NIVELUL DE ALFABETIZARE MEDIA ÎN RÂNDUL TINERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA

IAŢCO Mariana,
doctor, conferenţiară universitară,
Facultatea Relaţii Internaţionale Ştiinţe Politice şi Administrative,
Universitatea de Stat din Moldova
CZU: 070:004-053.6:303.4(478) **https://doi.org/10.5281/zenodo.7528027**

SUMMARY

Media education is a relatively new but rapidly growing core competence with global importance, which is included in the priority agendas of the states, as well as of the Republic of Moldova. An important part of media literacy is digital skills and competences, which are becoming a growing priority. In 2021, UNDP Moldova launched the "Accelerate the Digital Transformation in the Public Sector Project", which is expected to serve as a platform for advancing the Digital Agenda of the Republic of Moldova, as well as to facilitate the inclusive digital transformation that takes into account gender, age, vulnerability and division in digital access and digital literacy.

Educația media este o competență de bază relativ nouă, dar în creștere rapidă, cu importanță mondială, care este inclusă în agendele prioritare ale statelor, precum și ale Republicii Moldova. O parte importantă a alfabetizării media o reprezintă abilitățile și competențele digitale, care devine o prioritate din ce în ce mai mare. În 2021, PNUD Moldova a lansat „Proiectul Accelerarea transformării digitale în sectorul public"[1], care este preconizat să servească drept platformă de avansare a agendei digitale a Republicii Moldova, precum și să faciliteze transformarea digitală incluzivă care ia în considerare genul, vârsta, vulnerabilitatea și diviziunea în accesul digital și alfabetizarea digitală.

În 2021, Asociația Presei Independente a depus Proiectul Programului Național de Dezvoltare a Media pentru 2022-2025 către Comisia parlamentară pentru cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media și către Ministerul Justiției al Republicii Moldova, precum şi Proiectul Planului de acţiune pentru implementarea programului[2]. Proiectele prevăd integrarea edicaţiei media obligatorie în curricumul școlar și adaptarea programelor de formare a profesorilor pentru abilitățile media și digitale. Obiectivul specific 3.3 al Proiectului de Plan de acțiune propus se referă, în special, la introducerea unui curs opțional de educație media în învățământul preuniversitar și universitar.

Din 2017, Ministerul Educației a aprobat cursul opțional „Educație pentru Media" la nivel primar. Cursul opțional de educație media pentru școli a fost aprobat oficial și acum este disponibil în prezent pentru toate cele trei niveluri de învățământ școlar[3].

În anul de studii 2017-2018 cursul opțional Educație pentru Media a fost introdus oficial în programa școlară la ciclu primar din Republica Moldova. Aceasta a fost o inițiativă a Centrului pentru Jurnalism independent, cu sprijinul donatorilor (DW Akademie Europa și Asia Centrală, Internews în Moldova, USAID Moldova, Ambasada Marii Britanii la Chișinău, Ambasada Olandei în Moldova) și a fost rezultatul unui acord oficial încheiat cu Ministerul Educației, Culturii și Cercetării. Începând cu 1 septembrie 2018, Cursul opțional Educația pentru Media a fost lansat la ciclu gimnazial, iar din 2019, cursul este predat la toate cele trei cicluri de educație școlară. De fapt, cursul opțional Educația pentru Media vine în ajutor în lupta cu dezinformarea și manipularea mediatică, iar calitatea educației este un factor important.

În statele europene, a fost creat un instrument pentru măsurarea potențialului de rezistență la știrile false în societate și anume **indicele de alfabetizare media (Media Literacy Index)**. Una dintre premise este că calitatea educației este un factor în determinarea acestei reziliențe. Un studiu recent privind combaterea dezinformării Covid-19 a arătat că „o mai mare reflecție cognitivă și cunoaștere științifică au fost asociate cu un discernământ mai puternic" în ceea ce privește dezinformările legate de Covid-19[4]. De asemenea, studiul privind teoriile conspirației a constatat că, oamenii mai educați au un control mai mare asupra vieții lor, nu cred atât de mult în soluții ușoare și au mai multe abilități analitice și o gândire critică dezvoltată.

Indicele alfabetizării mediatice a fost creat în 2017 ca răspuns la fenomenul „post-truth" (post-adevăr) măsurând potențialul rezilienței la „post-adevăr", „știri false" și consecințele acestora într-o serie din țările Europei și contribuie la găsirea de soluții. Indicele de alfabetizare media 2021 este la a patra ediție a indicelui după cele din 2017, 2018 și 2019.

Indicele alfabetizării media marchează și clasifică 35 de țări din Europa în funcție de capacitatea lor de a rezista „post-adevăr" și ramificația negativă. Principala presupunere este că indicatorii pentru libertatea mass-media, calitatea educației media, încrederea interpersonală și e-participarea pot servi drept predicatori la nivelul de reziliență al societății pentru știri false, post-adevăr și fenomene conexe. Conceptul de **educație media** este folosit pentru a măsura potențialul rezilienței la efectele negative ale diminuării încrederii publice, puternic polarizate politic și mass-media fragmentată, printre altele.

În clasamentul Media Literacy Index 2021[5], din 35 de ţări supuse cercetării Finlanda este pe locul 1 cu 78 puncte. Urmează Danemarca cu 73 puncte, Estonia (locul 3 cu 72 puncte), Suedia (locul 4 cu 72 puncte) și Irlanda (locul 5 cu 70 puncte). [6]

Republica Moldova în acest clasament nu este. Însă, pentru ţara noastră ar fi benefică experienţa Finlandei în acest domeniu, întrucât Republica Moldova face primii paşi pe dimensiunea educaţiei media, la nivelul liceelor, prin intro-

ducerea disciplinei opţionale „Educaţia pentru Media”. De exemplu, în Finlanda alfabetizarea mediatică este inclusă în toate disciplinele școlare și face parte, de asemenea, din conținutul diferitor discipline, cum ar fi limba finlandeză, studiile sociale, studiile de mediu, istorie și arte, se studiază din clasa întâi până în clasele gimnaziale. Astfel, dezvoltarea abilităților de gândire critică începe încă din copilărie și continuă pe tot parcursul vieții.

