

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA**

Cu titlul de manuscris  
CZU: 070+659.3(478)(043.3)

**TOACĂ MARIANA**

**PRESA LOCALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA: CONDIȚII  
DE AFIRMARE, REPERE FUNCȚIONALE, DISCURS  
SOCIOCULTURAL**

**571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE**

**Teză de doctor în științe ale comunicării**

**Conducător științific:**

**STEPANOV GEORGETA,**  
doctor habilitat în științe ale comunicării,  
conferențiar universitar

**Autor:**

**TOACĂ MARIANA**

**Chișinău, 2017**

**© TOACĂ MARIANA, 2017**

## CUPRINS

<b>ADNOTARE (în limbile română, rusă, engleză)</b> .....	<b>5</b>
<b>LISTA ABREVIERILOR</b> .....	<b>8</b>
<b>INTRODUCERE</b> .....	<b>9</b>
<b>1. FUNDAMENTE TEORETICE ȘI METODOLOGICE DE CERCETARE A PRESEI LOCALE</b> .....	<b>16</b>
1.1. Presa locală – element al sistemului mass-mediei: studiu istoriografic.....	16
1. 2. Presa locală în contextul mediatic contemporan: abordări conceptuale.....	31
1. 3. Metodologia cercetării presei locale.....	48
1. 4. Concluzii la capitolul 1.....	60
<b>2. PRESA LOCALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA: CONDIȚII DE AFIRMARE ȘI REPERE FUNCȚIONALE</b> .....	<b>62</b>
2. 1. Cadrul de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova.....	62
2. 2. Presa locală autohtonă: aspecte funcționale.....	81
2. 3. Realitatea socioculturală – subiect prioritar de reflectare în presa locală.....	97
2. 4. Concluzii la capitolul 2.....	111
<b>3. DISCURSUL SOCIOCULTURAL AL PRESEI LOCALE DIN REPUBLICA MOLDOVA</b> .....	<b>113</b>
3. 1. Elemente structurale și compoziționale ale publicațiilor periodice locale.....	113
3. 2. Opțiunea socioculturală a presei locale.....	126
3. 3. Genurile jurnalistice în publicațiile periodice locale: tendințe de manifestare.....	148
3. 4. Concluzii la capitolul 3.....	164
<b>CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI</b> .....	<b>166</b>
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	<b>170</b>
<b>ANEXE</b> .....	<b>182</b>
Anexa 1. Ponderea produsului sociocultural în presa locală.....	182
Anexa 2. Coraportul dintre materialele sociale și cele pe domeniul culturii.....	182
Anexa 3. Mesajul produsului sociocultural din presa locală.....	183

Anexa 4. Modalități de reflectare a categoriilor de vârstă în produsul sociocultural din presa locală.....	183
Anexa 5. Modalități de reflectare a sexului protagoniștilor în produsul sociocultural din presa locală.....	184
Anexa 6. Modalități de localizare a produsului sociocultural din presa locală.....	185
Anexa 7. Diapazonul tematic al produsului jurnalistic local în variantă online .....	186
Anexa 8. Forme de expresie informativă a materialelor socioculturale din presa locală.....	187
Anexa 9. Forme de expresie analitică a materialelor socioculturale din presa locală.....	190
<b>DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII.....</b>	<b>193</b>
<b>CV-ul AUTORULUI.....</b>	<b>194</b>

## ADNOTARE

**Autor:** TOACĂ MARIANA. **Presa locală din Republica Moldova: condiții de afirmare, repere funcționale, discurs sociocultural.** Teză de doctor în științe ale comunicării la specialitatea 571. 01 – Jurnalism și procese mediatice. Chișinău, 2017.

**Structura tezei:** introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 180 de titluri, 157 de pagini text de bază, 7 tabele și 9 anexe. Rezultatele obținute se regăsesc în 11 lucrări științifice.

**Cuvinte-cheie:** presă locală, realitate socioculturală, cadru de dezvoltare, socializare, culturalizare, opțiuni de creație, repere funcționale, discurs sociocultural.

**Domeniul de studiu:** Științe ale comunicării.

**Scopul lucrării:** determinarea specificului activității presei locale din Republica Moldova, identificarea cadrului de dezvoltare și a reperelor funcționale, elucidarea opțiunilor de creație și a discursului ei sociocultural.

**Obiectivele lucrării:** analiza rolului, locului și a funcțiilor presei locale în contextul mediativ contemporan; cercetarea cadrului de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova; studierea principiilor de funcționare și de reflectare a realității socioculturale de nivel local; analiza discursului produselor mediatice puse în circuit prin intermediul presei locale.

**Noutatea și originalitatea științifică** constau în elucidarea tendințelor de dezvoltare a presei locale autohtone, a principiilor ei funcționale în procesul de valorificare a masivului informațional potențial și a specificului discursului sociocultural al acesteia.

**Problema științifică importantă soluționată** vizează elucidarea locului și rolului presei locale în contextul sistemului mass-mediei contemporan; etalarea reperelor funcționale ale presei locale în procesul de reflectare a realității de nivel local; elucidarea specificului produsului mediativ pus în circuitul informațional prin intermediul presei locale autohtone; demonstrarea identității discursului sociocultural al presei tipărite locale din Republica Moldova.

**Semnificația teoretică a tezei** rezidă în crearea unui cadru teoretic de analiză a presei locale din perspectivă conceptuală, structurală și funcțională și a rolului ei în reflectarea și modelarea realității socioculturale din teritoriu.

**Valoarea aplicativă a lucrării** constă în rezultatele cercetărilor asupra capacității presei locale de a reflecta realitatea socioculturală, în informațiile factologice și materialele empirice din studiu, care pot servi drept bază metodologică pentru elaborarea politicilor editoriale ale ziarelor locale și a reperelor pentru eficientizarea activității acestora.

**Implementarea rezultatelor științifice:** rezultatele științifice au fost implementate prin publicarea a 11 articole și studii și prin contribuții la conferințe naționale și internaționale.

## АННОТАЦИЯ

**Автор:** ТООАКЭ Мариана. Местная печать Республики Молдова: условия развития, функциональные ориентиры, социально-культурный дискурс, диссертация на соискание степени доктора коммуникационных наук, Кишинёв, 2017.

**Структура диссертации:** введение, три главы, общие выводы и рекомендации, библиография (180 наименований), 9 приложений, 157 страниц основного текста, 7 таблиц. Результаты исследований опубликованы в 11-ти работах.

**Ключевые слова:** местная печать, социально-культурная реальность, рамки развития социализация, культурализация, творческий вариант, функциональные ориентиры, социокультурный дискурс.

**Область исследования:** коммуникационные науки.

**Цель и задачи диссертации:** определение специфики местной печати Республики Молдова; анализ функциональных процессов и медиа-продукта, отражающего социально-культурную реальность; выяснение тенденций развития, творческих возможностей и специфики дискурса местных печатных СМИ.

**Новизна и научная оригинальность** заключаются в выяснение процесса развития местной печати, ее функциональных принципов в ходе освещения социально-культурной реальности, в идентификации специфики ее дискурса.

**Важная научная проблема, разрешаемая в работе:** разработка и обоснование специфики местной печати Республики Молдова, что позволило определить рамки ее развития и ее функциональные ориентиры. А также была выявлена идентичность социокультурного дискурса местной печати Республики Молдова.

**Теоретическая ценность** заключается в создании теоретической основы для анализа концепции, структуры и функциональности местных печатных СМИ и их роли в отражении и моделировании социально-культурной реальности на местном уровне.

**Практическая ценность диссертации:** результаты исследований предоставляют ценную информацию, применение которой, наряду с предложенными рекомендациями, может оптимизировать деятельность местных печатных СМИ в освещении социально-культурной реальности на местном уровне, а выводы могут служить методологической основой для разработки редакционной политики местной печати.

**Внедрение научных результатов:** научные результаты, полученные в ходе исследований, были использованы при написании 11-ти статей и разработке учебных пособий для студентов.

## ANNOTATION

**MARIANA TOACA. Local media in Moldova: affirmation conditions, functional parts, sociocultural discourse.** Thesis in communication sciences at the specialty 571. 01 - Journalism and media processes. Chisinau, 2017.

**Thesis structure:** introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography of 180 titles, 157 pages of main text, tables 7 and 9 annexes. The results are found in 11 scientific papers.

**Keywords:** local news, sociocultural reality, development framework, socialization, enculturation, creativity option, functional principle, socio-cultural discourse.

**Field of study:** Communication Sciences.

**The aim of the paper:** determine the specific activity of local press in Moldova, identifying development framework, principles of operation and design choices and elucidating its potential coverage of socio-cultural reality.

**Objectives:** analysis of the role, place and functions of local media in contemporary media environment; research framework to develop local media in Moldova; elucidating the principles of operation and coverage of the socio-cultural reality of the local level; media products placed in speech analysis circuit through the local media.

