APORTUL VALORILOR ÎN DEVENIREA IDENTITĂȚII NAȚIONALE A TINERILOR

Valentina MOVILA
CZU: [316.752 + 316.6]-053.6 *vflocosu@rambler.ru*

Autoidentificarea persoanei – este una dintre cele mai importante probleme de care sunt interesate o serie de științe moderne. În secolul XX această problemă este abordată de cercetători din diverse domenii (M. Nikeson, R. Budaphl, D. Dener, V. Dara, M. Rabemas, O.A. Eddens și alții).

În contextul intensificării migrației de muncă și erodării rapide a componentelor spirituale, problema identității naționale a dobândit o actualitate excepțională.

Valorile reprezintă una dintre componentele fundamentale necesare constituirii și dezvoltării identității. În cazul identității naționale, cel mai puternic predictor este atitudinea valorică față de patrie.

Potrivit definiţiei lui M.Rokeach, valorile reprezintă principii în funcție de care personalitatea își alege și își evaluează comportamentele, evenimentele şi stările [1, p.12]. Prin urmare, valorile determină, în mare măsură, comportamentul și acțiunile persoanei, manifestându-se în credințe, aprecieri, motivații și nevoi. Pornind de la aceasta, cercetătorul rus A.G. Zdravomâslova, susține că formarea identității consistente și coerente a persoanei se datorează prezenței unei structuri stabile și consistente a orientărilor valorice [2].

Procesul de configurare a sistemului valoric este unul destul de complex, fiind supus unor puternice condiționări și influențe din partea mediului, în special din partea unor așa instituții sociale, precum: familia, sistemul de învățământ, mass-media.

La nivel valoric, generația tânără reprezintă astăzi produsul unei societăți, al cărei mod de viață are la bază schimbarea. Potrivit unui studiu sociologic, desfășurat în două valuri: *septembrie-octombrie 2017 (W1)* și *aprilie-mai 2019 (W2)*, majoritatea respondenților din ambele valuri se consideră deschiși spre schimbare (*Fig. 1*).

Participanții la discuțiile de grup (DFG) argumentează tendința spre schibare prin faptul că oferă posibilitatea *„de a acumula noi*

experiențe” DFG 1, *„de a se dezvolta”* DFG 5, precum și că *„schimbarea personală a fiecăruia este un pas spre o schimbare socială”* DFG 6.

Tinerii nepredispuși spre schimbare (în jur de 5%) își justifică atitudinea prin faptul că nu sunt pregătiți *„pentru schimbări rapide și radicale”* DFG 2, dar și prin *„nevoia de adaptare la schimbări și frica de rezultatele/consecințele pe care le pot aduce aceste schimbări”* DFG 4,7.

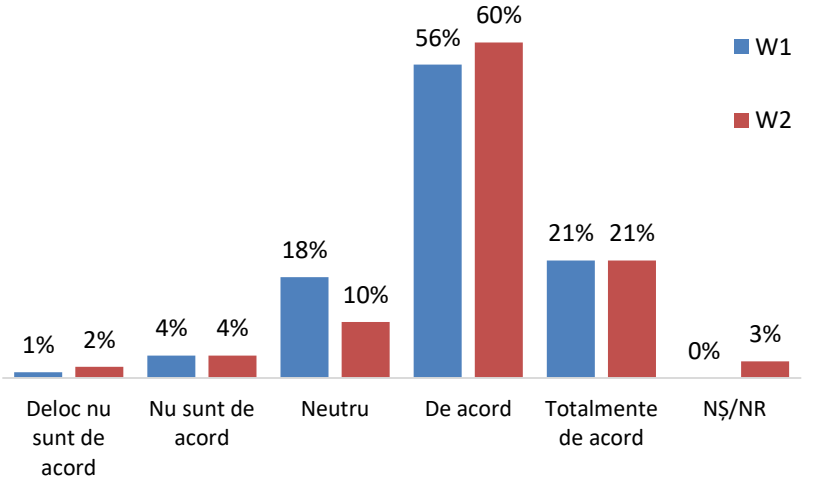


Fig. 1. Vă considerați a fi o persoană deschisă la schimbare
Sursa: Studiul CCS CIVIS *„Evaluarea campaniei de informare privind identitatea națională în rândul studenților”,* octombrie 2017; mai 2019, N*1355.

Schimbarea mediului sociocultural modifică configurația sistemului de valori, influențând semnificativ însăși identitatea tinerilor. La nivel de țară, acest fapt este condiționat de mai mulți factori, precum: situația socială și politică precară, politizarea mass-mediei, schindarea poporului, lipsa unei perspective de viitor în țară etc. Toate acestea determină lipsa unei viziuni comune cu privire la viitorul țării (fiecare al doilea respondent crede astfel).