Unul dintre factorii de motivare ai indicelui a fost că educația este esențială în abordarea problemei știrilor false și ar putea fi luată în considerare înainte de alte abordări, de exemplu, „educația înainte de reglementare”. Dar o mai bună educație media funcțională și specializată, educația pentru alfabetizare ar oferi rezistență împotriva celor mai grave cazuri de știri false și post-adevăr. În cele din urmă, combaterea știrilor false și a dezinformării ar reduce temperatura politică și a dezinformării dezbaterilor sociale – și confruntărilor – ar îmbunătăți încrederea în societăți și ar contribui mai mult la un mediu democratic în societate.

Iată de ce este important ca în Republica Moldova accentul să fie pus nemijlocit pe educarea cetățenilor, chiar de pe băncile şcolii. În general, în perioada 2017-2021/22, aproape 12,000 de elevi de la toate cele trei cicluri de educație au studiat cel puțin subiectul opțional „Educația pentru Media” și în fiecare an cel puțin o școală din Republica Moldova aprobă cursul opțional astfel se mărește numărul celor care sunt informați și alfabetizați media.

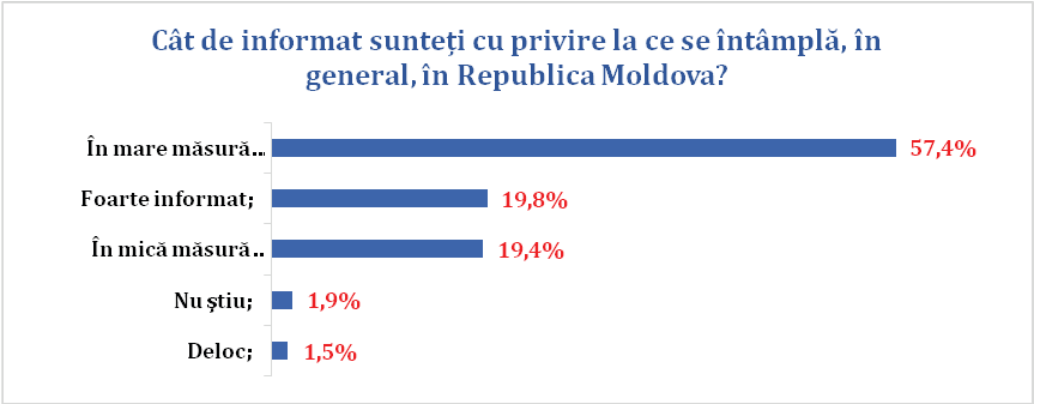
Aproape toți profesorii care predau acest curs au fost instruiți și sunt instruiți prin intermediul Centrului pentru Jurnalism independent la programele de alfabetizare media, cu sprijinul donatorilor.

În plus, există o mulțime de alte resurse de predare a alfabetizării media și instrumente, cum ar fi chestionare, jocuri de calculator Media Literatus, tutoriale video, articole și interviuri pe mass-media, teme de alfabetizare etc. Toate aceste informații sunt actualizate și încărcate în mod constant online pe platforma online www.educatia.mediacritica.md, care a fost creată special de Centrul pentru Jurnalism Independent în parteneriat cu Ministerul Educației și Cercetării. Totodată în școli a fost organizată și promovată activitățile Săptămânii Educației pentru Media.

Indubitabil, cursul opțional „Educația pentru Media” a fost o realizare importantă pentru alfabetizarea media a tinerilor, dar nu este suficient pentru a preda educația media doar ca un subiect opțional separat. Școlile din Republica Moldova ar trebui să dezvolte educația în domeniul mass-media în rândul tinerilor prin integrarea acestor elemente în disciplinele obligatorii, prin utilizarea acestora tehnici inovatoare de predare și învățare care promovează gândirea critică. Aceasta din urmă trebuie să fie dezvoltată prin încurajarea elevilor de a adresa întrebări, de a dezbate subiect, de a-și expune opiniile și de a implica absolut toți elevii indiferent de capacități.

Urmează ca nivelul de alfabetizare media a tinerilor din Republica Moldova să fie dezvoltat și să corespundă realităților prin prisma acelor documente, care au fost adoptate și care trebuie să fie implementate, cum ar fi Strategia de securitate a informației a Republicii Moldova pentru anii 2019–2024 și Planul de acțiune pentru implementarea acesteia, precum și Conceptul național de dezvoltare a mass-media în Republica Moldova, adoptat în iunie 2018. Şi doar aşa, alfabetizarea media va contribui la creșterea personală și dezvoltarea socială a tinerilor, va încuraja să folosească instrumentele multimedia în mod creativ, îi va ajută să critice ceea ce văd în presa scrisă sau online, învățându-i să facă distincția între realitate și falsuri. În acest compartiment sunt prezentate cele mai importante constatări privind nivelul de informare în rândul tinerilor din Republica Moldova.

