

UNELE ASPECTE TEORETICE ȘI PERSPECTIVA ISTORICĂ A DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR MEDIATICE ÎN CONTEXTUL EDUCAȚIEI PENTRU MASS-MEDIA

Silvia ȘPAC

Institutul Științe ale Educației

This article theoretically reflects a scientific study on historical perspective of the development of media structures in the context of media education. Initially, the concepts are made: media, communication, media education.

Historical perspective of the evolution of the media goes into a set of practical implications for education and training to students the culture of media reception information.

Comunicarea umană reprezintă *esența legăturilor interumane și este singura modalitate a ființei de a exista și conviețui eficient.*

În mod obișnuit, când abordăm un act de comunicare conștientizăm că există un emițător, subiectul care manifestă intenția de a comunica, și un receptor, cel spre care se orientează actul comunicării și mesajul transmis sau conținutul comunicării.

Sensul profund al termenului *comunicare* se descoperă surprinzător în cercetarea originii latine a acestuia. Se presupune că la temelia formării verbului latin *communico,-are* ar sta adjectivul *munis,-e*, al cărui sens era *care își face datoria, îndatoritor, serviabil*. Acest termen a dat naștere unei familii lexicale bogate, din care reținem ... *communis*, adică care își împarte sarcinile cu altcineva. Mai târziu, în epoca clasică, comunicarea de masă este orientată către audiențe largi, eterogene care nu sunt cunoscute de către comunicator, mesajele fiind transmise în mod public și fiind gândite astfel, încât să ajungă repede la public.

Adesea comunicarea de masă, susține M.Danciu, este considerată ca desemnând același lucru cu mass-media. Prin comunicarea de masă înțelegem *practica și produsul care furnizează informații și divertisment pentru timpul liber unei audiențe necunoscute, prin intermediul unor bunuri, care sunt produse pe scară industrială, în corporații și care presupun tehnologii înalte, care sunt reglementate de către stat și consumate individual* [1, p.19].

Dintr-o perspectivă sintetică, *mass-media* se referă la instituțiile sociale care se ocupă cu producerea și distribuția cunoștințelor și care se disting prin următoarele caracteristici: folosirea unor tehnici avansate pentru producția de masă și distribuirea mesajelor; organizarea riguroasă și reglementarea socială a activității lor; trimiterea mesajelor către audiențe foarte mari care sunt necunoscute comunicatorului și care sunt libere să-i preia mesajele sau să le refuze.

Expresia *mass-media* a fost acceptată datorită utilizării frecvente, precizează Pierre Sorlin. Ea amintește ideea de coerent și de unicitate, în timp ce lumea informației nu a fost niciodată una imuabilă și unitară, ci un ansamblu fragmentat, descentralizat de voci și instituții aflate în conflict, o pluralitate de practici aflate în concurență pentru câștigarea atenției publicului.

Nu se poate vorbi de comunicare fără comuniune și de comuniune fără comunicare, astfel spus, comunicarea de masă comportată de *mass-media* e considerată *a patra putere* în stat. *Ea nu deține puterea legislativă sau executivă, nici juridică sau militară în adevăratul sens al cuvântului, ci deține, controlează și folosește puterea magnifică a cuvântului. Nimic nu este mai important, dar și mai periculos decât cuvântul rostit.* Acesta poate fi ascultat simultan nu de un grup, nu de o națiune, ci de o mare parte din populația Terrei. Imaginea reală sau trunchiată, cuvântul, interpretările – rareori obiective – pot declanșa cataclisme. În era *omului planetar* cuvântul transmis prin mass-media care include instituțiile sociale, culturale și economice trebuie să fie cât mai responsabil [1, p.18].

Dicționarul de sociologie din 1993 definește termenul de *mass-media*, pornind de la latinescul *massa* – *o cantitate mare de entități agregate; medium / pl. media - mijloc de transmitere a ceva*, termen consacrat mai întâi în limba engleză referitor la mijloacele de comunicare în masă: seturi de tehnici și metode de transmitere de către furnizorii centralizați, a unor mesaje unei audiențe largi, eterogene și dispersate geografic.

