formare. Ca urmare, modificări substanțiale se produc la nivelul personalității lor, prin generarea de opinii, atitudini și comportamente noi. Aportul educativ al mass-media și multimedia se realizează prin transmiterea de informații, impunerea de valori, atitudini, modele comportamentale, având, astfel, un rol deosebit în constituirea codului socio-cultural al subiectului.

**Cuvinte-cheie:** *mass-media, multimedia, educație, consum mediativ, mijloace de comunicare, tehnologii informaționale, comunicarea de masă.*

### MASS MEDIA AND MULTIMEDIA AS EDUCATIONAL FACTORS

In today's society mass media and more recently, multimedia, have established themselves as essential components with a dominant role of the contemporary world. Human interaction and relationship with the surrounding world is based on the modern ways of communication. The spiritual universe of the modern human is also being developed by information shared using modern ways of communication. Hence the need to consider these means as supports in educating individuals of all ages. In addition to having an informational role, mass media takes an important amplifying part in education, as well as a constitutive and diversifying one in regarding to the cognitive and behavioral experiences of individuals. Mass communication is just one side of the multidimensional socio-cultural context in which children grow and form and the time taken by the consumption of audio-visual messages in particular and media content in general is large and it can lead to numerous direct either indirect, immediate either latent implications on their developing personality. These substantial changes regarding their personality may be manifested through changed opinions and attitude and even new behaviors. The transmission of information and values, attitudes and behavioral models represent the contribution of mass media and multimedia to the formation of the socio-cultural code of the subjected.

**Keywords:** *mass media, multimedia, education, media consumption, ways of communication, information technologies, mass communication.*

### Introducere

Lumea contemporană s-a confruntat și continuă să se confrunte cu o multitudine de schimbări la nivel global, în planul cunoașterii, economicului dar și al socio-organizărilor, ce au devenit la începutul acestui mileniu tot mai rapide și profunde. Printre factorii care contribuie la educarea tinerei generații, dar și a adulților, se află și mass-media, dar și multimedia. Acțiunile acestora se asociază cu eforturile generale de modelare a personalității umane. Mass-media în societatea contemporană este, pe lângă mijloc de informare și un factor al educației, capabil să amplifice, să constituie sau să diversifice experiențele cognitive și comportamentale ale indivizilor. Lewis Mumford în lucrarea „Cultura orașelor”, definea mass-media ca fiind „ochiul lumii” [1, p. 4]. Într-adevăr, posibilitățile de informare și instruire oferite de mass-media sunt extrem de ample, constituindu-se în adevărate industrii.

Valorile fundamentale ale societății depind în prezent tot mai mult de modul în care societatea tratează

educația, comunicarea și tehnologia informației (inclusiv mass-media) și libertatea de expresie. Cu toate că rolul educațional pe care îl dețin, în raport cu familia și cu școala, nu este pe deplin explicit, mijloacele moderne de comunicare de masă își aduc propria contribuție la socializarea individului. Importanța pe care o au, datorită influențelor exercitate, este unanim recunoscută: „...mass-media formează al patrulea mediu constant de viață al copilului, alături de cel familial, de cel școlar și de anturajul obișnuit de relații” [2, p. 39]. Datorită lor, climatul cultural-educativ în care cresc și se formează copiii dezvoltă noi dimensiuni și posibilități de influențare. Este o ambianță ce îi supune la o mare varietate de stimuli, generând noi experiențe, necesități și interese, precum și un mod aparte de a-și exercita și împlini activitatea de cunoaștere și culturalizare, dar și de divertisment. A separa aceste efecte de cele datorate altor stimuli sociali și a le evalua pe fiecare în parte este însă o chestiune dificilă, dacă nu chiar imposibilă [3, p. 13]. Acțiunile acestui mediu educogen, ca și ale celorlalte medii – școală, familie, biserică, instituții culturale -, trebuie să se conjuge, pentru a modela adecvat comportamente și conștiințe în acord cu idealurile epocii [4, p. 4].

Multe din activitățile de comunicare mediată pot servi învățării și formării, ceea ce îl determină pe Claude-Jean Bertrand să afirme că „granițele dintre jurnalism și educație nu sunt stricte” [5, p. 45], altfel spus, chiar dacă li se aduc numeroase acuze, instituțiile media îndeplinesc, pe lângă alte funcții, și o funcție educativă. Atât de prezente în decorul vieții cotidiene, în ambianța mediului școlar și extrașcolar, dacă ne referim doar la generația tânără, mass-media și multimedia se constituie într-un factor educativ care influențează semnificativ comportamentele indivizilor și, în ansamblu, profilul personalității lor.