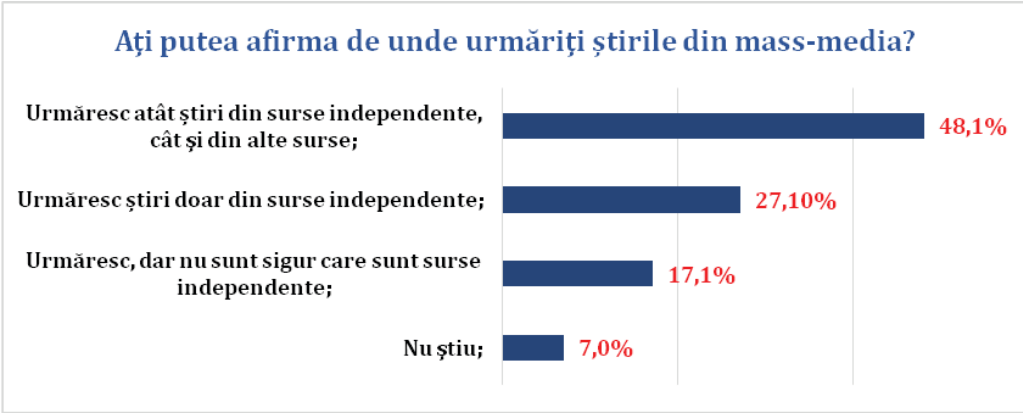
Inițial, pentru a forma un tablou general despre nivelul alfabetizării media, tinerii au fost rugaţi să răspundă la întrebarea: ***Q10: Cât de informat sunteți cu privire la ce se întâmplă, în general, în Republica Moldova?***



Majoritatea din cei intervievaţi **(cca. 77%)** au menţionat că sunt *„în mare măsură”* şi *„foarte bine”* informaţi cu privire la evenimentele care au loc în Republica Moldova. Acest rezultat se explică prin faptul dorinţei de a cunoaşte şi de a se informa din mai multe surse despre ultimele evenimente din regiune şi din ţară (agresiunea militară, fluxul de refugiaţi, criza economică mondială). De remarcat este şi faptul că, în egală măsură sunt informaţi atât tinerii din mediul urban, cât şi cei din mediul rural.

Fiecare al cincilea tânăr intervievat a declarat că este *„în mică măsură informat”*, explicaţia constând în apolitismul şi indolenţa informaţională, şi nu al accesului redus la surse de informaţii şi doar **1,5%** din numărul total de respondenţi au declarat că *„nu sunt deloc informaţi”*.

În această ordine de idei pentru cercetare este relevantă constatarea, dacă tinerii se informează din mai multe surse, la general, şi anume din care surse, în special, după criteriul autonomiei. Astfel la întrebarea ***Q13: Aţi putea afirma de unde urmăriţi ştirile din mass-media?*** Se prezintă următoarea situaţie:

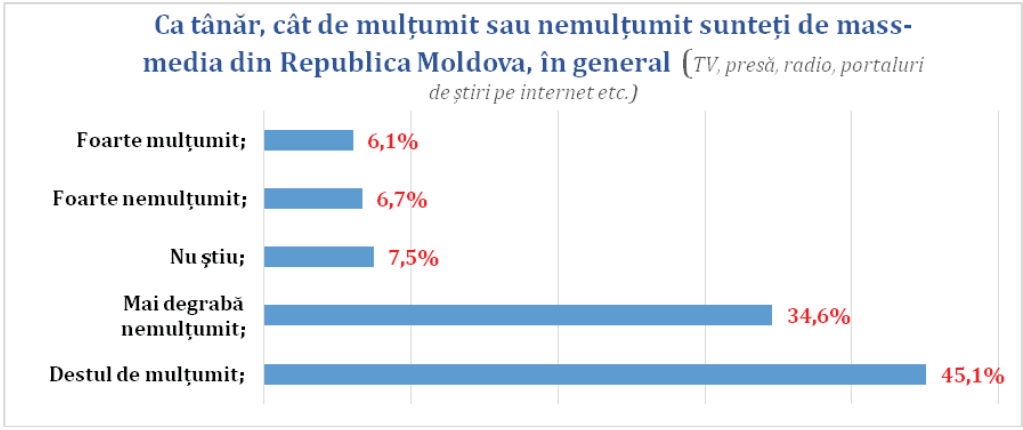


Este de remarcat că, **75%** din tinerii intervievaţi urmăresc ştirile din spaţiul mediatic *„din surse independente, dar şi din alte surse”* alternative, ceea ce înseamnă că tinerii consumatori de ştiri tind să-şi extindă orizonturile în căutarea a ceea ce se întâmplă în lumea din jurul lor și să nu să se bazeze în totalitate doar pe media sociale sau presa televizată, cu riscul de „a fi poluaţi” informaţional.

Accesarea şi altor surse media pentru informare prezumă un efort suplimentar din partea consumatorului media (cel puţin efort intelectual de cunoaştere şi de analiză), prin care se asigură de riscurile de a fi intoxicat informaţional, dezinformat sau manipulat.

Doar **17%** din tineri au răspuns că *„nu sunt siguri, dacă sursele pe care le urmăresc, sunt independente”*. Aceste rezultate pot fi interpretate prin prisma tendinţei tinerilor de a gândi critic, fiind conștienți de faptul că există surse media, care urmăresc difuzarea de ştiri cu efect manipulator sau propagandistic.

În ceea ce priveşte nivelul de satisfacţie al tinerilor vizavi de mass-media din Republica Moldova, respondenţii au fost rugaţi să răspundă la întrebarea ***Q11:*** **Ca tânăr, cât de mulțumit sau nemulțumit sunteți de mass-media din Republica Moldova, în general** (*TV, presă, radio, portaluri de ştiri pe internet etc*.)?