Un alt cercetător, Petru Pânzaru, analizează fenomenul mass-media astfel:

- ca element al sistemelor sociale pe plan național și internațional, respectiv ca element constructiv al *realității sociale de gradul I*;
- ca *instituție specifică* sau *serviciu public* reunind o pluralitate de funcții sociale, politice, ideologice, culturale psihosociale și economico-financiare;
- ca *mediere* și *mediator* între *realitățile de gradul I* și populație, public, respectiv ca producător de imagini despre realitate;
- ca producător / *manipulator* de stări de spirit, climate psihosociale, curente de opinie publică, ca factor puternic de influențare–orientare–schimbare a comportamentelor individuale și colective [8, p.21].

Cercetătorii din domeniul științelor educației consideră că mijloacele de comunicare în masă au caracter ambivalent, ele nu sunt doar mijloace de informare, ci puternice mijloace de influențare a tuturor domeniilor vieții sociale printre care se enumeră și procesul educațional.

În abordarea problemei ce ține de educația pentru mass-media e important să se evidențieze câteva lucruri esențiale cum ar fi:

1. Comunicarea de masă este realizată de oameni și pentru oameni, omul fiind centrul atenției mediatice; un individ neinformați sau mai puțin informați este un cetățean mai ușor de manipulat de către grup.

2. O societate democrată nu poate exista fără cetățeni bine educați și bine informați și nu pot exista astfel de cetățeni fără mijloacele mass-media de calitate bazată pe o comunicare responsabilă și creativă, axate pe valorile universale.

La sfârșitul secolului al XIX-lea a devenit evident faptul că mijloacele de comunicare – ziare, cărți și reviste – răspândite și utilizate la toate nivelurile societății provocau variate schimbări în condiția umană.

Sociologul american Charles Horton Cooley afirmă că în 1909 existau patru factori care determinau eficiența sporită a noilor mijloace mediatice în raport cu procesul comunicării în oricare societate anterioară, și anume: **expresivitatea** ce transmite o gamă largă de idei și sentimente; **permanența documentului** sau cucerirea timpului; **rapiditatea** sau cucerirea spațiului; **difuzarea** sau accesul către toate categoriile de indivizi. Factorii în cauză au schimbat pentru totdeauna concepțiile acelor care utilizau mass-media. Devenea din ce în ce mai clar că epoca mijloacelor comunicării de masă va elimina barierele izolării dintre oamenii acestei lumi și va produce schimbări semnificative în organizarea și funcționarea societății, în educația tinerei generații. Mass-media nu traversează numai frontierele geografice, ci și hotarele de clasă, rasă, cultură, politică, educație și sex. Ele distribuie informații și distracții care imprimă și împrăștiază punctele de vedere și modurile particulare de a descifra realitatea, ca pe niște produse de rutină ale transmisiei. Desigur, astfel de fenomene ca mass-media oferă nu numai avantaje, dar și dezavantaje, deoarece oamenii nu posedă cultura utilizării lor, și, desigur, unele emisiuni sau materiale publicate nu sunt întotdeauna calitative, obiective, centrate pe valori autentice.

Întreaga istorie a comunicării umane este o istorie a probelor în căutarea metodelor și mijloacelor eficiente pentru satisfacerea celei mai importante trebuințe a omului, axate pe împărtășirea trăirilor, gândurilor și aspirațiilor prin schimb de mesaje.

