PROBLEMELE TINERILOR REFLECTATE ÎN MASS-MEDIA NAȚIONALĂ

Daniela Pascari

CZU: 070:316.346.32-053.6 *pascari.dana@gmail.com*

This article focuses on revealing the capacity of the national media to reflect the problems that young people face today, through journalistic materials, in this way, the press shows the tendency not only to ensure the fundamental right to information of society in general and young people, in particular, but also, helps to highlight the difficulties and take the initiative in solving the most pressing problems of the young generation.

Într-o societate democrată, presa își îndeplinește funcția imperativă de a mediatiza subiectele cele mai stringente, actuale și de interes public, tinerii și problemele lor reprezentând un segment de interes sporit pentru mass-media autohtonă. În calitate de agenți ai schimbării, mass-media trebuie să susțină activ contribuțiile și implicațiile tinerilor în activitățile educaționale, în manifestarea spiritului civic, în promovarea unei gândiri critice și inovatoare, să-i abordeze „nu doar ca pe un auditoriu simplu, pasiv, ci ca unul participativ" [1, p. 227]. Or, anume mass-media joacă un rol fundamental în combaterea prejudecăților și stereotipurilor legate de această categorie socială.

Tânăra generație reprezintă un segment al societății, care prin implicarea directă sau implicită, consolidează un nou nivel de dezvoltare al societății. Or, prin implementarea și aplicarea practică a propriilor viziuni ei proiectează noi perspective de evoluție socială. Interesul mass-mediei naționale în asigurarea necesităților informaționale ale tinerilor și stabilirea unor priorități în modalitatea de abordare a problemelor lor, este unul argumentabil, în contextul în care anume această categorie socială ar trebui să dea tonul în procesul de modernizare și de aplicare a noilor standarde de dezvoltare continuă.

Pentru a delimita categoria socială a tinerilor, apelăm la Legea cu privire la tineret, adoptată în anul 2016, care stipulează următoarea categorie de vârstă: „tânăr/ă este persoana cu vârstă cuprinsă între 14 și 35 de ani. Aceasta nu este o simplă schimbare a definiției, or, modul de definire a acestui cuvânt are un puternic impact asupra accesibilității la anumite servicii și programe de stat" [2]. Această

limită de vârstă îi conferă Republicii Moldova statutul de una dintre cele mai tinere ţări din Europa, alături de România și Ucraina.

Mass-media poate oferi acel suport motivațional pentru tineri, atunci când aceștia se confruntă cu situații de incertitudine, când oscilează între două sau mai multe oportunități, dar atunci când nu se simt destul motivați și încrezători în forțele proprii. Abordând subiectele de interes pentru tineri, presa pune în dezbatere tematici, care prin intervievarea unui specialist sau a unei persoane cu o experiență mai mare, pentru a conferi o doză de credibilitate celor spuse, vine să elucideze situații tensionate în raport cu care se află tinerii la diferite etape de dezvoltare. În calitate de exemple, care ar ilustra cele enunțate anterior, ar fi publicarea materialelor care sunt orientate spre ghidarea în carieră a tinerilor, oportunități de găsire a unui job part-time, care ar asigura un venit stabil și suplimentar, fapt care ar contribui la independența financiară a tânărului. Pentru a evita tendința de izolare, mass-media promovează diverse activități interactive, care ar determina tânărul să iasă din zona de confort și să interacționeze.

Constantin Schifirneț conturează ideea că mass-media are rolul de a determina anumite comportamente în rândul tinerei generații și stabilește anumite standarde, toate acestea, pe lângă premisa sa principală de a informa publicul: „Tinerii percep că informaţia transmisă prin mass-media are mai mult scopul de a influenţa atitudinile şi comportamentele lor. Tineretul reprezintă partea cea mai dinamică şi numeroasă a publicului mass-media. Vârsta tânără se caracterizează prin o mare capacitate de percepere a informaţiilor şi a cunoştinţelor. Însă, oricât de eficiente sunt modalităţile de transmitere a informaţiei de către mass-media, este necesar să întregim orizontul de cunoaştere, să structurăm informaţia într-o viziune personală” [3, p.317].

Presa conștientizează că abordarea consecventă și echilibrată a realității, în special, atunci când este vorba despre problemele tinerilor, poate îmbunătăți considerabil calitatea vieții tinerei generații, precum și contribui la motivarea acesteia să devină tot mai implicată în activitățile sociale. Mass-media se comportă ca o verigă de legătură, ca un mediator între tineri și factorii de decizie, între tineri și reprezentanții altor categorii de vârstă, între tineri și semenii lor din

alte comunități/zone/țări, asigurând, astfel, circuitul informațional și pe verticală, dar și pe orizontală.