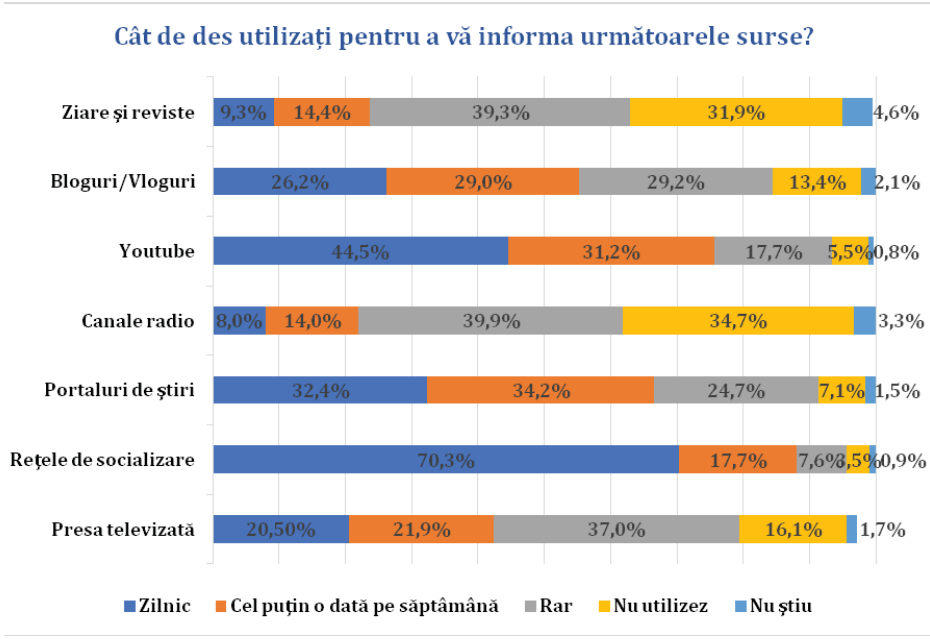
Analiza datelor denotă că **fiecare al doilea tânăr** chestionat este *„foarte şi destul de mulţumit”* de mass-media autohtonă. De cealaltă parte, **cca. 41%** din tineri sunt nesatisfăcuţi de mass-media, ceea ce ar însemna că proporţia nivelului de satisfacţie media în rândul tinerilor este aproape egală: 51% satisfăcuţi la 41% nesatisfăcuţi.

Pentru a înţelege nivelul de abilităţi şi cunoştinţe de alfabetizare media a tinerilor, precum şi a înţelege relaţia lor cu tehnologia, un aspect important măsurat a fost cel al surselor de informare pe care le utilizează cel mai des.

Astfel, la întrebarea ***Q9: Cât de des utilizaţi pentru a vă informa următoarele surse?*** majoritatea tinerilor acordă o atenţie deosebită reţelelor de socializare, datorită caracterului de media convergente al acestora. Cu alte cuvinte, tinerii pot realiza mai multe acţiuni simultane pe reţele de socializare: să se informeze, să comunice cu cineva fie în privat, fie în public, să distribuie ştiri în mediul lor de cunoştinţe (*„grupuri”*), apăsând butonul *„share”*, în acelaşi timp să urmărească clipuri video şi alte tipuri de divertisment, ca jocuri, muzică, sondaje etc. şi ce este important - fără a părăsi reţeaua de socializare preferată.

Analiza datelor denotă că în calitate de principală sursă pentru a se informa tinerii utilizează mediul online, fiind urmat de televiziune, presa scrisă şi, în final, canalele radio.

În ceea ce priveşte activităţile de informare, cei mai mulţi tineri, **70%**, accesează zilnic reţelele de socializare, de unde şi se informează. Canalul „Youtube”, cunoscut pentru grila imensă de divertisment, clipuri video, muzică şi filme documentare/artistice este a doua sursă de informare de la care zilnic se informează **45%** din tinerii intervievaţi. **Fiecare al treilea** se informează zilnic din portalurile de ştiri, iar **fiecare al patrulea** zilnic se informează din bloguri/vloguri **(cca.26%)**.



Se constată o descreștere constantă a interesului tinerilor față de așa surse de informare ca televiziunea, radio şi presa scrisă (ziare şi reviste). Această tendinţă se întâlneşte atât la tinerii din mediul urban, cât şi din mediul rural.

Odată cu vârsta, crește ușor procentul celor care se uită rar la televizor pentru informare **(37%)**, în schimb, sursele de informare clasice, ca radioul şi presa scrisă nu mai sunt populare în rândul tinerilor, **fiecare al treilea respondent** tot mai rar sau chiar deloc nu mai accesează aceste surse de informare.

Deținerea de competențe media și digitale este un element-cheie pentru tineri, care permite participarea lor în lumea digitală. Apariția și generalizarea dispozitivelor digitale au reprezentat o schimbare de paradigmă în ceea ce privește folosirea internetului în rândul tinerilor. Aceste dispozitive digitale reprezintă lucruri indispensabile ale vieţii cotidiene a majorității tinerilor, care, în sine, prezumă anumite competenţe în a opera cu ele, şi aici vorbim de competenţe digitale. Tinerii respondenţi au fost rugaţi să răspundă la întrebarea ***Q5: Cât de des intraţi pe internet, folosind următoarele dispozitive?***

Majoritatea **(84%)** au răspuns că, folosesc un smartphone pentru a intra în spaţiul online, după care urmează, cu o pondere foarte redusă, un laptop sau un PC staţionar, respectiv **8%** şi **6%**. Explicaţia tinerilor pentru alegerea smartphone-urilor constă în comoditatea şi rapiditatea ieşirii în spaţiul virtual Internet, precum şi posibilitatea de a fi conectat permanent la principalele surse de informare (reţele de socializare, canale Youtube, platforme de ştiri online etc.)