Prima victorie a omului asupra timpului a fost inventarea scrisului, prin care se asigură perenitatea cuvântului. *În jurul anului 4000 î.Hr., apar primele inscripții cărora li se pot asocia anumite semnificații, în Mesopotamia și Egipt. Majoritatea erau desene unidimensionale pictate sau gravate pe pereții construcțiilor sau pe alte suprafețe similare. Cu aproximativ 2500 de ani î.Hr., egiptenii au descoperit o metodă de a obține un fel de hârtie rezistentă din papirus. În comparație cu piatra, papirusul era extrem de ușor. Această descoperire a facilitat răspândirea și perfecționarea scrisului, care din sfera sacramentală s-a mutat în sfera publică, culturală și educațională [1, p.26].*

Apariția scrisului nu a fost apreciată în unanimitate de către antici ca un progres; unii considerau, și nu fără motive, că scrisul va aduce un regres intelectual, uitarea în sufletele celor care-l vor deprinde, lenevindându-le ținerea de minte; punându-și credința în scris, oamenii își vor aminti dinafară, cu ajutorul unor icoane străine, și nu din lăuntru prin cauza proprie (Platon, Phaidros).

Răspândirea scrisului a evoluat pe măsura dezvoltării societății antice. Se simte nevoia unei tehnici noi de multiplicare a cărților existente, scribii copiatori nu făceau față cererii, de aceea s-a căutat altă formă și un alt mijloc de multiplicare. Pentru prima dată tehnica imprimării a fost folosită de chinezi la tipărirea operei *Diamond Sutra*, prima carte din lume, în anul 800 d.H. Abia în anul 1455, în Europa a apărut tiparul, inventat

de un obscur aurar din Mainz (Germania), Johann Gutenberg. Datorită acestei invenții, cartea a devenit un produs public cu o largă circulație ce a inaugurat Epoca Renașterii și a deschis larg ușile pentru promovarea educației populației din clasa de mijloc. Dezvoltarea tiparului a condus în perspectivă la apariția presei cu care se traversează *frontiera comunicării de masă*. În secolul al XVI-lea, guvernul venețian tipărea o mică foaie de știri care putea fi comparată cu o gazetă. Cuvântul *gazetă*, folosit pentru ziare, s-a păstrat până în zilele noastre. Un produs mai aproape de ideea noastră de ziar a apărut la începutul anilor 1600, în Germania.

Primul ziar de masă, *The New York Sun*, a apărut la 3 septembrie 1833, fiind editat de Benjamin H. Day, un tipograf obișnuit din New York. Numai în șase luni tirajul ziarului s-a ridicat la 8000 de exemplare zilnic [1, p.27].

Dintre toate mijloacele de informare colectivă, presa scrisă este cel mai vechi și cel mai răspândit. Concurența impusă de apariția radioului și televiziunii a afectat în mod serios mijloacele scrise de comunicare abia din a doua jumătate a secolului XX.

Perioada 1895-1914, G. Phoveron o considera o *belle epoque* a presei. Deși se anunță noi mijloace de transmisie, presa scrisă rămâne încă în afara concurenței. Ea a cucerit marele public, făcând parte acum din viața cotidiană, își afirmă forța, influența sa, fiind enormă într-o lume în **care imaginea începe să joace un rol considerabil**, datorită nu numai inventării cinematografului, ci și a presei ilustrate cu fotografii, benzile desenate moderne și afișele în cromolitografie. Presa scrisă după dublul efect al evoluției lumii și al propriilor sale transformări interne se găsește constrânsă la o rapidă adaptare care îi permite să reziste concurenței mijloacelor audiovizuale. Presa scrisă rămâne instrumentul indispensabil difuzării evenimentelor și ideilor, dar și factorul decisiv al transformării moravurilor și comportamentelor.

Apogeul presei a fost atins în perioada ultimului deceniu al secolului XIX. După 1920, din cauza apariției altor forme de mass-media (radioul, cinematograful, televiziunea), tirajul presei scrise s-a diminuat. Cu toate acestea, ea supraviețuiește pe piața consumului mediatic.

În istoria cuceririi spațiului de către om, ideea comunicării la distanță este foarte veche. Mihai Dinu [6, p.108] ne relatează că potrivit legendei, vestea căderii Troiei a fost anunțată în noaptea victoriei la o distanță de cca 500 kilometri cu ajutorul focurilor aprinse pe înălțimi.