**Scientific novelty** consists in elucidating the development trends of domestic local media, its principles functional during the realization of the massive potential and specific information of its discourse.

**Important scientific problem** solved is expressed by developing an overview on local media activity analysis in Moldova, which ensured determining development framework and its principles functioning in the context of contemporary media. It has also been established sociocultural identity discourse of the local print media in Moldova.

**The theoretical significance of the thesis** lies in creating a theoretical framework for analyzing local media conceptual perspective, structural and functional and its role in reflecting and shaping the socio-cultural reality of the territory.

**Value of the work consists of research** findings on the ability of local media to reflect socio-cultural reality in factual information and empirical study materials that can serve as a methodological basis for editorial policy of local newspapers and benchmarks for improving their work.

**Implementation of scientific results:** Scientific results have been implemented through the publication of 11 articles and studies and contributions to national and international conferences.

## **LISTA ABREVIERILOR**

- AIE** – Alianța pentru Integrare Europeană
- API** – Asociația Presei Independente
- APL** – Administrația Publică Locală
- CJI** – Centrul pentru Jurnalism Independent
- IP** – Instituție publică
- ÎI** – Întreprindere individuală
- ONG** – Organizație nonguvernamentală
- PP** – Publicație periodică
- RM** – Republica Moldova
- RSSM** – Republica Sovietică Socialistă Moldovenească
- SA** – Societate pe acțiuni
- SRL** – Societate cu răspundere limitată
- SUA** – Statele Unite ale Americii
- UK** – United Kingdom (Regatul Unit)
- URSS** – Uniunea Republicilor Sovietice Socialiste
- UTA** – Unitatea Teritorială Autonomă



## INTRODUCERE

Presa, deși în prezent nu mai deține monopolul asupra pieței mediatic (nici la nivel mondial, nici la cel național și nici la cel local), după cum se întâmpla acum câteva zeci de ani, continuă să intereseze populația, grație caracteristicilor sale generale, particularităților specifice și mijloacelor sale de expresie, care îi conferă identitate și specificitate în sistemul mediatic contemporan. Or, dintre toate elementele sistemului mass-mediei, doar presa tipărită îi oferă consumatorului de produse mediatic anumite avantaje, și anume: 1) de a ajusta actul de asimilare a produsului mediatic la condițiile lui de ordin fiziologic și social; 2) posibilitatea de a selecta cel mai potrivit timp și moment pentru lecturarea ziarului. Astfel, ziarul poate fi citit dimineața, ziua, seara, noaptea; 3) de a consuma în mod discreționar produsul mediatic (cititorul poate asimila, conform dorinței, necesității, fie toată informația propusă de ziar, fie doar o anumită parte din totalul materialelor jurnalistice); 4) posibilitatea de a modela procesul de asimilare al produsului mediatic (prin extinderea sau prin reducerea timpului destinat acestui proces); 5) de a citi și reciti ziarul ori de câte ori dorește; 6) de a analiza, a compara și a sintetiza informațiile și opiniile din ziar; 7) de a medita asupra informației, de a face notițe, decupări etc. Totodată, presa tipărită rămâne în istorie, constituind, un document al timpului, rol pe care, din motive tehnice, nu-l poate îndeplini nici televiziunea, nici radioul. Or, sunetul și imaginea difuzate pe calea eterului sunt efemere, dispărând foarte rapid din memoria auditoriului.

**Actualitatea și importanța temei.** Presa locală tipărită, element al sistemului mass-mediei, are o identitate distinctă, generată de locul și rolul care-i revin în ceea ce privește reflectarea realității la nivel local, de activitățile specifice, pe care le desfășoară în procesul de realizare a actului comunicațional, precum și de opțiunile demersului ei editorial. Grație implicațiilor sale în mediul pe care îl valorifică, presa locală este o sursă importantă de informare cu privire la evenimentele, la fenomenele și tendințele din acest mediu, este un mijloc de abordare critică a realității și de aducere pe agenda publică a problemelor reale cu care se confruntă indivizii sau grupurile sociale, este un important instrument de formare a opiniei publice la nivel local. Or, niciun alt canal media național nu reușește să acopere provinciile sub aspect informațional așa cum izbutește să facă un ziar local, întrucât presa locală este, în același timp, și un instrument de monitorizare a realității dintr-un anumit teritoriu, dar și element constitutiv al acestuia – parte esențială a comunității pe care o servește. Tocmai din acest punct de vedere prezintă interes studiul de față, în care presa locală este tratată drept unul dintre cele mai eficiente mijloacele de reflectare a realității la nivel local, propunându-se o viziune proprie referitoare la funcțiile și rolul acesteia, la procesul de creație și la produsul ei finit.

Actualitatea investigației rezidă în faptul că presa locală autohtonă, care în perioada sovietică a fost un instrument de manipulare și de propagandă, după obținerea independenței, a izbutit să se restructureze, punând bazele unor noi principii funcționale, care au proiectat și obiectul său principal de reflectare – realitatea socioculturală de nivel local. Acest fapt a schimbat însuși conceptul de presă locală, modalitățile de selectare și de prelucrare a informației, modul de abordare a realității etc., toate acestea favorizând apariția unui nou tip de produse și de servicii mediatice – despre omul de rând și pentru omul de rând. Actualmente, presa locală, mai mult decât oricare alt element mediativ, abordează realitatea socioculturală – dimensiune a activității umane care cel mai mult interesează individul social, pentru că pune în valoare locul și rolul acestuia în grupul social din care face parte, ale grupului social în comunitate, și respectiv, ale comunității în societate. Totodată, presa locală mediază și modelează relațiile care se stabilesc între diferiți actori sociali, deoarece anume acestea influențează stabilitatea socială și progresul unui mediu social anumit. Aceste opțiuni, în pofida evoluției digitale, precum și a viitorului incert pe care i-l atribuie mulți cercetători din domeniu, îi asigură totuși presei locale din Republica Moldova ca și, de altfel, și din alte țări viabilitate și dezvoltare durabilă.

Actualitatea investigației este determinată, de asemenea, și de necesitatea de a scoate în evidență realizările și eșecurile pe care le-a înregistrat presa locală în ultimul sfert de secol și de a identifica tendințele ei de mediatizare a realității de nivel local, îndeosebi, a dimensiunii socioculturale. Acest lucru este important atât pentru remedierea și eficientizarea principiilor care stau la baza activității presei locale, cât și pentru creșterea potențialului ei de mediatizare a realității de nivel local. Totodată, actualitatea și importanța cercetării condițiilor de afirmare și reperelor funcționale ale presei locale, opțiunilor și tendințelor de valorificare a masivului informațional potențial de nivel local sunt determinate de necesitatea studierii științifice a presei locale ca instrument de socializare și de culturalizare a indivizilor. În conformitate cu cele relatate studiarea potențialului presei locale în ceea ce privește reflectarea realității socioculturale în contextul dezvoltării științelor comunicării autohtone este necesară și extrem de actuală.

**Metodologia cercetării și suportul teoretico-științific al tezei.** Presa locală dintotdeauna a fost unul dintre elementele constitutive al sistemelor mediatice care au existat din orice perioadă și în orice societate, cu toate acestea, până în prezent ea nu este suficient de investigată.

Baza metodologică și teoretico-științifică a prezentei investigații o constituie studiile în care presa locală a fost cercetată în mod direct precum și unele în care acest segment de presă a fost abordat tangențial; acestea fiind semnate de cercetători consacrați în domeniu atât din țară, cât și de peste hotare. Printre autorii care au cercetat presa tipărită ca element al sistemului mass-mediei, iar tangențial, și presa locală se numără: C.-J.Bertrand, A.Yves, N.Bakenhus, R.Keeble,

J.J.Cuilenbur, M.Coman, M.Cernat, F.Ioncioaia, D.Popa, P.Dobrescu, A.Bărgăoanu, Gh.Gorincioi, D.Țurcanu, M.Lescu, G.Stepanov, B.Parfentiev, C.Marin, D.Coval, M.Tacu, V.Moraru, L.Malcoci, V.Blajco, T.Фролова, А.Крушинский, М.Ким, М.А.Бережная, И.Табашников, Т.З.Адамьянц, Т.Репкова ș. a.

Lucrările științifice dedicate particularităților presei locale în sistemul mediatic contemporan, foarte importante pentru studiul nostru, au fost realizate de mai mulți cercetători din Occident: R.K.Nielsen, B.Franklin, D.Murphy, D.Kaspi, A.S.Rausch, R.Keeble, L.Guery, A.Hobbs ș. a., precum și din Rușia: А.Андреева, В.Бакшин, И.Табашников, А.Быкадорова, С.Галкин, В.Киселев, А.Кулаков, Ю.Мясников, В.Тулупов, Э.Худякова, О.Цыганов, М.Эйсмонт, П.Баутина, А.Максимов, Я.Засурский ș. a.