Deoarece internetul propune o diversitate mare de servicii, timpul petrecut pe internet este din ce în ce mai mare, iar acest fapt, deseori, duce la dezvoltarea unei dependențe. Acest risc persistă în rândul tinerilor, deoarece devin dependenți atât de dispozitivul digital (smartphone), cât şi de internet. Deşi nu putem nega influențele pozitive ale internetului, numeroase studii scot la iveală şi riscurile la care pot fi supuși, în special adolescenții şi tinerii. Dacă să ne pornim de la criteriul multitudinii şi veridicității surselor de informare, atunci tinerii sunt mult mai vulnerabili la manipulări, dezinformări lansate în spaţiul virtual.

Pentru tineri, internetul reprezintă o sursă vastă de informaţii pentru educaţie şi acumulare de cunoştinţe, pentru informare şi comunicare, oferă spaţiu pentru creativitate, respectiv pentru formarea şi expunerea identităţii personale, creare de contacte, pentru iniţiativă şi participare în viaţa comunităţii. De aceea, în cadrul cercetării s-a trasat obiectivul de a cunoaşte care sunt necesităţile tinerilor în momentul, când accesează internetul. Astfel, la întrebarea ***Q6. Cât de des ai făcut următoarele lucruri pe internet în ultima lună?*** mai mult de jumătate din cei intervievaţi **(cca. 63%)** au menţionat că *„au comunicat cu prietenii şi familia”*.

Fiecare al doilea tânăr a specificat despre necesitatea recreativă/distractivă de a accesa internetul. Astfel, pentru vizionarea clipurilor video şi ascultarea muzicii online au optat **54%**, şi respectiv **52%** din cei intervievaţi.

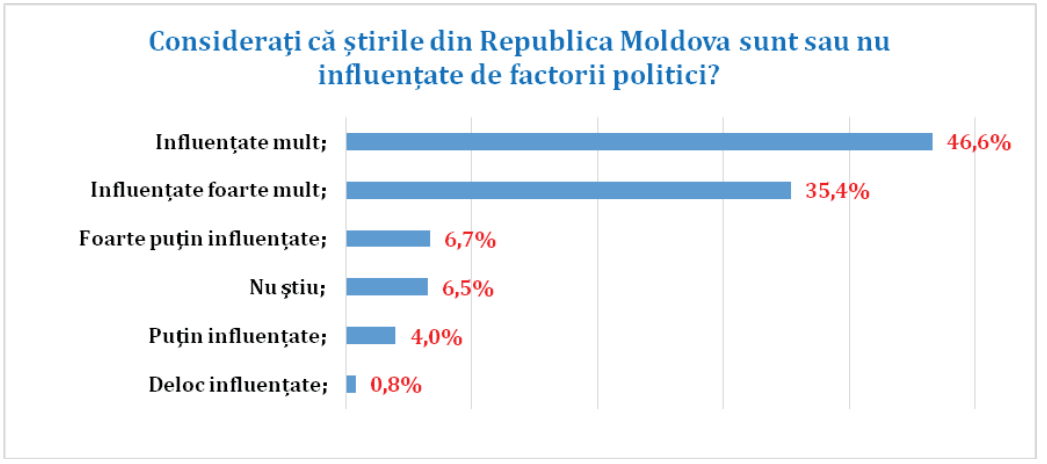
36% au menţionat că accesează internetul pentru *„a vizita reţele de socializare”*. De fapt, în cadrul Focus Grupurilor s-a constatat că tinerii fac acest lucru zilnic, verificând de mai multe ori reţelele de socializare, pe platformele cărora nu doar comunică şi se informează, dar şi ascultă muzică, privesc clipuri video, joacă online **(14%)** sau fac cumpărături online **(18%)**.

Fiecare al treilea tânăr a specificat că internetul este utilizat pentru *„a căuta ştiri”*, precum şi pentru formare educaţională – *„a face temele”* **(cca.35%)**.

Frecvența schimbării agendei de știri în lumea digitală este atât de rapidă, încât tinerii pur și simplu nu reușesc să analizeze mai profund evenimentele. Din această cauză, falsurile și manipulările sunt percepute ca știri reale.

Pentru a evalua competenţele media ale tinerilor pe direcţia perceperii impactului ştirilor, precum şi cum sunt afectaţi de fenomenul fake-news, s-a considerat necesar de a înţelege dacă tinerii din Republica Moldova acceptă sau nu ideea că, unele ştiri ar putea fi influenţate de anumiţi factori politici şi că unele mass-media ar putea fi la cheremul anumitor forţe politice. Aceste date vor arăta nivelul de gândire critică a tinerilor, dar şi cum decodifică o ştire că ar fi falsă sau se încearcă o manipulare sau dezinformare a opiniei publice.

În cadrul studiului, tinerilor le-a fost pusă întrebarea ***Q16: Consideraţi că ştirile din Republica Moldova sunt sau nu influenţate de factorii politici?***