Cunoscuta expresie românească *a da șfară în țară* atestă folosirea arderii unor materii grase ce serveau drept mijloc de a avertiza populația asupra pericolului unei invazii iminente. În 1690, fizicianul francez Guillaume Amontons realizează la Paris, în grădina Luxemburg, o primă experiență de comunicare la distanță prin semnalizatori, folosind un limbaj codificat. Acest sistem de comunicare a fost numit *telegraf optic*. În 1790, Claude Chappe, un tânăr fizician, a repus ideea telegrafului optic și cu ajutorul guvernului francez a creat primele linii telegrafice capabile să transmită diferite mesaje în mai multe orașe din Franța. Originile radiodifuziunii se confruntă cu cele ale telecomunicațiilor, datorită undelor care antrenează fenomene fizice foarte complexe, precum și tehnici, care au fost, încă de la început, foarte sofisticate.

Descoperirea radiodifuziunii și rapiditatea expansiunii sale arată că dincolo de rivalitățile de orice natură și în ciuda concurenței intereselor industriale sau naționale, comunitatea științifică de dinainte de 1914 organizase foarte bine schimbul de informații indispensabile progresului. Folosirea energiei electrice în vederea comunicării a fost una dintre marile descoperiri ale secolului al XIX-lea. Primele experimente de telegrafie electromagnetică s-au desfășurat în anii 1830 în Statele Unite, Anglia și Germania, iar primele sisteme viabile de telegrafie s-au înființat în anii 1840. Transmiterea electromagnetică a fost cu succes adaptată scopului transmiterii vorbirii în anii 1870. În cursul ultimului deceniu al secolului al XIX-lea, Guglielmo Marconi (1874-1937) și alții au început să experimenteze transmiterea semnalelor prin unde electromagnetice, eliminând astfel necesitatea firelor conductoare. În 1898, G. Marconi a transmis cu succes semnale pe o distanță de 23 kilometri pe mare, iar în 1899 a transmis semnale peste Canalul Mânecii. Tehnologia transmiterii vorbirii prin unde electromagnetice a fost dezvoltată în timpul primului deceniu al secolului al XX-lea de către Fessenden și alții.

Radiofonia introduce în istoria mediilor de masă o ruptură, ținând de cadrul său situațional și de materialul său semnificativ, ce induce un cu totul alt tip de relație comunicativă decât cea instaurată de presa scrisă. În momentul în care își face apariția, la începutul anilor 1920, radioul, constituie o formă de comunicare dintr-un punct în altul, utilizat în mod esențial de către amatorii fără fir. Beneficiind de un curent social, cel al divertismentului la domiciliu, acesta cunoaște un succes fulgerător, oferind familiilor retrase în spațiul privat diferite spectacole la domiciliu (concerte, noutăți, discuții, apoi informații), ce sunt consumate în timp sub formă de

ascultare colectivă. Ca sursă de informare și de expresie, radioul joacă, în primii săi treizeci de ani, un rol ce nu poate fi neglijat în plan istoric și social. Primele programe vor evalua rapid pe parcursul anilor 1920; la început foarte sumare și de durată limitată, aceasta se diversifică prin prelungirea orarelor. Artiștii și creatorii încep să fie interesați, realizatorii de publicitate găsesc în radio un nou instrument: tehnica se dezvoltă atât în domeniul captării sunetului, cât și în cel al înregistrării.

Depinzând de competența profesioniștilor, programele de radio se specializează și se extind pe aproape toată durata zilei. Multe emisiuni transmit în reluare activități ce nu fuseseră concepute pentru radio, concerte, cântece, piese de teatru, conferințe, lecturi de extrase din cărți sau ziare. Încetul cu încetul, sub influența noii tehnici, apar noi genuri: teatru radiofonic, foiletoane radiofonice. Rolul cultural al radioului este foarte mare mai ales în Europa, peste jumătate din programe sunt consacrate muzicii, emisiunilor literare și istorice; promovează familiarizarea cu patrimoniul cultural. Radioul școlar, precum și emisiunile religioase, contribuie, de asemenea, la consolidarea caracterului de culturalizare a radioului [1, p.66].