În Republica Moldova presa locală a fost cercetată mai puțin decât în alte țări, ea fiind abordată, de cele mai dese ori, ocazional, alături de alte tipuri de media. Există totuși mai multe studii și articole care au avut ca obiect de cercetare diferite aspecte ale presei locale, acestea fiind semnate de: A.Timuș, M.Guzun, V.Klobuțkii, I.Zatușevskaya, D.Coval, I.Mocreac, S.Grossu, M.Danilov. Menționăm că de la '90 încoace interesul cercetătorilor din Republica Moldova nu a fost orientat către presa locală. În acest răstimp, în circuitul științific autohton nu a fost elaborată nicio lucrare complexă referitoare la acest domeniu.

Pentru elucidarea specificității activității presei locale, a reperelor funcționale, a opțiunilor de creație și a tendințelor ei de dezvoltare au fost valorificate diverse rapoarte de activitate a presei, în general, și a presei locale, în particular, întocmite de diferite instituții mediatice internaționale și naționale. Între acestea se numără: *O presă liberă și responsabilă*, realizat de *Commission on Freedom of Press (Comisia pentru libertatea presei)*; *Number of Americans who read print newspapers continue decline (Numărul americanilor care citesc presa tipărită este în descreștere)* și *72% of Americans follows local news closely (72% dintre americani urmăresc îndeaproape știrile locale)*, realizate de Centrul de Cercetări Media din SUA; *Rapoartele anuale privind starea presei locale din Republica Moldova*, realizate de *Asociația Presei Independente* pentru anii 2008-2014.

Constatăm că studiile, articolele și rapoartele în cauză au fost de un real folos în elaborarea metodologiei de cercetare a presei locale autohtone, precum și în identificarea strategiilor și a practicilor operaționale pe care aceasta le folosește pentru mediatizarea realității socioculturale de nivel local. Menționăm caracterul generalist al studiilor menționate mai sus, fapt care a sugerat oportunitatea realizării unui studiu special, amplu, ce ar conține o abordare multiaspectuală asupra rolului presei locale în reflectarea și modelarea realității sociale.

Sistemul metodologic se axează pe metode precum: analiza cantitativă și calitativă a datelor, sinteza, comparația, observația empirică, documentarea științifică, inducția și deducția, descrierea, analiza rezultatelor cercetării.

**Obiectul cercetării** îl reprezintă presa locală din Republica Moldova.

**Subiectul cercetării** vizează cadrul de dezvoltare a presei locale autohtone, reperele funcționale și specificitatea discursului ei, rezultat în urma reflectării realității socioculturale.

**Ipoteza** tezei de doctorat constă în ideea că presa locală, care valorifică masivul informațional potențial dintr-un anumit teritoriu limitat ca dimensiune, este un element cu identitate distinctă al sistemului mass-mediei, principiile ei conceptual-funcționale orientând-o spre mediatizarea, prioritar, a dimensiunii socioculturale a realității de nivel local.

**Scopul și obiectivele lucrării** rezidă în cercetarea, per ansamblu, a presei locale ca element constitutiv al sistemului mass-mediei contemporan, a cărei identitate reiese din obiectivele ei de creație, din rolul și funcțiile pe care ea le realizează într-o anumită comunitate. **Scopul** constă în elucidarea specificului activității presei locale din Republica Moldova prin identificarea cadrului ei de dezvoltare, a reperelor funcționale și a complexității discursului sociocultural al acesteia. Pentru realizarea scopului propus, au fost trasate următoarele **obiective**:

- cercetarea bazei teoretico-metodologice a presei locale ca mijloc de mediatizare și de modelare a realității socioculturale și elaborarea metodologiei proprii de cercetare;
- analiza rolului, locului și a funcțiilor presei locale în sistemul mediatic contemporan;
- studierea tendințelor contemporane de dezvoltare a presei locale în Republica Moldova;
- cercetarea reperelor funcționale ale presei locale autohtone;
- analiza subiectului prioritar de reflectare a presei locale și a potențialului ei de valorificare a realității socioculturale de nivel local;
- studierea aspectelor structurale și compoziționale ale publicațiilor periodice locale;
- analiza discursului sociocultural al presei locale;
- cercetarea produselor mediatice locale din perspectiva formelor lor de expresie;
- elaborarea recomandărilor practice în vederea eficientizării activității presei locale.

**Noutatea și originalitatea științifică.** Noutatea științifică a lucrării constă în elucidarea specificității activității publicațiilor periodice locale din sistemul mass-mediei din Republica Moldova, precum și în identificarea tendințelor de dezvoltare, a principiilor ei funcționale în procesul de reflectare a realității socioculturale de nivel local. Noutatea și originalitatea științifică rezidă în abordarea următoarelor aspecte:

- specificității presei locale în sistemul mediatic contemporan;
- problematica și subiectul prioritar de reflectare al ziarelor locale;

- cadrul de dezvoltare a presei locale în Republica Moldova pe segmentul diacronic propus;

- reperele funcționale ale presei locale;

- procesul de creație și tendințele de valorificare a realității socioculturale;

- discursul sociocultural al presei locale;

- tipurile de produse mediatice puse în circuit prin intermediul ziarelor locale, în vederea acoperirii subiectelor de interes major pentru comunitate.

Cât privește noutatea, lucrarea abordează pentru prima dată, conceptual și metodologic, cercetarea unei probleme importante, orientate, în primul rând, spre introducerea în circuitul științific a informațiilor care oferă posibilitatea conceptualizării locului și rolului presei locale în reflectarea realității socioculturale. Originalitatea constă în conturarea tabloului general a ceea ce, reprezintă actualmente, presa locală – instrument de construire a imaginilor mediatice despre realitatea socioculturală locală, precum și un mijloc operativ de diseminare, la nivel local, dar și național, a informației socioculturale.

**Problema științifică importantă soluționată** vizează elucidarea locului și rolului presei locale în contextul sistemului mass-mediei contemporan; etalarea reperelor funcționale ale presei locale în procesul de reflectare a realității de nivel local; elucidarea specificului produsului mediatice pus în circuitul informațional prin intermediul presei locale autohtone; demonstrarea identității discursului sociocultural al presei tipărite locale din Republica Moldova. Problema științifică soluționată a fost abordată prin prisma schimbărilor social-politice și economice, care s-au produs la sfârșitul secolului trecut - începutul secolului prezent și care au generat modificarea caracterului, rolului și a funcțiilor jurnalismului local ca activitate mediatice, fapt ce *a condus la clarificarea* pentru teoreticienii și practicienii din domeniul mass-mediei a principiilor de activitate a presei locale, a opțiunilor și a tendințelor ei de valorificare a realității socioculturale, *în vederea eficientizării* procesului de creație, funcționalității și discursivității presei locale prin implementarea rezultatelor cercetării realizate în cadrul acestui studiu.

Amploarea subiectului cercetat necesită o dezbateră științifică multidimensională, studiul de față venind să contribuie, cu propria abordare, la stabilirea locului și a specificității presei locale în sistemul mediatice actual.

**Rezultatele științifice principial noi înaintate spre susținere** constau în:

- evaluarea locului, rolului și a funcțiilor presei locale în contextul mediatice contemporan;

- sistematizarea etapelor și identificarea tendințelor de dezvoltare a publicațiilor periodice locale în perioada de după anii '90 ai secolului trecut;

- determinarea principiilor conceptuale și funcționale ale presei locale;

- argumentarea implicațiilor ziarelor locale în construcția mediatică a realității socioculturale de nivel local;
- evidențierea și evaluarea opțiunilor și tendințelor socioculturale ale presei locale;
- evaluarea discursului sociocultural al publicațiilor periodice locale;
- determinarea tipurilor de produse mediatice prin intermediul cărora este valorificată realitatea socioculturală;
- elucidarea instrumentelor de eficientizare a activității presei locale de reflectare a realității socioculturale.

**Importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării.** Semnificația teoretică a lucrării rezidă în crearea unui cadru teoretic de analiză a presei locale din Republica Moldova din perspectiva activității ei de mediatizare a realității socioculturale, a caracterului ei funcțional și a rolului ei în procesele comunicaționale ale unor comunități. Valoarea aplicativă a studiului constă în rezultatele cercetărilor asupra opțiunilor și tendințelor presei locale de reflectare a realității socioculturale, precum și în materialele empirice din studiu, care pot servi drept bază metodologică pentru elaborarea politicilor editoriale ale publicațiilor periodice locale și pentru corectarea procesului de creație, în vederea eficientizării activității acestui segment de presă.

Valoarea teoretică și aplicativă a lucrării este de natură științifico-didactică și practică propriu-zisă. Sub aspect teoretic, studiul poate servi în calitate de punct de reper pentru elaborarea unor studii științifice noi în domeniul jurnalismului local, în general, și al presei locale, în particular. Sub aspect didactic, ea ar putea contribui la perfecționarea unor manuale, la predarea cursurilor universitare, precum și la conceperea și elaborarea unor cursuri academice noi. Sub aspect practic, concluziile și recomandările pot fi aplicate în calitate de suport concepțional pentru identificarea soluțiilor de eficientizare și de amplificare a impactului jurnalismului local în socializarea și culturalizarea maselor. De asemenea, rezultatele obținute pot servi drept bază pentru elaborarea de către ziarele din teritoriu a strategiilor și a tehnicilor de abordare a realității socioculturale bazate pe principii noi.