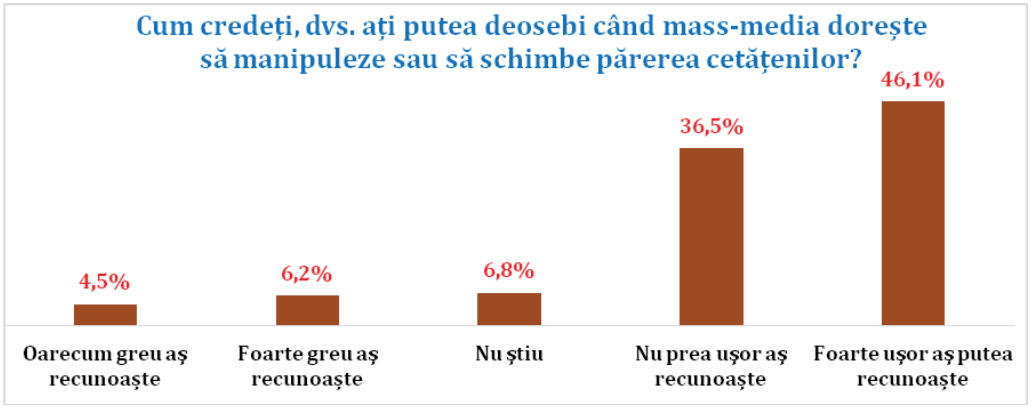


Analiza datelor arată că, majoritatea din cei intervievaţi **(82%)** consideră că ştirile din Republica Moldova sunt influenţate de factorii politici. Din acest număr de tineri, **fiecare al treilea** consideră că ştirile sunt *„influenţate foarte mult”* de către exponenţii politici. Şi doar **10%** din tineri cred că, ştirile sunt *„puţin sau foarte influenţate”* de politicul moldovenesc.

De asemenea, tinerii sunt conştienţi de faptul că societatea contemporană este supusă permanent unor influenţe mediatice generate de anumite cercuri de interese, fie politice, fie comerciale. De aceea tinerii întotdeauna caută să se informeze din

mai multe surse de informaţii, care poate fi și mass-media, și jurnaliștii din rețelele sociale, și experții. Cunoașterea mai multor limbi străine oferă tinerilor un avantaj enorm, în comparaţie cu generaţia mai în vârstă, de a se informa din mai multe surse, în special străine, ceea ce le dezvoltă o gândire critică, să verifice o ştire, să deosebească o ştire falsă, să identifice manipularea şi dezinformarea media.

Multe răspunsuri indică un anumit grad de educație media a tinerilor intervievaţi, existând elemente critice generale în evaluarea informației, prin evaluarea surselor sau cunoașterea unor termeni de specialitate, cum ar fi „manipulare", sau înțelegerea critică a diferențelor dintre diferite media. Aceasta le permite tinerilor să identifice sau cel puțin „să simtă" intenţiile manipulatorii ale mass-media. La întrebarea ***Q14: Cum credeți, dvs. ați putea deosebi când mass-media dorește să manipuleze sau să schimbe părerea cetățenilor?*** răspunsurile „pro" şi „contra" au fost repartizate în egală măsură. Astfel, **46%** din cei intervievaţi au răspuns că *„foarte uşor ar putea recunoaşte"* dacă o sursă mass-media încearcă să manipuleze opinia publică.



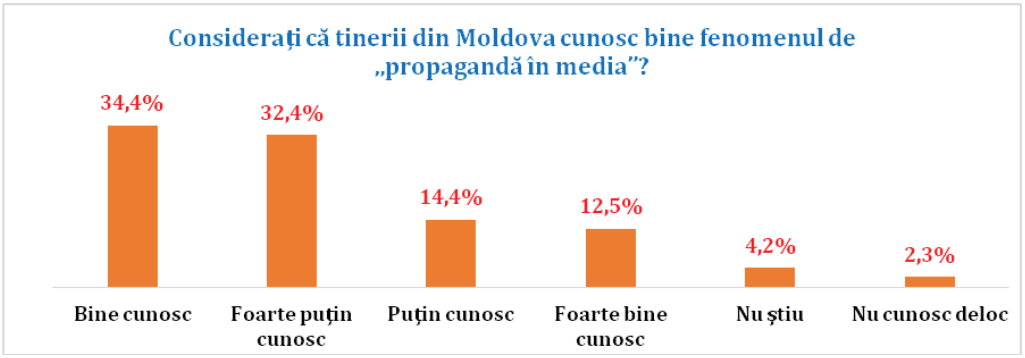
De cealaltă parte, **cca.47%** din tineri au răspuns că ar întâmpina dificultăţi în identificarea acţiunilor manipulatorii din partea mass-media, de la *„foarte greu" (6%)* până la *„nu prea uşor aş recunoaşte" (36,5%)*. Chiar şi în condiţiile posedării unei gândiri critice, a unei educaţii media, a informării din mai multe surse, rezistenţa tinerilor împotriva manipulării este una redusă. Practic, **fiecare al doilea tânăr** face parte din categoria celor pasibil de a fi influenţaţi de mass-media controlată, să fie victime ale unor manipulări şi dezinformări. Pentru a înţelege cum tinerii sunt afectaţi de fenomenul de „fake-news" şi dacă ei pătrund în esenţa a ceea ce se numeşte „ştire falsă", participanţii au fost rugaţi să răspundă la întrebarea ***Q18: În ce măsură sunteți sau nu de acord cu faptul că următoarele afirmații descriu știrile false?***

Pentru majoritatea tinerilor chestionaţi **(cca.75%)** transformarea industriei de știri prin tehnologiile digitale, rețele sociale a contribuit la răspândirea știrilor greşite. De asemenea, tinerii **(cca.73%)** consideră că, o ştire falsă poate fi descri-

să şi prin aceea că, pentru unii jurnaliști nu contează dacă știrea este falsă sau nu, ceea ce înseamnă că jurnaliștii joacă un rol important, pentru că pot amplifica foarte ușor conținutul fals, intenționat sau nu.

În acest context **67%** din tineri cred că jurnaliștii nu întotdeauna verifică toate informaţiile despre ştire, iar **jumătate din tineri** consideră că prezentarea superficială a știrilor – sunt știri false, şi cel mai important este că, când o instituție media vorbește despre un subiect, se poate declanșa „efectul de feedback" și alte organizații media încep să discute despre același subiect, care din start a fost o știre falsă **(50%)**.