### Context

Așadar, comunicarea de masă face parte, din multiplele dimensiuni ale contextului socio-cultural în care cresc și se dezvoltă copiii. Aceștia dedică foarte mult timp consumului de mesaje mediatice, în special audio-vizuale, care au numeroase influențe – imediate sau latente, directe sau indirecte, previzibile sau imprevizibile asupra dezvoltării personalității lor care se află în plin proces de formare, respectiv astfel de activități diversificându-le și îmbogățindu-le existența cotidiană. Ca urmare, modificări substanțiale se produc la nivelul personalității lor, prin generarea unor opinii, atitudini și comportamente noi [3, p. 14]. Pentru cei mai mulți dintre ei, cum se întâmplă de altfel cu majoritatea semenilor noștri, intrarea în contact cu mass-media, dintre care internetul se impune ca opțiune, se situează pe primul loc în rândul ocupațiilor din timpul liber. Participarea la interacțiunea mediată este una dintre cele mai frecvente activități de fiecare zi. De când s-a impus ca o componentă importantă a lumii contemporane, sistemul mass-media/multimedia s-a manifestat permanent ca un actor activ al jocului social, afectând funcționarea celorlalte sisteme ale societății, inclusiv cel educațional. Datorită funcției educative pe care o îndeplinesc și incontestabilei contribuții în socializarea indivizilor, mijloacele moderne de comunicare de masă sunt privite ca reprezentând „piatra unghiulară majoră, o posibilitate de înfăptuire a educației permanente” [6, p.401]. Educația permanentă se constituie, așadar, într-un sistem de acțiune, din care nu poate fi exclusă valorificarea adecvată a mijloacelor de comunicare de masă. Rezultatele actelor auto-formative, posibile datorită participării la comunicarea mediatică, trebuie însă conștientizate de către subiect, înțelese, apreciate după criteriile proprii și utilizate în contextul activităților sale cotidiene.

Comunicarea de masă se constituie într-un mediu educațional extrem de dinamic, care a dobândit treptat o pondere însemnată în procesul de formare a individului. Prin varietatea și bogăția mesajelor informaționale vehiculate, cu un conținut complex și accesibilitate sporită, mass-media are o puternică forță de modelare a personalității umane, contribuind cu succes la socializarea indivizilor. În comunicarea mediatică, alături de codul lingvistic întâlnim un cod iconic, ce operează cu imagini, un cod sonor și unul simbolic, acționând fie împreună, fie unele într-o pondere mai însemnată decât celelalte.

În plin proces de modernizare, școala e nevoită să integreze și să valorifice gama de produse oferite de industriile informaționale moderne. Astfel, produsele media sunt folosite din ce în ce mai des ca auxiliare pedagogice deosebit de eficiente. Sunt folosite diverse suporturi de difuzare a mesajelor, de la cele tipărite, la cele bazate pe film și la cele electronice. În ultima perioadă, folosirea calculatoarelor a permis crearea complexelor multimedia, care combină textul scris, sunetul și imaginea, rezultând produse noi. Sistemele multimedia, a căror funcționare au la bază ideea de convergență, s-au constituit prin combinarea industriilor

mass-media cu industriile calculatoarelor și cu telecomunicațiile, rezultând rețele de tipul on-line (e-mail, www), teletext, digital, magistral, informațional etc. [7, p. 112].

Relația dintre mass-media și procesul de dezvoltare a personalității tinerilor a stârnit dintotdeauna numeroase controverse, dat fiind impactul pe care îl au influențele acesteia asupra lor. *Efectele educative ale comunicării mediatice* pot fi rezumate, conform unor surse de referință [3, p.81], la:

- a. noi experiențe cognitive;
- b. sprijin pentru conceptualizarea cunoașterii;
- c. repercușiuni formative la nivelul afectivității;
- d. modelarea comportamentelor;
- e. mass-media ca agent al socializării.

Conținutul mesajelor difuzate de mass-media are asupra modului de a gândi și simți al copiilor și adolescenților o influență mai mare decât asupra adulților [4, p. 5]. Acest lucru poate fi explicat analizând problematica stadiilor de dezvoltare la Piaget, care în lucrarea „Psihologia Inteligenței”, demonstrează că evoluția mentală nu apare ca rezultat al unor acumulări continue, ci are un caracter stadial, pe etape, fiecare având o anumită structură specifică [8, p. 36]. Adolescenților, spre exemplu, le sunt dedicate multe dintre producțiile media (presă scrisă, radio, televiziune, Internet, jocuri electronice). Este vârsta la care se formează atitudini și deprinderi culturale specifice, pasiuni și aspirații, pentru care se acordă importante resurse de încredere, de timp și de bani.