**Aprobarea rezultatelor științifice.** Rezultatele obținute în urma cercetărilor efectuate, concepțiile de bază ale tezei, concluziile și recomandările cu referire la presa locală și potențialul ei de reflectare a realității socioculturale au fost valorificate și expuse în 11 articole științifice care au fost publicate în mai multe culegeri de articole și reviste de specialitate cu caracter național și internațional. Tezele cuprinse în disertație au fost prezentate și discutate în cadrul mai multor conferințe și simpozioane științifice naționale și internaționale.

**Volumul și structura tezei** include: adnotare în limbile română, engleză și rusă, lista abrevierilor folosite în lucrare, introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări,

bibliografie și anexe. Lucrarea cuprinde 157 de pagini text de bază, inclusiv șapte tabele și nouă anexe. Bibliografia conține 180 de surse.

În compartimentul *Introducere* este abordată actualitatea și importanța temei prin evidențierea conceptelor ei oportune. Sunt descrise scopul și obiectivele tezei, noutatea științifică a rezultatelor obținute, importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării, precum, aprobarea rezultatelor cercetării științifice.

Primul capitol *Fundamente teoretice și metodologice de cercetare a presei locale* trasează analiza spațio-temporală a discursului istoriografic cu referire la specificitatea presei locale ca activitate cu identitate distinctă în sistemul mediatic contemporan. În acest sens, se fac referințe la presa locală ca obiect de cercetare în studiile naționale și internaționale, precum și la metodologia cercetării obiectului de studiu al tezei. Capitolul cuprinde abordările teoretico-conceptuale ale presei locale ca element al sistemului mass-mediei, importanța ei în plan regional și național. Totodată, este identificată specificitatea presei locale în contextul mediatic contemporan, obiectivele, funcțiile, rolurile, caracteristicile și particularitățile ei ca activitate de reflectare și de modelare a realității, de socializare și de culturalizare a indivizilor, în particular, și a comunităților, grupurilor, categoriilor sociale, în general. Tot aici a fost elaborată și argumentată metodologia proprie de cercetare a presei locale.

Capitolul al doilea *Presa locală din Republica Moldova: condiții de afirmare și repere funcționale* include analiza cadrului de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova pe segmentul diacronic propus și a reperelor ei funcționale, importantă pentru determinarea mecanismelor și a proceselor prin care jurnalismul se implică în reflectarea realității socioculturale a unor comunități. Totodată, sunt cercetate opțiunile de creație și subiectul prioritar de reflectare a presei locale, precum și activitățile ei de mediatizare în scopul socializării și culturalizării populației dintr-un anumit teritoriu.

Al treilea capitol *Discursul sociocultural al presei locale din Republica Moldova: abordări practice* tratează produsul mediatic din presa locală, menit să contribuie la socializarea și culturalizarea cetățenilor din mediul rural. Capitolul în cauză este unul aplicativ, cuprinzând două mari subdiviziuni relevante: 1) analiza structurii și a compoziției arhitecturale a publicațiilor periodice locale și 2) analiza produsului mediatic pus în circuit prin intermediul presei locale în vederea reflectării realității socioculturale de nivel local. De asemenea, este examinat discursul sociocultural al presei locale și formele de expresie prin care el se materializează.

Ultimul compartiment cuprinde concluziile generale și recomandările ce au rezultat din studiul efectuat asupra specificității presei locale din Republica Moldova.

## **1. FUNDAMENTE TEORETICE ȘI METODOLOGICE DE CERCETARE A PRESEI LOCALE**

Fundamentarea teoretică a problemei investigate impune valorificarea atât a studiilor care abordează în mod direct presa locală, cât și a celor care scot în evidență activitatea funcțională a mass-mediei, în general. Or, anume lucrările respective au pus în aplicare cele mai diverse metode științifice care au asigurat cercetarea în baza unor noi principii a fenomenului mediatic contemporan, la care se referă și obiectul nostru de cercetare – presa locală. Pentru prezentul studiu, acestea au constituit baza teoretico-metodologică pe care s-a axat argumentarea locului, rolului și identității acestui segment de presă în sistemul mediatic contemporan, precum și cercetarea opțiunilor și tendințelor socioculturale ale presei locale autohtone. Respectivul demers științific este important pentru înțelegerea condițiilor de afirmare, a principiilor de funcționare, precum și a menirii sociale a presei locale, concepută ca element cu identitate distinctă în sistemul mediatic.

### **1. 1. Presa locală – element al sistemului mass-mediei: studiu istoriografic**

Publicațiile periodice locale, a căror specificitate rezidă în faptul că valorifică un cadru informațional limitat din punct de vedere spațial, are un loc aparte în sistemul mediatic. Acest lucru se datorează faptului că acestea reflectă preponderent realitatea locală și că sunt distribuite pe un spațiu restrâns, de obicei, echivalent cu teritoriul unei unități administrativ-teritoriale, în cel mai bun caz – cu teritoriul a două, cel mult a trei unități administrativ-teritoriale.

La începuturile comunicării mediatice, ziarele, în lipsa altor modalități mediatice de informare, erau singurele instituții care asigurau circuitul informațional în societate. Datorită acestui fapt, informația din ziare era asimilată integral, având efecte considerabile asupra consumatorului de produse mediatice. Totodată, ziarele erau preferate și pentru faptul că își alegeau știrile în funcție de propria clientelă și făceau comentarii în funcție de așteptările cititorilor fideli și de nevoile grupurilor sociale ale căror interese le reprezentau. Astfel politica lor editorială era concepută de pe pozițiile necesităților informaționale ale acestora. Odată cu apariția radioului, a televiziunii, iar mai târziu și a jurnalismului online, presa, în general, și cea locală, în particular, și-a pierdut statutul de monopolist în procesul de informare în masă. Dezvoltarea industrială, dezvoltarea tehnologiilor informaționale și, concomitent, concurența din cadrul mass-mediei (cu presa națională, dar îndeosebi, cu instituțiile audiovizuale și online) provoacă schimbări radicale în sistemul mass-mediei [63, pp. 164-165].



Pentru a face față concurenței crescânde din partea audiovizualului și pentru a se menține pe piața informațională, presa tipărită a fost nevoită să-și revizuiască modalitățile de activitate. Reconceptualizarea presei tipărite a generat fenomenul descentralizării, fapt care a condus la „localizarea” acesteia, iar, în consecință, și la fortificarea poziției și chiar la extinderea influenței presei locale pe piața mediatică din perioada actuală. Tirajele ziarelor demonstrează foarte clar că ponderea publicațiilor periodice care au ca obiect de reflectare realitățile de nivel local a crescut semnificativ în ultima perioadă de timp. A crescut, de asemenea, și ponderea ziarelor cu ediții speciale care răspund nevoii de informare la nivelul raioanelor, orașelor și chiar al comunităților.

Presa locală, prin felul ei de a se implica în realitatea socioculturală de nivel local, prin forța sa de influență asupra conștiinței și comportamentelor umane, câștigă, actualmente, un teren tot mai amplu de afirmare. În prezent, ea este în plină ascensiune, se bucură de succes și ocupă un loc deosebit în viața oamenilor, deoarece este singura în stare să reflecte plener realitatea autohtonă de dincolo de capitala țării. Presa locală este un instrument foarte operativ și eficient de reflectare a realității locale, un promotor puternic de idei, care mediază și modelează această realitate și care, grație acestor proprietăți, creează anumite stări de spirit în comunitate, formează atitudini și opinii publice, motivează indivizii sociali să-și ordoneze și să-și desfășoare activitățile lor de zi cu zi. De asemenea, ea este un mijloc eficient de valorificare a vieții publice, a acțiunilor factorilor de decizie și a funcționarilor publici de nivel local, a atitudinii lor față de atribuțiile de funcție care le revin, și de eficientizare a muncii lor etc. Totodată, presa locală este și puntea de legătură dintre realitatea de nivel local și cea de ordin național, între oamenii simpli și demnitari. Monitorizând aceste interacțiuni și relații, presa locală pune în circuitul informațional național imagini mediatice care completează tabloul integral al unei societăți [63, pp. 164-165].