Inventarea și utilizarea tranzistorului, în 1947, a făcut din radio un instrument foarte accesibil în ceea ce privește confortul și micșorarea costurilor. Știrile variate și ideile au putut ajunge astfel la masele largi din ținuturi izolate, în rândul cărora era foarte răspândit analfabetismul, și au contribuit în mod direct la evoluția unor procese social-politice de foarte mare însemnătate.

Dintre toate mijloacele de comunicare concurente televiziunii, radioul pare a fi cel mai amenințat, întrevăzându-se chiar dispariția acestuia, el însă va ști să se adapteze, profitând de progresele tehnice. Radioul astăzi este suveran, îndeosebi în timpul zilei. În timpul serii supremația aparține televiziunii. Radioul se extinde astăzi grație varietății canalelor specializate din punct de vedere al publicului sau tematic. Este mai flexibil, cu tranșe lungi de programe variate, deseori folosit ca decor sonor, solicită din ce în ce mai mult publicul, propunând servicii sau jocuri care necesită o participare activă. Animatorii adoptă un ton familiar, se doresc aproape de ascultătorii ce folosesc radioul ca armă împotriva singurătății. Multiplicând radiojurnalele sau oferind știri în flux continuu, radioul este purtătorul cel mai rapid al informației.

La televiziune s-a ajuns printr-un proces îndelungat de cercetări și descoperiri științifice, de experiențe noi și de acumulări originale, de cunoștințe dobândite. După cum a subliniat Raymond Williams, ea este rezultatul unui complex de invenții și succese obținute în domeniile electricității, fotografiei, cinematografului și radiofoniei. Inventată între cele două războaie mondiale, televiziunea nu s-a dezvoltat ca media publică decât de la sfârșitul anilor 1940, în Statele Unite, apoi în Europa. Copil al radioului și al cinematografului, acest suport a cultivat în mod progresiv un limbaj audiovizual original care îi permite să ocupe o poziție hegemonică în sistemul mediatic [2, 3, 5, 7, 8]. Supraviețuirea și dezvoltarea filmului este legată de un alt mijloc de comunicare în masă audiovizuală – televiziunea. Televizorul ne este atât de familiar, încât suntem incapabili să ne imaginăm lumea actuală fără televiziune și *prietenul fidel* din colțul camerei prin care avem acces fără nici un efort, din fotoliu, la diferite evenimente din lume și în universul imaginarului. În anul 1923 apar primele prototipuri ale sistemelor de televiziune. Peste doi ani, Charles Jonkins în SUA și John Baird în Anglia au realizat primele demonstrații publice ale sistemelor lor de televiziune. Existau două sisteme diferite: televiziunea mecanică și televiziunea electronică. Televiziunea mecanică folosea tehnica transmiterii fotografiei prin telefon, cea electronică este un sistem de televiziune prin baleiajul imaginii cu un fascicul de electroni.

În 1929 Vladimir Zworîkin elaborează tubul catodic de recepție (cinescopul), iar doi ani mai târziu, tubul analizator al camerei (iconoscopul). Tot atunci, în septembrie 1929, în Anglia încep primele emisiuni experimentale. În 1930 este asigurată sincronizarea sunetului cu imaginea și omenirea intră în era audiovizualului. Primele o mie de televizoare au fost vândute în luna ianuarie a anului următor, în Anglia. Abia după război televiziunea a cunoscut o evoluție spectaculoasă. În anii '50 apare televiziunea color, tot atunci își face apariția televiziunea prin cablu. Peste puțin timp apare translația prin sisteme de sateliți. Primul satelit experimental pentru transmiterea semnalelor TV a fost Telstar I, lansat în 1962 de NASA. Până în prezent au fost lansați de diferite țări sute de sateliți, care asigură receptarea programelor TV prin antenă parabolică, în orice loc al Terrei. Conform statisticii prezentată de Mihai Coman [apud.8, p.140], între anii 1965 și 1986 numărul televizoarelor a crescut la scară planetară de la 192 de milioane la 710 milioane și acest proces încă nu s-a încheiat. Una dintre realizările televiziunii este faptul că ea este capabilă să folosească o largă gamă de reflecții simbolice atât de tip auditiv, cât și vizual. În timp ce alte mijloace tehnice restrâng gamele referințelor simbolice la un singur tip de formă simbolică, precum cuvântul vorbit sau scris, televiziunea valorizează o gamă largă simbolică ce înzestreașă experiența ei cu anumite trăsături ale interacțiunii față în față. Astfel, comunicatorii