Dacă adulții dispun de un fond spiritual relativ cristalizat și, în consecință, sunt capabili să selecteze critic și să asimileze conținutul mesajelor mass-media, conducându-se după un sistem propriu de valori deja constituit, atunci copiii, aflați în plin proces de maturizare intelectuală, afectivă, morală și civică, sunt mai ușor de influențat în sens negativ. Prin urmare, este necesar să se ia în considerare natura ambivalentă a efectelor mass-mediei asupra indivizilor în general și a tinerilor în special [4, p. 4]. Cu toate că există deopotrivă și păreri pozitive și păreri negative asupra efectelor pe care le are mass media asupra personalității indivizilor, cele negative tind să aibă o pondere mai mare, în principal, datorită mediatizării în ultima vreme a personajelor mediocre, a evenimentelor mondene și nu promovarea culturii, a informației și a bunului simț.

Dacă e să se facă referire la cei care fac trimitere la efectele pozitive ale mass-mediei se poate de remarcat fenomene cu o semnificație profund umanistă: apropierea dintre oameni, optimizarea relațiilor interumane, democratizarea culturii, consolidarea democrației etc. În opinia lui H. Culea, mass-media ajută la integrarea social-culturală a auditoriului, prin înlesnirea capacității sale de deprindere a unor roluri civice, familiale, culturale, întărește sentimentul responsabilității sociale, sentimentul dăruirii, necesitatea comunicării, cultivă aspirații și idealuri [9, p.48].

Alte aspecte considerate pozitive sunt accesul ușor și ieftin la informare, sursa de relaxare și divertisment, mijloc de dezvoltare a comunicării interumane și înțelegere a situațiilor sociale, dezvoltă spiritul de competiție, de concentrare, de organizare și ajută la îndeplinirea sarcinilor școlare, la dezvoltarea spiritului moral și a conduitei școlare precum și la dezvoltarea de aptitudini de orientare în alegerea informațiilor necesare.

Pe de altă parte, este manifestată și o atitudine critică față de consumul de mesaje mediatice, care ar avea o serie de efecte nocive asupra individului și societății. Utilizarea excesivă a mijloacelor de utilizare de masă, îndeosebi la o anumită vârstă, aceea de formare a personalității, ar conduce la pasivitate și comoditate în gândire, la căutarea unor forme facile, superficiale de informație culturală, la anihilarea spiritului critic și independenței în gândire. Într-o serie de lucrări din domeniu se atrage atenția asupra mai multor efecte nocive care ar putea să rezulte de pe urma unui contact frecvent cu televiziunea și cinematograful. Se consideră, de exemplu, că mesajele difuzate prin intermediul mass-mediei pot să influențeze comportamentul tânărului, deși se admite că acest lucru se poate manifesta doar aparent și superficial. Totodată, se constată faptul că astfel de mesaje pot comporta apariția unor fenomene de diminuare a voinței, de depersonalizare, în urma consumului pasiv, lipsit de atitudine critică și nediferențiat al diferitelor emisiuni și filme [10, p. 58]. Jean Rousselet aduce însă și alte date privind efectul mass-media asupra copilului și tânărului, nu tocmai promițătoare. El spune: „unii copii decepționați de a descoperi odată cu vârsta o lume foarte diferită de cea prezentă pe ecrane se răzvrătesc și caută să prelungească în viața de fiecare zi ficțiunile cu care au fost

obișnuți. 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 romantice” [11, p. 11].

În ceea ce privește violența, agresivitatea și imoralitatea la copii, majoritatea cercetărilor au concluzionat că originea acestora trebuie căutată mai întâi de toate în raporturile lor personale cu părinții, cu familia, cu grupurile din care fac parte, cu școala, cu societatea. Aceștia ar fi factorii principali, mass-media venind doar să întărească. Astfel, incitația mass-media la acte reprobabile ar deveni eficace numai atunci când ar găsi un teren propice la subiecții supuși și altor influențe care le pot crea stări de dezechilibru. Astfel devine lesne de înțeles că consumul de mesaje mediatice nu este considerat întotdeauna un mod de instruire și educație valoros și profund, totuși, el reprezintă o parte integrantă a procesului de lărgire continuă a orizontului intelectual al individului, de dezvoltare a personalității.

Educarea copiilor, pentru a le inocula selectivitate în folosirea media, este o responsabilitate a părinților, a școlii, a societății în general. Rolul părinților în această ordine de idei este de primă importanță. Ei au dreptul și datoria de a garanta folosirea prudentă a mijloacelor de comunicare prin formarea conștiințelor copiilor lor pentru a exprima judecăți sănătoase și obiective, care îi vor călăuzi mai apoi în alegerea sau respingerea opțiunilor disponibile. Pentru a face acest lucru, părinții trebuie să aibă parte de încurajare și asistență din partea școlilor, pentru a se asigura că acest aspect dificil, dar dător de satisfacție, al faptului de a fi părinte este sprijinit de întreaga comunitate. Cu alte cuvinte, se impune necesitatea educației prin și pentru mass-media, racordată la exigențele, dinamice și mereu înnoitoare, ale timpului [12, p. 155].