Presa locală autohtonă reflectă cel mai frecvent problemele concrete cu care se confruntă cetățenii simpli în mediile lor naturale. Ea valorifică „viața omului simplu, îi analizează problemele cu care se confruntă și chiar îi oferă soluții de depășire a acestora [64, p. 28], pentru că cetățenii își doresc ca problemele cu care se confruntă zi de zi să fie discutate, dezbătute de întreaga societate, să intre în vizorul autorităților, iar acestea, la rândul lor, să și le asume și să se implice în soluționarea lor. Astfel, presa locală pune în circuitul informațional materiale despre viața nemijlocită a comunităților, despre oamenii ei concreți și despre problemele reale din aceste medii, căci consumatorii de produse mediatice sunt interesați, mai întâi de toate, de ceea ce se întâmplă în proximitatea lor imediată. Ea este unica în măsură să ofere suficiente informații publicului-țintă, pentru a-l ajuta să se orienteze în realitatea în care se află, să-și satisfacă interesele și necesitățile și să-și rezolve problemele de ordin informativ cu care se confruntă. Publicațiile periodice locale abordează probleme de nivel local, chiar restrâns, vizând nevoile și

interesele omului concret, iar practica demonstrează că anume aceasta este tendința cererii pe piața informațională la etapa actuală. Din aceste considerente, presa locală tinde să fie actualmente, dacă nu nouă în totalitate, cel puțin mai modernizată, cu o altă concepție și cu alte perspective în ceea ce privește informarea și situarea pe piața mediatică, apropiindu-se de statutul ziarelor naționale, în care găsești orice, pentru toate necesitățile, la scară tot mai mare (număr sporit de pagini și suplimente incluse în ediția principală, pe teme cele mai semnificative - politică, sport, economie, finanțe, publicitate etc.).

Aportul mass-mediei, în general, și al presei locale, în particular, la democratizarea societăților și la modelarea realităților social-politice, economice și culturale, contribuția ei la construirea imaginii diferitor grupuri sociale sau comunități și la schimbarea destinelor umane este pe cale să obțină, confirmare științifică, în întreaga lume. Autorii studiului *A ști pentru a trăi*, susțin că experiența a arătat deja că doar prin reflectarea consecventă a realității și prin completarea permanentă a fluxului mediatic cu informații noi, din surse în care oamenii au încredere, mass-media poate reuși cu adevărat să pună noile cunoștințe (...) la îndemâna tuturor familiilor și comunităților [1, p. 98.] și să le schimbe în bine destinele.

Paradigma cercetării, la fel ca elementele asupra cărora a fost focalizată cercetarea, ne orientează spre o digresiune problematică a discursului istoriografic, astfel devenind posibilă o înțelegere mai precisă și mai clară a investigațiilor care au abordat acest segment tematico-mediatic. Ținem să menționăm din start lipsa unor lucrări de specialitate referitoare la presa locală ca element mediatic cu identitate distinctă, la rolul și funcțiile ei în societate, la aspectele ei conceptuale și funcționale, la subiectul ei de reflectare, precum și la specificitatea discursului ei sociocultural. Numărul redus de lucrări consacrate presei locale ne-a determinat să utilizăm ca suport teoretic pentru cercetarea noastră și lucrările care au luat în discuție reperele teoretico-metodologice ale jurnalismului, în general, și care conțin informații utile pentru cercetarea de față. Ne referim la studiile semnate de:

- C.-J.Bertrand *O introducere în presa scrisă și vorbită* [7]; N.Bakenhus *Radioul Local. Ghid practic pentru jurnaliști* [4]; A.Yves *Introducere în jurnalism* [70]; lucrarea colectivă *Manual pentru ziaștii din Europa Centrală și de Est* [37]; *Presa scrisă. O introducere critică*, coordonator R.Keeble [45]; J.J.Cuilenbur *Știința comunicării* [11] ș. a. – savanți din Occident.

- Т.И.Фролова – *Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге (Rolul jurnalismului social în dialogul social)* [112]; А.Крушинский *Не упустить уникальный шанс (Să nu ratăm unica șansă)* [97]; М.Ким *Журналистика. Методология журналистского творчества (Jurnalismul. Metodologia creației jurnalistice)* [93] ș. a. – cercetători din Rusia.

- D.Popa *Mass media – sistem și proces* [145]; M.Coman *Introducere în sistemul mass-media* [9]; M.Cernat *Conceperea și elaborarea ziarului* [8]; F.Ioncioaia *Introducere în presa scrisă* [31]; *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, coord. M.Coman [36]; A.Păunescu *Jurnalism tematic. Jurnalistul, jurnalismul, publicația, tipuri de presă* [42] ș. a. – oameni de știință din România.

- C.Marin *Mass-media* [38]; G.Stepanov *Introducere în studiul jurnalismului* [62], *Potențialul informațional al presei din Republica Moldova* [61], *Jurnalismul social: aspecte definitorii* [60]; D.Coval *Problematika presei scrise* [10]; L.Malcoci *Mass-media și opinia publică în societatea de tranziție: interferențe* [35]; Gh.Gorincioi *Sistemul mass-media în Republica Moldova* [23] ș.a. – cercetători din Moldova.

Menționăm că aceste lucrări, deși au un caracter generalist, conțin și informații despre presa tipărită, inclusiv cea locală. Importanța lor pentru prezentul studiu rezidă în faptul că au identificat locul și rolul presei în contextul sistemului contemporan al mass-mediei și au proiectat cadrul de cercetare al presei locale, în raport cu presa națională și cu celelalte elemente mediaticе. În același scop, au fost utilizate și studiile: *Research into differences between local and national newspapers (Analiza diferențelor dintre ziarele locale și cele naționale)* [167]; *Local versus national papers (Presa locală versus ziarele naționale)* [162]; *Types of print media (Tipuri de media imprimată)* [174]; *Why are the regional newspapers different from the national newspapers?(De ce ziarele regionale sunt diferite de cele naționale?)* [177]; *Watchdog or lapdog? Media Freedom, Regime Type and Government Respect for Human Rights (Câinele de pază sau cățelușul? Libertatea presei, tipul de regim guvernamental și respectarea Drepturilor Omului)* [175]; *Newspapers play a valuable role in communities (Presa joacă un rol important în comunități)* [164] etc.

Pentru identificarea specificității funcționale și a identității conceptuale a presei locale din Republica Moldova am studiat și un șir de lucrări ale cercetărilor internaționale care au avut ca obiect de cercetare presa locală din diferite țări ale lumii, dintre care cele mai relevante sunt: *Local Press (Presa locală)* [161]; *Local news (Știri locale)* [158]; *The UK's local print press is still declining (Presa scrisă locală din Marea Britanie este încă în declin)* [172]; *How people learn about their local community. The role of newspapers (Modul în care oamenii învață despre comunitatea lor locală. Rolul ziarelor)* [157]; *Are local newspapers necessary? (Sunt ziarele locale necesare?)* [153]; *What qualities should a local newspaper have? (Ce calități ar trebui să aibă un ziar local?)* [176]; *Tindle's still a Ray of hope for local press (Tindle – o rază de speranță pentru presa locală)* [173]; *Why the local media is important (De ce media locală este importantă)* [180]; *Ten reasons why local newspapers are important (Zece motive pentru care*

ziarele locale sunt importante) [170]; *The power of regional and community newspaper media (Puterea presei regionale și a ziarelor comunitare)* [171]; *Why does local matter?(De ce contează noutatea locală?)* [178]; *Differences of Community Newspapers Goals and Functions (Diferențe dintre ziarele comunitare: obiective și funcții)* [155]; *Why local newspapers are the basis of Democracy (De ce ziarele locale sunt baza democrației)* [179]; *Local news crisis (Criza știrilor locale)* [158].

În această categorie se include și lucrarea semnată de cercetătorul A.Hobbs *Reading the local paper: Social and cultural functions of the local press in Preston (Citind ziarul local: funcțiile sociale și culturale ale presei locale din Preston)* [156], care a pus în circuit informații valoroase privind locul și rolul presei locale în sistemul mass-mediei din Marea Britanie. Analizând modul cum funcționează presa locală din orașul Preston – centru administrativ al regiunii Lancashire, gradul ei de credibilitate, impactul și efectele ei asupra indivizilor și asupra comunității, autorul ajunge la concluzia că acest segment de presă este de o utilitate și de un interes major pentru cititorii săi, pentru că abordează, prioritar, realitatea socioculturală din regiune. Autorul demonstrează că funcțiile de bază ale presei locale sunt cea de socializare și de culturalizare. Această idee ce a constituit una dintre ipotezele de lucru ale prezentului studiu, a orientat cercetările realizate ulterior în vederea confirmării sau infirmării acesteia.

Lucrarea *Media Decentralization: The case of Israel's Local Newspapers (Descentralizarea mass-mediei. Cazul ziarelor locale din Israel)*, semnată de D.Kaspi [123], propune o viziune de ansamblu asupra presei locale din Israel, acest segment de presă fiind cercetat prin prisma fenomenului de descentralizare a mass-mediei, fapt care îl ajută pe autor să identifice metamorfozele prin care trece la moment presa locală israeliană, să elucideze factorii care au catalizat acest fenomen, efectele descentralizării presei și impactul acesteia asupra presei locale. Autorul conchide că descentralizarea este un fenomen obiectiv care s-a produs, de altfel, și ca urmare a diminuării interesului cititorilor față de realitatea internațională și națională și a concentrării atenției acestora asupra imaginilor mediatice vizând realitatea lor apropiată. Totodată, D.Kaspi analizează oportunitățile procesului de descentralizare, precum și riscurile pe care le induce presei locale. Importanța studiului la care ne referim constă în faptul că acesta oferă date privind tendințele de dezvoltare a presei locale, beneficiile de moment și proiectează perspectivele evolutive ale presei locale în contextul sistemului actual al mass-mediei.