pot fi atât văzuți, cât și auziți, ei se mișcă în timp și spațiu cam în același fel ca participanții la interacțiunea socială cotidiană. Televizorul este într-o mare măsură o parte componentă a succesului și încadrării omului în spațiu. Programele de difuzare a emisiunilor reproduc sau chiar definesc structura și regimul zilei unei familii. Tiparele narative, recursivitatea esențială a secvențelor de început, de mijloc și sfârșit ale acțiunii și caracterizării vieții socioumane oferă o experiență, un model pentru omul contemporan. Evenimentele naționale și internaționale transmise la televizor exprimă timpul din punct de vedere calendaristic și calitativ.

În mod similar, situația zilnică în spațiu a oamenilor se încadrează în tiparele vieții cotidiene când se strâng împreună în jurul unui sau mai multor televizoare. Emisiunile radiofonice și cele televizate, dacă oferă informații, modele și valori cu conținut moral, spiritual, intelectual, estetic, psihofizic, provoacă emoții și sentimente pozitive, ridică dispoziția oamenilor, formează atitudini, conduite adecvate și valoroase. De asemenea, mass-media produce schimbări și în structura relațiilor dintre local și global, pe care televizorul o exprimă și o remodelează, prelungind raza de acțiune și schimbând limitele atât fenomenologic, cât și material. Totodată, oamenii sunt supuși și unor influențe nocive, deoarece lasă de dorit calitatea multor informații și emisiuni. În contextul dat, apare necesitatea educației pentru mass-media, care trebuie să fie realizată la toate nivelurile de învățământ.

De electronica și informatica ce au contribuit esențial la dezvoltarea în forma actuală a mijloacelor de comunicare în masă este legată cea mai revoluționară instituție a lumii tehnologice – calculatorul. Mașinile numerice în filiația celor mecanice realizate de Pascal și Leibniz sunt cele care stau la baza calculatorului.

Între 1930 și 1956 în domeniul mass-media s-a produs o luptă între două paradigme: cea electromecanică și cea electronică. Primul calculator electromecanic este construit de un telefonist, George Stibitz. În baza sistemului respectiv, în 1944, în Anglia a fost inaugurat unul dintre primele calculatoare electromecanice: ASCC, care va avea următoarele performanțe: 0,3 secunde pentru adunare, între 4 și 6 secunde pentru înmulțire. Tot atunci, în SUA și în Anglia, se dezvoltă o altă paradigmă: calculatorul electronic. În 1945 în America apare ENIAC, o mașină enormă de 30 de tone, cu 18.000 de lămpi electronice, având o capacitate de efectuare a 30.000.000 de operații elementare într-o zi, echivalentul muncii a 75.000 de persoane care calculează manual [1, 5, 7].

La sfârșitul anilor '70, calculatorul devine un produs public de larg consum. Deja prin anii 1980, în aproximativ 15% din casele americane exista un calculator personal. Conform constatărilor lui Melvin L. De Fleur, Sandra Ball-Rokeach [1, 5, 7, p.326], răspândirea calculatorului în întreaga lume a constituit baza creării rețelei Internet, care a modificat simțitor structura informațională a tuturor mijloacelor de comunicare în masă. Treptat a apărut presa electronică, posturi de televiziune ce se folosesc de rețeaua Internet pentru a servi pe abonații săi, folosirea poștei electronice și altor mijloace de informare în masă, propune produsele sale mediatice prin website-uri. Ritmul rapid de răspândire a calculatoarelor personale continuă să crească și este clară perspectiva calculatoarelor care devin fundamentul noilor mijloace de comunicare în masă.