Această dorință a tuturor celor implicați în procesul educațional de a-i educa pe copii pe căile frumuseții, adevărului și binelui poate fi sprijinită de industria media doar în măsura în care ea promovează demnitatea umană fundamentală, întregul spectru al adevăratelor valori umane, realizările și țelurile pozitive ale omenirii. Educația prin mass-media trebuie să fie pozitivă, și cu acest scop trebuie eliminate, cu orice preț, tendințele reprobabile de a produce programe – inclusiv filme de animație și jocuri video – care în numele distracției exaltă violența, prezintă comportamente antisociale sau trivializează sentimentele umane [Ibidem, p. 155].

Realizarea unei educații mai bune *prin media* poate fi facilitată și de:

- promovarea valorilor autentice de către profesioniști;
- adoptarea de reglementări privind difuzarea produselor cu influență negativă asupra copiilor și a tinerilor;
- formarea și perfecționarea continuă a jurnaliștilor;
- programe educative atractive, asemănătoare cu inițierea muzicală făcută de Leonard Bernstein;
- explicarea și comentarea produselor media de către un specialist în domeniu ș.a.

### Concluzii

Prin *educație pentru media*, se urmărește o *educație pentru a înțelege și a utiliza rațional* nu numai *mass-media* tradițională, noile media, ci și *multimedia* și se referă la procesul de accesare, analiză, evaluare și creare a mesajelor într-o varietate de moduri, genuri și forme mediatice. Acest demers folosește un model instrucțional bazat pe cercetare, care încurajează oamenii la o „lectură” critic-interogativă în legătură cu ceea ce urmăresc la televizor, radio, citesc sau ascultă online [13, p. 14].

Ca educația să fie eficientă, sistemul educativ-informațional și sistemul mediativ, școala și mijloacele de comunicare în masă trebuie să se afle într-o strânsă legătură permanentă, să-și completeze acțiunile în mod reciproc, să desfășoare cooperare pe multiple planuri, având la bază convingerea că aspectele pozitive ale mass-mediei predomină asupra celor ce ar putea transmite o încărcătură negativă. Respectiv, punctul de reper în această privință ar putea fi faptul că școala poate găsi sprijinul necesar în conținuturile difuzate pe diferite canale de mass-media, fiind vorba de valorificarea cuvenită a potențialului instructiv și educativ, stimulat de contactul tinerilor/studentilor/elevilor cu mass-media/multimedia.

### Referințe:

1. Mass-media ca factor educativ. Comisar-șef Cătălina Crăciun Casa de Cultură a M.A.I. <http://www.cultura.mai.gov.ro/traditii/mass-media.pdf>
2. CERGHIT, I. *Mass-media și educația tineretului școlar*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1972.
3. ALBULESCU, I. *Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Editura Dacia, 2003.

4. HANDRABURA, L. Dezvoltarea unei culturi media printr-o educație media adecvată. Chișinău: CJI, 2016.
5. Bertrand C. -J. (coord.). *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Editura Polirom.
6. DAVE, R. H. *Fundamentele educației permanente*. București: Editura Didactica și Pedagogică, 1991.
7. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Editura Polirom, 1999.
8. CUCU, G. *Educația și mass media*. București: Editura Licorna, 2000.
9. CULEA, H. *Sociologia cunoașterii*. Editura: Științifică și Enciclopedică, 1970.
10. VIRGILIU, G. *Efectele televiziunii asupra minții umane*. București: 2008.
11. Mass-Media în Educație - Efecte Pozitive și Efecte Negative. București: ASE, 2010. <https://www.scribd.com/doc/63306803/>
12. PALOȘAN, F., GHEORGHE, S. Impactul mass-mediei în educație. În: *Revista de filozofie, sociologie și științe politice*, 2013, nr. 1, p. 155.
13. HANDRABURA, L., GRÎU, N. Educație pentru media: Manual pentru clasa X / XI; Centrul pentru Jurnalism Independent. Chișinău: Tipografia Centrală, 2019.

**Date despre autor:**

*Nadejda SCOBIOALĂ*, profesoară de istorie și educație pentru societate, Colegiul Național de Comerț al ASEM.

**E-mail:** sdn81@inbox.ru

**ORCID:** 0000-0003-2214-4753

*Prezentat la 27.01.2023*