O valoare deosebită pentru studiul nostru a avut-o și lucrarea *Japan's Local Newspaper. Chihoschi and Revitalization Journalism (Presa locală din Japonia. Chihoschi și revitalizarea jurnalismului)* de A.S.Rausch [127], care reprezintă o imagine de ansamblu a presei locale din Japonia. Analizând presa locală din punct de vedere cantitativ, dar, mai cu seamă, sub aspect

calitativ, autorul ajunge la concluzia că, pentru a se menține pe piața informațională, pentru a-și fortifica pozițiile și, mai important, pentru a-și spori efectele asupra indivizilor sociali, presa locală trebuie să se axeze, prioritar, pe realitatea socioculturală, să fie alături de omul de rând, de nevoile sale, atât personale, cât și comunitare, să-l informeze corect, astfel încât să asigure integrarea și implicarea acestuia în activități de ordin local. Concluziile referitoare la obiectivele de bază pe care trebuie să le îndeplinească publicațiile periodice locale, la care a ajuns A.S.Rausch, ne-au fost de un real folos pentru elucidarea obiectivelor la care ar trebui să aspire presa locală din Republica Moldova.

Important, considerăm, este și studiul *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media* (*Jurnalismul local. Declinul ziarelor și creșterea mass-mediei digitale*), autor K.N.Rasmus [126], cercetător la Institutul Reuters de Jurnalism, de la Universitatea Oxford, care a pus în circuit informații referitoare la situația presei tipărite în era digitală. Analiza contextului în care funcționează actualmente presa tipărită, realizată de acest autor, ne-a servit drept bază pentru identificarea condițiilor în care activează în prezent presa locală autohtonă și pentru determinarea cadrului și a modului în care se produce convergența mediatică în sistemul mass-mediei.

O importanță semnificativă pentru cercetarea noastră o are și studiul *La presse regionale et locale* (*Presa regională și locală*) [130], semnat de savantul francez L.Guery ce reprezintă o cercetare complexă a presei locale, în care specificitatea acesteia este abordată prin prisma funcțiilor și rolurilor pe care le îndeplinește ea la nivel de comunitate sau regiune, precum și prin tipurile de servicii pe care le prestează și de activități mediatică pe care le desfășoară.

Ținem să menționăm și lucrarea *What news?: the market, politics, and the local press* (*Ce sunt noutățile?: piață, politică și presă locală*), semnată de B.Franklin și D.Murphy [122], care studiază modul de funcționare a instituțiilor de presă de tip local, strategiile de marketing pe care le aplică ele și relația acestora cu politicul care, în opinia autorului, se deosebește radical de relațiile pe care le stabilește presa națională și internațională cu acest domeniu.

Pentru elucidarea specificității presei locale, am utilizat mai multe rapoarte internaționale și naționale. De o importanță majoră pentru studiul nostru a fost raportul intitulat *O presă liberă și responsabilă*, publicat în 1947, în SUA, de către Comisia libertății presei – Commission on Freedom of Press și valorificat de către americanii F.Siebert, Th.Peterson și W.Schramm în studiul *Patru teorii ale presei* [106]. În raport se menționează că, pentru a se menține pe piață, presa trebuie să se responsabilizeze, să-și revadă activitatea și s-o conceapă pe principii noi. Pentru aceasta ea trebuie să întreprindă următorii pași: să relateze veridic, inteligent și coerent evenimentele, conferindu-le o anumită semnificație; să constituie un forum pentru comentarii și

discuții critice; să reflecte proporțional diversele grupuri care formează societatea; să prezinte cerințele și valorile pe care le are societatea, asigurând explicitarea acestora; să asigure accesul deplin al publicului la informațiile curente. Informația din acest raport a fost de mare folos în procesul de cercetare a principiilor funcționale ale presei locale și a criteriilor de evaluare a performanței activității jurnaliștilor. Iar informațiile din raport cu referire la interdependența mass-mediei, pe de o parte, cu autoritățile, iar, pe de alta, cu publicul, au fost utile pentru elucidarea relațiilor pe care presa locală le stabilește cu alți actori ai mediului sociocultural în care ea activează, inclusiv cu publicul și cu autoritățile locale. Principiul relațiilor de egalitate și de parteneriat între mass-media și publicul său constituie conceptul-cheie al acestui raport.

Ținem să menționăm încă două rapoarte: *Number of Americans who read print newspapers continue decline (Numărul americanilor care citesc ziarele este în declin)* [165] și *72% of Americans follows local news closely (72% dintre americani urmăresc îndeaproape știrile locale)* [168], întocmite în baza rezultatelor unor sondaje sociologice de amploare realizate de Centrul de Cercetări Media din SUA. Scopul autorilor, în primul caz, a fost să identifice situația presei tipărite în contextul celorlalte mijloace de informare în masă, iar, în cel de-al doilea caz, să determine gradul de popularitate și de credibilitate al presei locale. Cercetările au scos în evidență faptul că atitudinea consumatorului de produse media față de diferite tipuri, segmente ale presei tipărite ca prima sursă de informare este una foarte diferită. Or, dacă rezultatele primului raport demonstrează foarte clar declinul presei tipărite (în special al celei naționale) – numărul americanilor care apelează la presa tipărită pentru a se informa este în plină descreștere, rezultatele celui de-al doilea studiu demonstrează contrariul – numărul americanilor care apelează la presa tipărită locală pentru a se informa este în plină creștere. Aceste rezultate demonstrează, o dată în plus, că presa locală, deși este parte a presei tipărite, reprezintă un element cu identitate distinctă care își are locul și rolul său distinct în sistemul mass-mediei. Mai mult, rezultatele obținute în urma acestor sondaje constituie un argument în plus în favoarea ipotezei noastre, precum că presa locală actualmente este solicitată și înregistrează tiraje sporite, grație faptului că este orientată pe dimensiunea socioculturală a activității umane.

Pentru cercetarea în cauză au fost utilizate și alte lucrări științifice consacrate nemijlocit presei locale, precum este studiul *Ziarul local*, semnat de J.Lauterer [33], care reprezintă un studiu complex referitor la principiile conceptuale și funcționale ale unui ziar local, dar și la modul în care trebuie să fie valorificată realitatea într-o publicație periodică locală. J.Lauterer definește ziarul local drept *publicație distribuită în mai puțin de 50 de mii de exemplare, care se axează prioritar pe știrile locale, pe articolele de tip feature, pe publicitatea cu caracter local și este destinată oamenilor care locuiesc în același spațiu geografic*. Este vizibil faptul că, pentru

conceptualizarea presei locale, cercetătorul pune în corelație trei aspecte conceptuale importante: tirajul, diapazonul tematic și arealul de distribuire al publicației periodice, pe care el le consideră fundamentale pentru identificarea ziarului local în contextul mediatic contemporan. Nu putem fi însă întru totul de acord cu această definiție, întrucât, considerăm noi, tirajul ziarului nu poate fi un indiciu al algoritmului de cercetare a presei locale, deoarece el variază de la țară la țară, de la regiune la regiune. Tirajul poate fi un indice al ponderii ziarului pe piața mediatică, al utilității și credibilității lui sau al interesului publicului, dar nu și al arealului de distribuire a publicațiilor periodice. Importantă este și ideea autorului, conform căreia reporterii, redactorii și fotografiile de la un ziar local „sunt jurnaliști, dar și cetățeni, implicați afectiv în activitățile pentru îmbunătățirea condițiilor sociale, în viața civică a orașelor lor, membri activi ai comunității despre care scriu” [33, p. 21], ceea ce impune abordarea personalizată a realității și în care rezidă, de fapt, specificul activității jurnalistice în presa locală.

Studiul colectiv, coordonat de Я.Засурский, *Рабочая книга редактора районной газеты* (*Cartea de lucru a redactorului ziarului raional*) [103] prezintă interes, întrucât a pus în circuit informații privind problematica și diapazonul tematic al ziarului local, structura și prezentarea grafică a acestuia, principiile de organizare a activității jurnaliștilor și a producției jurnalistice etc. În pofida faptului că a fost publicat în anul 1988, studiul în cauză este actual și în prezent. Aceasta se datorează faptului că autorii au abordat presa locală, întâi de toate, din punct de vedere funcțional și mai apoi conceptual sau ideologic, iar principiile de activitate ale presei locale contemporane nu s-au modificat semnificativ în acest răstimp. Modificări fundamentale au suportat principiile de conceptualizare a presei locale, obiectivele și funcțiile ei, principiile de abordare și de mediatizare a realității, precum și cele de producere. Importanța studiului rezidă și în faptul că acesta pune în valoare relația ziar local – public-țintă. Autorii tratează auditoriul presei locale drept un actor cu drepturi depline al actului comunicațional, sugerând că el trebuie atras și implicat în procesul de creație. Or, anume oamenii simpli cunosc cel mai bine problemele care frământă comunitatea. Ei pot și trebuie să devină surse valoroase de idei, precum și participanți activi la dezbaterile publice organizate la nivel local.