În opinia participanților la DFG, unica viziune comună pe care o împărtășește majoritatea populației este lipsa unui viitor în țară (ceea ce și determină plecarea în masă a unui număr semnificativ de tineri peste hotarele țării).

Asocierile pe care le atribuie tinerii identității naționale sunt de natură pozitivă și negativă. Asocierile pozitive atribuite identității naționale vizează unele însușiri și calități, precum: *egalitatea, prietenia, caracterul deschis, muncitor, tolerant și primitor al poporului nostru,* cât și unele lucruri: *costumul național „ia", covorul național* (țesut manual), *doina moldovenească* etc. Toate acestea reprezintă valori, care caracterizează specificul național al neamului nostru, care s-a format de-a lungul istoriei. Doar fiind inoculate tinerilor, ele pot contribui la dezvoltarea identității lor naționale.

În sens negativ, identitatea națională este asociată cu „*o masă/componență sură, inexistentă* (în sens că nu există), *odaie cu lucruri aruncate haotic; pădure în toamnă târzie* (fără frunze), *râul Prut cu multe gunoaie pe margini, un cuib gol, un sat nepopulat şi neîngrijit*. Toate aceste asociații semnalează asupra faptului că tinerii nu văd perspective de viitor în țară.

Mândria națională este asociată de participanții la DFG cu: *popor bun la suflet, deschis, cinstit, ospitalier; oameni ,muncitori, gospodari, de treabă, prietenoși, veseli, frumoși, intelectuali* (atrași și cumpărați de alte state); *beciul din Cricova, vinul moldovenesc şi bucătăria națională; mănăstirile şi cetățile; natura cu peisajele frumoase, codrii, dealurile cu pante dulci, drumurile şerpuitoare frumoase; tradițiile şi obiceiurile; dansurile şi muzica moldovenească („de suflet, care te face să te încingi într-o horă"), plaiul natal, istoria, monumentele unice (inclusiv arhitecturale); așezarea geografică reuşită; pământul bogat și roditor. „Însăși mândria este o valoare specifică poporului moldovean".*

Unii participanți au întâlnit dificultăți (preponderent vorbitori de limba rusă) în caracterizarea mândriei naționale moldovenești, deoarece nu cred că au cu ce se mândri: *„У меня нет никакой гордости за эту страну" DFG3.*

Totuși, majoritatea tinerilor (82% – W2) cred, că este necesară și ar susține o campanie care să promoveze identitatea națională. Această

valoarea numerică înregistrează o creștere față de W1 (cu 13% mai mult) – Figura 2.

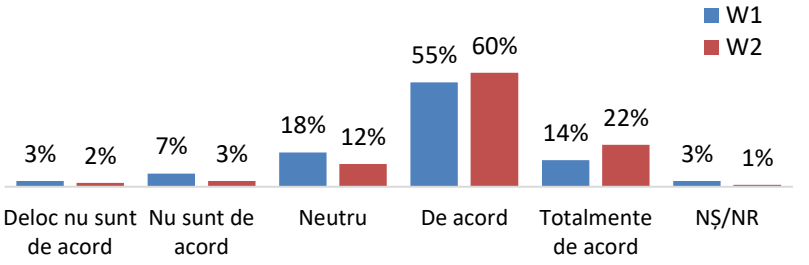


Fig. 2. Deschiderea tinerilor pentru a susține o campanie care să promoveze o identitate națională
Sursa: Studiul CCS CIVIS *„Evaluarea campaniei de informare privind identitatea națională în rândul studenților”,* octombrie 2017; mai 2019, N*1355.

În opinia unor participanți la DFG, astfel de campanii sunt necesare țării noastre, deoarece ar dezvolta simțul civic al cetățenilor, i-ar uni pentru dezvoltarea propriei țări și creării unui viitor pentru ea.

În general, putem *concluziona* că procesul de educare a identității naționale a tinerelor generații necesită un conținut spiritual bine conturat, care să includă valorile naționale de bază, prin care am putea modela personalitatea tinerilor.

În scopul reînvierii și păstrării valorilor naționale, se impune o revizuire majoră a politicii sociale (educaționale, de tineret) în scopul orientării acțiunilor spre elaborarea de măsuri capabile să ghideze tinerii spre valori spirituale, capabile să dezvolte conştiinţa axiologică și identitatea lor națională. În plan educațional, se impune includerea în școli a Educației civice, ca disciplină obligatorie.

Referințe:

1. ILUȚ, P. *Valori, atitudini și comportamente sociale. Teme actuale de psihosociologie*. Iași: Polirom, 2004.
2. ШАМИОНОВ, Р.М., АРЕНКОВ, А.П. *Ценностные отношения и гражданская идентичность молодежи*, [Accesat 12.08.2020] Disponibil: https://regionsar.ru/ru/node/1033