Prezentând aspectele dezvoltării comunicării în masă, constatăm că mass-media are o istorie interesantă, cu o dinamică vertiginoasă și recentă, doar de 170 de ani, perioadă în care, de la mass-media locale s-a ajuns până la mass-media globală. Apariția și dezvoltarea spectaculoasă a mass-media a fost generată nu numai de cercetările științifice fundamentale, ci și de evoluția economică și socială a umanității, care avea nevoie de un sistem mediator și integrator, pentru a-i asigura societății tehnologice o dezvoltare viabilă și complexă. Astfel, mass-media este produsul și factorul promotor al schimbărilor pe care le amplifică la rândul său. Asemeni unui organism viu care pentru existență și dezvoltare optimă are nevoie de un sistem de senzații și percepții, căi de transmitere a mesajelor culese din spațiul ambiant, tot astfel și societatea umană are nevoie de un sistem de informare corespunzător. Cercetătorii din domeniu consideră că mass-media simbolizează cele cinci simțuri ale omului și societății moderne [1, 2, 5, 6, 7, 8]. Progresele tehnice permit o comunicare instantanee nu numai a cuvântului, ci și a imaginii animate, antrenând integrarea opiniei publice și a reacțiilor sale în cadrul evenimentelor chiar în momentul în care ea este informată. Comunicarea socială, care se organizează de aproape un secol în jurul mesajului și al circulației sale, solicită exploatarea bogăției sunetelor, a ilustrațiilor muzicale, grafice, fotografice, precum și ale secvențelor animate de tip video/multimedia. Apariția noilor medii interactive fără să însemne dispariția textului, permite acumularea cunoștințelor, transmiterea, difuzarea și organizarea informației.

Întreaga masă a cunoștințelor umane nu are valoare în sine, dacă nu poate fi repetată și accesată imediat, într-un timp rezonabil. Produsele multimedia includ atât o televiziune interactivă, cât și utilizarea calculatoa-

relor pentru procesarea imaginilor. Multimedia reprezintă orice combinație de text, elemente de grafică, sunete, animație și secvențe video care ajung la public prin intermediul calculatorului sau a altor mijloace electronice. Multimedia stimulează ochiul, urechea, degetele și, cel mai important, creierul. Progresele multimedia reflectă dorința omului de a crea, de a se autoperfecționa, de a folosi tehnologia și imaginația pentru a dobândi libertatea și implementarea ideilor proprii. Luate în ansamblu, mijloacele de informare în masă, multimedia au o deosebită forță de modelare a personalității prin varietatea și bogăția, posibilitatea informațiilor, prin specificul și potențialul lor.

În contextul reflectat, devine evidentă necesitatea cultivării receptorului, mai cu seama a copiilor și adolescenților. Generația în creștere reprezintă cel mai fidel consumator de mass-media, însă, totodată, ea și este cea mai vulnerabilă din punctul de vedere al culturii selectării și utilizării informațiilor sau emisiunilor, al duratei de recepție, al capacității de înțelegere, conștientizare și interpretare a evenimentelor vizionate, citite sau auzite. Plecând de la această constatare, vom trasa câteva obiective și strategii de educație pentru mass-media, la care poate și trebuie să participe familia și școala.

Obiectivul major: formarea competențelor de selectare și receptare a mesajelor informaționale transmise prin mass-media; analiza, interpretarea și însușirea variatelor limbaje de comunicare.

Prin urmare, este important să precizăm *funcțiile mass-media* care sunt: *funcția de informare, funcția educațională, funcția de socializare și cea de compensare*. Acestea, la rândul lor, includ un șir de subfuncții de tipul celor culturale, științifice, sportive, recreativ-distractive, politice, etice, religioase etc.