O altă lucrare colectivă care a părut în același an (1988) și care merită să fie menționată în acest context este *Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества* (*Presa orășenească și raională în contextul unei noi etape a restructurării și a luptei în vederea urgentării dezvoltării social-economice a societății*) [86]. Importanța lucrării se desprinde din faptul că autorii au încercat să abordeze presa locală dintr-o perspectivă relativ nouă, în contextul evenimentelor și proceselor generate de „perestroika” lui M.Горбачев, punând în valoare noi obiective pentru ziarele

raionale și orășenești, unele dintre care au devenit scopuri propriu-zise, actuale și în prezent. Lucrarea este constituită din articole semnate atât de cercetători ruși: Г.Жирков, Г.Мельник, А.Андреева, С.Корконосенко, Э.Худякова, cât și de oameni de știință din Republica Moldova: M.Guzun, C.Marin, I.Zatușevskaya, D.Coval, I.Mocreac, V.Clobuțkii etc., care au abordat problemele funcționării pe principii noi a presei locale și obiectivele pe care urmează să le realizeze în scopul extinderii influenței acesteia asupra auditoriului și fortificării poziției pe piața informațională. În lucrare au fost incluse, de asemenea și unele articole semnate de jurnaliști din presa locală (A.Curcudel, T.Iascenco, B.Todirel, F.Nagacevskii, T.Rotaru, A.Margarint ș.a.), fapt care a adus un plus de valoare acesteia, deoarece practicienii au abordat subiectul din interior, relatând despre problemele cu care se confruntă presa locală și modalitățile de depășire a lor.

Studiul semnat de М.Эйсмонт *Газета малых городов (Ziarele orașelor mici)* [115] este o lucrare relativ recentă dedicată presei locale, care analizează realizările, dar și eșecurile presei locale din Rusia de după '90 încoace. Autoarea subliniază că, deși presa locală cedează sub aspectul calității în fața celei naționale, interesul pentru acest gen de publicații periodice este în plină ascensiune, datorită, întâi de toate, faptului că ele au reușit să-și adapteze mesajul la nevoile informaționale și la așteptările publicului lor. Apoi, pentru că au putut să stabilească relații constructive cu cititorii lor, aceștia au devenit adevărate surse de informare pentru ziare, precum și critici exigenți ai realității mediatizate. Scrisorile în adresa redacției și comentariile semnate de cititori demonstrează clar eficiența strategiei de parteneriat între ziarul local și comunitate. Alte aspecte pe care le abordează autoarea se referă la principiile de funcționare și la obiectivele publicațiilor periodice locale private și ale celor de stat; la locul și rolul presei locale pe piața informațională contemporană; la relațiile: presă locală – putere locală, presă locală – societate, presă locală – auditoriu.

Pentru realizarea studiului în cauză au fost valorificate și lucrările referitoare la presa locală, semnate de către membrii organizației obștești *Asociația Presei Independente: Publicitatea în ziarele API: imagine bună – reușită în afaceri* [46], *API la 2 ani de activitate* [3], *Evoluția presei locale din Moldova în perioada 1990–2010* [17]. Deși lucrările respective, per ansamblu, nu au un caracter strict științific, cercetările din cadrul acestora au fost realizate conform unor metodologii bine puse la punct, fapt care ne-a permis să le folosim pentru identificarea cadrului de dezvoltare a presei locale autohtone și a mecanismului de prestare a serviciilor publicitare de către ziarele locale prin intermediul Departamentului *Publicitate API*; pentru determinarea activităților extraredacționale, în care sunt implicate publicațiile periodice locale și a relațiilor care există între diferite ziare locale; pentru evaluarea paginii-supliment *Activ* care, cu același conținut al unei ediții, apare în majoritatea publicațiilor periodice locale



generaliste, asigurând, astfel, circuitul informațional intramediatic pe orizontală și contactul între publicațiile periodice locale etc. Deși puține la număr, aceste lucrări sunt importante și prezintă interes sub aspect conceptual, grație faptului că obiectul lor de cercetare este presa locală.

În studiul de față, de asemenea, am valorificat o serie de rapoarte cu privire la mass-media locală, realizate de diferite fundații și organizații neguvernamentale [20, 47, 146, 148]. De un real folos ne-au fost rapoartele anuale ale ONG-ului *Asociația Presei Independente* pentru anii 2008, 2009 și 2011-2014. Ele ne-au servit pentru identificarea condițiilor în care au apărut publicațiile periodice locale private, pentru a urmări evoluția acestora, și modalitățile de instruire continuă și de formare profesională a diferitor categorii de angajați ai instituțiilor locale ale mass-mediei și din alte domenii conexe. Rezultatele monitorizărilor activității instituțiilor de presă din teritoriu, incluse în rapoartele anuale, demonstrează cert că subiectul prioritar de reflectare al acestora este realitatea din teritoriu, iar, grație acestui fapt, starea presei locale este constantă și chiar în plină ascensiune. Luând în calcul aceste rezultate (care se regăsesc în toate rapoartele anuale), API își concepe și își orientează activitățile spre fortificarea abilităților jurnaliștilor din presa locală de a aborda cât mai profesionist această dimensiune de interes major pentru publicul cititor. Drept argument ne pot servi cele 66 de activități de instruire tematică și de formare profesională a jurnaliștilor și a angajaților din domeniile conexe, organizate de API pe parcursul anului 2014, la care au participat 1 700 de colaboratori. Cele 66 de activități, printre care: mese rotunde, dezbateri, ateliere, cluburi de presă, traininguri, conferințe, vizite de lucru, schimburi de experiențe etc., au avut în vizor următoarea problematică:

- rolul mass-mediei în reflectarea participării femeilor în viața publică;
- implicarea societății civile în promovarea integrității în serviciul public;
- posibilități de sporire a mediatizării procesului de dezvoltare regională;
- monitorizarea implementării proiectelor de dezvoltare regională;
- respectarea drepturilor copilului în mass-media;
- drepturile omului în mass-media;
- reformele în domeniul mass-mediei;
- gestionarea afacerilor, standarde noi de contabilitate: particularități și metode de tranziție;
- avantajele procesului de integrare europeană – standarde europene (poloneze și estoniene) de activitate a presei locale.

Observăm că printre acestea, practic, nu se regăsesc direcții care să se încadrează în domeniul politic, fapt care confirmă, o dată în plus, opțiunile socioculturale ale presei locale.

Și *Barometrul Opiniei Publice din Republica Moldova* [5] a fost consultat în procesul de realizare a tezei de doctorat, însă doar pentru a vedea locul și rolul care-i revine în prezent presei tipărite în contextul celorlalte elemente ale sistemului mass-mediei din Republica Moldova și gradul ei de popularitate ca sursă de informare primară. Rezultatele acestuia însă nu vizează direct obiectul nostru de cercetare – presa locală, întrucât *Barometrul* nu face delimitare între presa tipărită națională și cea locală. Or, toate instituțiile de presă supuse evaluării în sondajele din barometru sunt de talie națională. Astfel, datele puse în circuit de acest studiu se referă la mass-media, în general, și la presa tipărită națională, în particular, fapt care face imposibilă raportarea acestora la segmentul de presă care ne interesează.