Vorbind de nivelul de alfabetizare media şi a competenţelor mediatice ale tinerilor de a depista propaganda în mass-media, de a cunoaşte gradul de reziliență a tinerilor la dezinformare, în cadrul studiul participanţii au fost rugaţi să răspundă dacă cunosc bine fenomenul de propagandă în media ***(Q19)***.



Analiza datelor denotă că doar **47%** din tineri *„bine şi foarte bine cunosc"* ce este propaganda mediatică.

Fiecare al treilea din cei chestionaţi *„cunosc foarte puţin"* despre fenomenul propagandei, iar circa **21%** *„nu cunosc deloc sau în mică măsură"* despre propagandă.

Aceste date relevă că, **fiecare al doilea tânăr** *(care nu cunosc sau foarte puţin ştiu despre fenomenul propagandei)* devine o potenţială jertfă a dezinformării şi manipulării prin sursele mediatice şi, care la rândul lui, poate deveni o sursă de informare greșită pentru alți oameni.

Aşa cum s-a menţionat anterior, reţelele de socializare, ca principala sursă de informare pentru tineri **(70%)** reprezintă şi una din principalele surse, care expun tinerii manipulării şi dezinformării. La întrebarea ***Q20: În ce măsură credeți că manipularea, propaganda și dezinformarea sunt prezente în conținutul postat pe rețelele de socializare?*** majoritatea respondenţilor **(cca.85%)** au răspuns că aceste „poluări mediatice" sunt prezente pe reţele de socializare, din care 44% au răspuns că sunt prezente *„în mare măsură"* şi 41% - *„în măsură medie"*.

Aceeaşi situaţie o întâlnim şi la răspunsurile tinerilor la întrebarea ***Q24: În ce măsură credeți că manipularea, propaganda și dezinformarea din conținutul***

mediatic afectează viaţa tinerilor din Moldova? Majoritatea respondenţilor **(cca.83%)** au răspuns că ele afectează *„în mare şi medie măsură”*. Există o interdependență dintre aceste două grafice, care demonstrează încă odată că reţelele de socializare reprezintă nu doar una din principalele surse de informare pentru tineri, dar şi constituie sursa cu cea mai mare influenţă asupra tinerilor la capitolul informării şi percepţiei, cu efect de a le modela un comportament şi o atitudine, de a-i manipula pe tineri, de a-i dezinforma sau intoxica mediatic. Una dintre preocupările principale ale acestei cercetări a fost să înțelegem relația tinerilor cu informația. Cum şi s-a menţionat, tinerii apar ca consumatori şi ca producători de produse media. În calitate de consumatori, tinerii accesează şi sunt în contact zilnic cu o varietate de produse media (filme, muzică, ştiri televizate, articole de ziar, informaţii de orice gen de pe reţele de socializare, jocuri video etc.), iar în calitate de producători, tinerii pot fi autori de articole şi ştiri, să compună muzică şi să creeze/monteze filmulețe, să fie inițiatori de platforme online care le permit să devină autori de conținuturi media.

Toate acestea demonstrează că, tinerii deţin anumite competenţe pentru media, iar în raport cu informaţia este important de a cunoaşte cum tinerii aplică criteriile de evaluare a informaţiei (gândirea critică) şi cum stabilesc eventualele distorsiuni ale ştirii. Astfel, la întrebarea ***Q22: Credeți că tinerii din Moldova au sau nu competenţe media datorită următoarelor afirmaţii?*** se creionează următorul tablou:

- **fiecare al treilea tânăr** (32,6%) consideră că tinerii au competenţe pentru media, în condiţiile în care se informează din câteva surse de ştiri în care au încredere şi nu verifică alte surse;
- **fiecare al patrulea tânăr** (26%) consideră că din competenţele pentru media fac parte şi aptitudinea tânărului de a verifica cum sunt difuzate/prezentate ştirile în diverse surse mass-media;
- **cca.13%** din cei chestionaţi consideră că tinerii au competenţe pentru media, dacă în curricula şcolară este introdusă disciplina „Educaţia pentru media”.

De cealaltă parte, respondenţii au opinat că, tinerii nu deţin suficiente competenţe pentru media în condiţiile, în care:

- tinerii cred că orice ştire ce apare la TV, în presa scrisă sau pe internet este adevărată **(cca.11%)**;
- tinerii nu au încredere în nici o sursă mass-media **(cca.9%)**;
- tinerii consultă doar sursele mass-media pentru tineri.

Analiza datelor arată că, chiar şi dacă majoritatea din tinerii intervievaţi deţin competenţe media, aplică gândirea critică în evaluarea informaţiilor/ştirilor şi depistează o ştire falsă sau cu efect manipulatoriu, ei, în cel mai bun caz, nu o difuzează mai departe. De aceea, în cadrul studiului s-a dorit de a afla, dacă tinerii ştiu cum să procedeze în cazul în care doresc să sesizeze instituţiile abilitate de prevenirea şi combaterea fenomenului dezinformării şi a ştirilor false.