Pentru a contura strategiile educației pentru mass-media, este necesar a stabili condițiile, posibilitățile unei mass-media eficiente; particularitățile de vârstă ale copiilor / elevilor, specificul obiectivelor și conținutul informațiilor ce ne interesează și, desigur, să realizăm corelarea aspectelor evidențiate cu programul formal și nonformal al elevului. Aici stabilim un vacuum sociocultural și educativ ce necesită o analiză și abordare practică din partea actorilor sociali responsabili de educația tinerei generații, care s-ar concentra în conținutul politicilor și strategiilor de valorificare a educației pentru mass-media.

În consens cu cele expuse, o strategie educativă eficientă ar putea include forme, metode, procedee și tehnici de colaborare cu elevii și familia. Este evident că acestea vor fi desfășurate în cadrul formal, nonformal și informal. Concomitent cu utilizarea mass-media în educație, apare problema valorificării ei competente de către adulți, părinți și cadre didactice pentru a iniția și a cultiva copiii/ elevii în domeniul explorării ei calitative și multiaspectuale [4].

Formele de bază aplicate în educația pentru mass-media includ: lecturarea presei periodice; receptarea emisiunilor radio și TV; utilizarea adecvată a internetului, seratele și decadele tematice, discuțiile pe marginea acestora. Noi am utilizat cu succes astfel de forme cum ar fi: conferințele teoretico-practice, elaborarea portofoliului și expoziția unor recomandări cu privire la valorificarea eficientă a mass-media în cadrul școlii. Portofoliile au fost tematice, ele includeau variate materiale selectate din mass-media, condiția de bază fiind eseul și sinteza în imagini și texte esențializate ale informațiilor, emisiunilor audiate și vizionate cu o sugestie finală vizavi de calitatea conținutului, posibilitățile de ameliorare a prezentării lui și realizarea propunerilor.

Metodele aplicate în educația pentru mass-media au fost sistematizate în conformitate cu vârsta elevilor și obiectivele proiectate. Astfel, strategiile aplicate se axau pe valorificarea dimensiunilor / conținuturilor generale ale educației:

- educația morală;
- educația intelectuală;
- educația tehnologică;
- educația estetică;
- educația psihofizică.

Bineînțeles, la acestea se ajustau dezideratele *noilor educații*, după cum urmează: educația pentru democrație; educația pentru toleranță; educația pentru mediu; educația pentru sănătate; educația pentru familie; educația pentru mass-media etc.

Paralel cu educația elevilor am inițiat și am realizat o strategie de colaborare cu familia care cuprindea două direcții:

- a) informarea părinților privind cultura valorificării mass-media în educația familială (2 ședințe);
- b) formarea și exersarea părinților în cultivarea copiilor prin mass-media (3 traininguri).

Concluzia pe care am formulat-o cu privire la analiza aspectelor teoretice și unele elemente din practica educației pentru mass-media rezidă în necesitatea cizelării conținutului emisiunilor și programelor pentru a le axa pe o cultură înaltă de către producătorii și autorii programelor. Alt aspect important al valorificării informațiilor din mass-media este orientarea educației spre selectarea și receptarea conștientă și competentă a acestora din partea copiilor, adolescenților, adulților.

Referințe:

1. Cemortan Romeo. Comunicarea și mass-media. - Chișinău: Tipografia Reclama SA, 2006.
2. Coman Mihai. Introducere în sistemul mass-media. - Iași: Polirom, 1999.
3. Cerghit Joan. Mass-media și educația tineretului școlar. - București: Editura didactică și pedagogică, 1972.
4. Cuznețov Larisa. Tratat de educație pentru familie. Pedagogia familiei. - Chișinău, 2008.
5. Danciu Maxim. Sistemul mass-media în societatea modernă. - București, 1998.
6. Mihai Dinu. Comunicarea. - București: Editura Algos, 2000, p.8.
7. Mihai Dinu. Comunicarea – repere fundamentale. - București: Editura Științifică, 1997.
8. Pânzaru Petru. Mass-media în tranziție. - București: Ed. Fundația Rompers, 1996.

Prezentat la 27.12.2010