Igor Guzun definește un aspect important pe care îl are mass-media națională în raport cu problemele pe care le întâlnesc tinerii azi, și anume, el accentuează ideea, că mass-media, în mare parte, este orientată spre mediatizarea subiectelor care pun într-o lumină negativă tânăra generație, în acest fel, mai frecvent întâlnim materiale în care jurnaliștii să vorbească despre situațiile cu un caracter negativist în care sunt implicați tinerii sau ei sunt victime decât să pună în valoare atuuri și practicile pozitive pe care le posedă tânăra generație. Așadar, autorul sugerează că ar trebui să „schimbăm accentul de pe comportamentul infracțional, noutățile alarmiste, statisticile îngrijorătoare și lucrurile proaste pe care mass-media le asociază cu tinerii, pe inițiativele și faptele bune ale acestora și pe oportunitățile pe care le deschid activitățile mass-media pentru dezvoltarea și participarea lor” [4].

Problema pe care ne-am propus-o spre soluționare constă în demonstrarea modului în care mass-media autohtonă aduce în atenția publicului subiecte, care vizează problemele stringente ale tinerei generații și abordează materialele pe această filieră. E vorba de cele două abordări: cea pozitivistă și negativistă, prin care sunt aduse în atenția publicului problemele tinerilor. În această ordine de idei, presa trebuie să asigure un echilibru informational, atunci când decide să includă pe agenda publică asemenea tematici, pentru a nu supune denaturării și influențării negative a opiniei consumatorilor de produse mediatice.

În cele din urmă, constatăm că instituțiile mass-media, în special, portalurile online, având în calitatea de public-țintă tânăra generație, încearcă să acopere necesitățile informaționale ale acestei categorii sociale, dar și să contribuie la mediatizarea problemelor acesteia, spre identificarea unor eventuale soluții, care pot surveni în calitate de răspuns, atât din partea societății civile, cât și a factorilor de decizie. Astfel, instituțiile publice din cadrul statului își dezvoltă comunicarea bilaterală cu tânăra generație, furnizând mesaje importante către aceasta, lucru ce se realizează prin intermediul portalurilor online. Acestea se dovedesc a fi una dintre cele mai rapide mijloace de comunicare în masă, care asigură transmiterea mesajului în timp util către un auditoriu cât mai mare. Prin felul în care tinerii sunt

consumatori activi ai produselor mediatice distribuite în mediul on-line, această cale de comunicare s-a dovedit a fi una eficientă, în condițiile unei vertiginoase evoluții a tehnologiilor informaționale la care asistăm.

De asemenea, prezența unui număr impunător de materiale cu caracter negativ promovate de instituțiile media online, în care sunt vizați tinerii, este îngrijorătoare, în contextul în care această frecvență de mediatizare influențează percepția societății în raport cu această categorie socială. Așadar, astfel se creează o percepție denaturată în raport cu abilitățile pe care le întrunește aceasta. Totuși, tinerii au tot mai mare încredere în instituțiile media, acest lucru îl deducem din furnizarea mesajelor prin intermediul platformelor online, acolo, unde sunt auziți și se pot face remarcați. În acest proces, mass-media poate conferi voce problemelor tinerilor, care, după cum am remarcat în urma cercetării, prind tot mai mult curaj să-și expună viziunile în legătură cu activitatea diferitelor sisteme din societate, preponderent, cel medical și educațional. Ei nu doar că sunt acei ce depistează și sesizează anumite nereguli, dar vin cu propuneri, soluții viabile, capabile să schimbe aceste sisteme.

Referințe:

1. STEPANOV, G. Tinerii în vizorul presei. În: *Intensificarea activității civice și autoafirmării tineretului – imperativ al timpului.* Chișinău: Centrul Ed., al UASM, 2008. 408 p.
2. *Monitorul Oficial*, nr. 315-328. Legea nr. 215 cu privire la tineret aprobată în 2016. Disponibil: http://lex.justice.md/md/366763/ (vizitat: 07.11.2019).
3. SCHIFIRNEȚ, C. *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în era internetului.* București:Tritonic, 2014. 359 p.
4. GUZUN, I. *Imaginea tinerilor. Ghid pentru jurnaliști și alți profesioniști.* Chișinău: Trigraf-Tipar, 2005. 96 p.