Acestora le-a fost pusă întrebarea ***Q21: Din câte cunoașteți sau ați auzit Dvs., tinerii din Moldova pot să raporteze sau să scrie o plângere oficială, dacă văd o știre care nu este adevărată, ofensaoare sau încalcă drepturile cuiva?*** Analiza datelor denotă că, **fiecare al treilea tânăr** (33%) nu cunoaşte cui să raporteze despre o ştire falsă sau cum să scrie o petiţie în adresa autorităţilor publice sau altor instituţii abilitate de prevenirea fake news-urilor, a informaţiilor false şi denigratoare. **Fiecare al cincilea tânăr** consideră că, pentru a raporta o ştire falsă este necesar de a sesiza emitentul/autorul ştirii, în cazul dat – redacția care a publicat ştirea. **Cca.18%** au opinat că Consiliul Audiovizualului este acel organ, în competenţa căruia intră examinarea sesizărilor/plângerilor legate de ştiri false sau informaţii ofensatoare. **12%** din tinerii chestionaţi au optat pentru sesizarea sectorului asociativ, ONG-urile care sunt preocupaţi de monitorizarea domeniul mass-media. Elevii şcolilor şi liceelor **(cca.10%)** au considerat că profesorul disciplinei „Educaţia media" sau, la general, şcoala este acea instituţie care trebuie sesizată în cazul depistării unor ştiri false. Definite drept capacitatea de a accesa, analiza, evalua și crea conținut media, competențele media sunt considerate tot mai mult o abilitate esențială pentru secolul XXI. Aceste competenţe sunt vitale generației tinere, pentru că ei nu doar învață să facă diferența între adevăr și fals, să reziste manipulărilor de orice fel și să se protejeze mai bine, ci deprind și însușirile necesare pentru a fi cetățeni activi.

În Republica Moldova de abia se fac primii paşi în a-i forma pe elevii claselor gimnaziale şi liceale privind competenţele media. Ce-i drept că, aceste formări au un caracter opţional, iar profesorii îşi dezvoltă atât competenţele digitale, cât şi competenţele pentru media, urmând nişte cursuri specializate şi fiind nevoiţi să adapteze curricula la schimbările permanente care au lor în spaţiul informaţional media.

Analiza datelor cercetării, precum şi constatările făcute pe marginea obiectivelor trasate ale studiului, venim cu următoarele recomandări pentru toţi cei implicaţi în procesul de alfabetizare media:

- Crearea unui concept sau strategie națională de alfabetizare media ca document separat. Ca alternativă, acest concept poate fi integrat într-un document de nivel național relevant, de exemplu „Conceptul național de dezvoltare a mass-media în Republica Moldova". Acesta ar trebui să identifice domeniile prioritare de intervenție și rolurile intersectoriale și distribuirea responsabilităților între guvern, parlament, societatea civilă, sectorul media și comunitatea donatorilor.
- Identificarea și desemnarea instituției guvernamentale care să coordoneze strategia națională de îmbunătățire a abilităților de alfabetizare media, de exemplu Ministerul Educaţiei şi Cercetării din Republica Moldova.
- Odată la doi ani de realizat evaluarea alfabetizării media la nivel național (sondaje, chestionări, interviuri), printr-un parteneriat de mai mulți actori relevanți

și cofinanțat. O alternativă este de a pleda pentru includerea Republicii Moldova printre țările care sunt evaluate prin indici relevanți la nivel mondial, cum ar fi indicele de alfabetizare media (Media Literacy Index).

➢ În rezultatul acestei evaluări periodice, de ajustat şi de îmbunătăţit curricula şcolară „Educaţia pentru Media" pentru a dezvolta noi competenţe media pe fundalul avansării tehnologiilor digitale. Crearea unei platforme comune de resurse online de alfabetizare media, ca un loc de destinație online pentru toate resursele legate de alfabetizarea media, unde materialele educaționale și oportunitățile de activități pot fi încărcate, arhivate, acumulate și promovate de către toate organizațiile relevante.

➢ Cursurile de competențe media să fie considerate o prioritate și să fie incluse în programa educațională pentru grădinițe și programa școlară pentru clasele I-XII. Această disciplină să fie inclusă şi în cadrul planurilor de studii pentru universităţile din Moldova. Cadrele didactice să fie stimulate atât financiar, cât şi prin puncte de credite pentru curricula dată.

➢ Pentru unele facultăți, de exemplu Facultatea Ştiinţe ale Comunicării şi Jurnalism, este recomandat să se reducă activitățile educaționale care acoperă tema generală de alfabetizare media și să se concentreze pe o pregătire mai personalizată, cu teme și abilități mai concrete și specifice care să fie dezvoltate pentru diferite grupuri țintă, în funcție de profilul și nevoile acestora. De exemplu, disciplina cu genericul „Dezinformarea şi manipularea în mass-media" sau „Propaganda ca element al războiului hibrid".

➢ Donatorii să propună gratuit profesorilor, bibliotecarilor și altor experţi din domeniul educației media platforme cu abonamente, de exemplu platforma „Laboratorul de propagandă" sau „Mind over Media Moldova. Propagandă pentru gândire critică".

➢ Pentru a realiza un progres semnificativ la nivel național în alfabetizarea media pe termen lung, este nevoie de un sprijin și finanțare multisectorială consolidată

BIBLIOGRAFIE

1. PNUD Moldova. Accelerarea transformării digitale în sectorul public din Republica Moldova. https://www.md.undp.org/content/moldova/ro/home/projects/digital-moldova
2. API. Proiectul Programului național de dezvoltare a mass-mediei pentru anii 2022-2025. http://api.md/upload/IT/Anexa_1_Program_M_M_XI_2021_FINAL.pdf
3. MECC. Curriculum pentru disciplina opţională „Educaţie pentru media". https://mecc.gov.md/sites/default/files/curriculum_educatie_pentru_media_gimnaziu.pdf

4. Comisia Europeană. Combaterea dezinformării legate de coronavirus. https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinormation
5. Clasamentul indicelui competenţelor media/alfabetizării media
6. Media Literacy Index 2021. Open Society Institute Sofia, https://osis.bg/?p=3750&lang=en