Elucidarea tendințelor de dezvoltare, identificarea opțiunilor socioculturale și conceptualizarea presei locale ca element cu identitate distinctă în sistemul mass-mediei, au fost posibile de realizat în acest studiu grație contribuției teoretico-științifice a cercetătorilor care au pus în valoare rolul mass-mediei în proiectarea și modelarea realității socioculturale a unei societăți. Construcția realității socioculturale la nivel local, dar și reflectarea acesteia în presa locală a constituit obiectul de cercetare al unei pleiade de investigatori, printre care: M.Molnar – *Repere ale dezvoltării umane și coeziunii sociale în România* [143]; D.Bodea – *Cultura integrității la români și falimentul capitalului social: încrederea* [133]; A.Charity – *Doing public journalism (Jurnalismul public)* [116]; M.Bernhardt-Lörinczi – *Toleranță, intoleranță, fanatism, educație* [132]; M.Бережная – *Алгоритмы освещения социальных проблем на телеэкране (Algoritme de reflectare a problemelor sociale la TV)* [78]; Т.З.Адамьянц – *Влияние современной социокультурной среды на физическое и духовное здоровье общества (Influența mediului sociocultural asupra sănătății fizice și spirituale a societății)* [72]; И.М.Дзялошинский – *Интегративные процессы в современных российских медиа-системах, или что происходит в российском информационном пространстве (Procesele de integrare în mass-media actuală sau ce se petrece în mediul informațional ruses)* [88]; В.Г.Жирков – *Журналистика. Общество. Ценности (Jurnalism. Societate. Valori)* [91]; П.Баутина – *Журналистика как средство конструирования социальных проблем (Jurnalistica ca mijloc de organizare a problemelor sociale)* [77]; С.Пîrvu – *Comunicare prin cultură. Dezbateri PR Week* [144]; Т.Спăтару – *Publicitatea socială în percepția managerilor mass-media* [51]; Т.Сocolov – *Capitalul social în contextul dezvoltării comunitare* [49]; L.Grosu – *Colaborarea cu mass-media în contextul moldovenesc al paradigmei relațiilor publice* [26]; A.Gribincea și N.Cantarean – *Presa și credința* [24]; G.Stepanov – *Funcții și disfuncții ale jurnalismului social* [58], *Implicațiile mass-media în sfera socială* [59], А.В.Тимуш – *Газета и*

мнение читателя: Социологическое исследование (Ziarul și opinia cititorului: Cercetare sociologică) [109].

Generalizând opiniile oamenilor de știință expuse pe marginea acestui subiect, constatăm că, indiferent de unghiul de abordare pe care îl aplică, ei recunosc interesul sporit al jurnaliștilor din presa locală pentru dimensiunea socioculturală a realității și importanța acesteia pentru ziarele de nivel local. În opinia lor, anume realitatea socioculturală, ce reprezintă stări de lucruri sau situații care afectează normele, valorile sau interesele unor grupuri sociale sau ale unor comunități, constituie obiectivul primar în strategia de activitate a presei locale. Tocmai din aceste considerente am valorificat și lucrări care au pus în circuit raționamente privind realitatea socioculturală. Cu referire la acest subiect, A. și M. Mattelart, în studiul *Theories of Communication. 4 Short Introductions (Teorii ale comunicării. Patru introduceri scurte)* [124], susțin ideea că mass-media, alături de memoria comunitară, cultura locală și societatea civilă, joacă un rol considerabil în construcția socială a realității, iar C.-J.Bertrand în lucrarea *O introducere în presa scrisă și vorbită* [7] afirmă că mass-media este veriga esențială a procesului de construire a realității. Între oamenii de știință care, de asemenea, au investigat acest subiect se numără: J.R.Searle – *Realitatea ca proiect social* [48]; Th.Beger și P.L.Luckmann – *Construirea socială a realității* [6]; A.-G.Tarța – *Communication in construction of social mediation of reality (Comunicarea în construcția realității social mediată)* [169]; C.Lucaci – *Mass-media și schimbarea socială: aspecte socio-politice, juridice și organizaționale ale instituționalizării purtătorului de cuvânt* [141]; I.Albulescu – *Educația și mass-media, comunicare și învățare în societatea informațională* [2] ș.a.

Aceste studii, de asemenea, au pus în circuit raționamente privind modul în care se manifestă presa locală în plan funcțional. Ideea de parteneriat între organizațiile media de nivel local și diverși actori ai mediului sociocultural, inclusiv simplii cetățeni, este susținută de o serie de cercetători care consideră că presa locală trebuie să-i unească pe oameni în procesul rezolvării diverselor probleme sociale. În plan funcțional, presa locală este foarte sensibilă la schimbările ce se produc în realitatea socioculturală din mediul în care ea activează, pentru că, pe de o parte, este influențată și deci suportă consecințele acestor schimbări, iar pe de altă parte, ea însăși influențează și modelează această realitate, uneori chiar generând schimbările în cauză. Prin urmare, putem vorbi de un statut dublu al presei locale în mediul în care ea activează. Cercetătorul D.Popa în lucrarea *Mass media – sistem și proces* [145] scoate în evidență statutul ambivalent al mijloacelor de informare în masă într-un mediu sociocultural, susținând că ele sunt în același timp și elemente constitutive ale unui anumit câmp sociocultural, dar și sisteme de conectare a indivizilor la câmpul respectiv.

Problema cadrului de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova a fost cercetată prin metoda observației directe, precum și în baza rapoartelor realizate de diferite ONG-uri din domeniul mediatic, dar și a unor lucrări cu caracter generalist care, fie și tangențial, ne-au oferit informații factologice și date statistice privind evoluția acestui segment de presă. Printre acestea se numără studiile: *Problematika presei scrise*, autor D.Coval [10]; *Potențialul informațional al presei din Republica Moldova*, autor G.Stepanov [61]; *Sistemul mass-media din Republica Moldova*, autor Gh.Gorincioi [23]; *Evoluția presei locale din Moldova în perioada 1990 – 2010*, realizat de API [17]; *Mass media din Republica Moldova 2004*, de V.Moraru și G.Stepanov [39].

Identificarea premiselor apariției și a cadrului de dezvoltare a presei locale autohtone a impus o incursiune în istoria recentă a jurnalismului din Republica Moldova, în perioada în care acesta a reflectat, dar și a catalizat modificările conceptuale și funcționale de ordin politic, economic, social, cultural etc., care s-au produs la sfârșitul anilor '80 - începutul anilor '90 în societatea moldovenească și care au condus la prăbușirea URSS și la declararea independenței Republicii Moldova. Or, în urma acestor schimbări s-a produs o modificare a rolului, funcțiilor, locului și tipologiei presei locale. Aceste informații au fost de un real folos în identificarea specificității activității presei locale moldovenești în perioada de după '90 încoace.

Independența conceptuală, funcțională și financiară a unei publicații periodice locale este unul dintre criteriile care asigură stabilitatea și dezvoltarea instituției ca afacere. Cercetătoarea din Ucraina Т.Репкова în studiul *Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе (Timpuri noi: Cum să concepi un ziar profesionist într-o societate democratică)* [104] promovează ideea că independența este un principiu fundamental al proceselor mediatică și că ziarul își consideră propria independență ca pe cel mai valoros activ comercial, redacțional și moral. Ziarul își menține propria independență printr-o atitudine profesională ireproșabilă, familiarizându-i cu principiile sale atât pe colaboratori, cât și pe fiecare dintre cititorii/clientii săi care se interesează de acestea. În cazul unor decizii profesionale de principiu, un ziar independent nu se va axa pe interesele economice sau politice înguste ale unor persoane fizice sau juridice, inclusiv nici pe ale sale.

Opțiunile socioculturale ale presei locale și percepțiile cititorilor vizând produsele jurnalistice care abordează realitatea socioculturală au fost expuse în mai multe lucrări semnate de G.Stepanov: *Cadrul evolutiv al cererii și ofertei presei scrise în Republica Moldova* [54], *Repere ale evoluției presei scrise din Republica Moldova* [52], *Acțiuni psihologice subversive în presa scrisă din Republica Moldova* [53], *Campania de presă – instrument de promovare a valorilor sociale* [56], *Cadrul legislativ al presei contemporane din Republica Moldova* [55], *Implicațiile mass-mediei în sfera socială* [59], *Funcții și disfuncții ale jurnalismului social* [58]

etc. Aceste lucrări au avut două mari axe de interes: presa tipărită și jurnalismul social. Articolele care au avut ca obiect de cercetare jurnalismul social au pus în circuit date statistice relevante privind fenomenul jurnalism social în contextul produselor mediatic generaliste, dinamica fenomenului jurnalism social în produsele mediatic specializate și au elucidat specificitatea jurnalismului social ca proces și ca produs în Republica Moldova. Iar lucrările care au abordat problematica presei tipărite în contextul mediatic contemporan au pus în circuit informații factologice privind starea actuală și dinamica acestui element mediatic, problemele cu care se confruntă și tendințele de dezvoltare a lui, precum și date statistice privind strategiile de mediatizare și practicile operaționale specifice.

Între toate lucrările semnate de G. Stepanov un loc aparte îi revine studiului *Jurnalismul social: aspecte definitorii* [60], care constituie o valoroasă cercetare referitoare la locul și rolul jurnalismului social în reflectarea și construirea realității sociale, în formarea și modelarea opiniilor și comportamentelor sociale, la rolul acestuia în dezvoltarea cetățeniei active. Cu toate că accentul este pus, prioritar, pe jurnalismul social, acest studiu prezintă interes prin faptul că aduce informații de ordin conceptual-arhitectonic referitoare la procesele de creație și produsele jurnalistice, iar punctarea momentelor legate de impactul și efectele jurnalismului social asupra indivizilor sociali și asupra comunităților și concluziile referitoare la practicile utilizate ne-au fost de un real folos în elucidarea specificității presei locale ca instrument de reflectare a realității socioculturale a unei comunități.

Activitatea sistemului mass-mediei, tendințele funcționale și opțiunile de creație ale diferitor elemente mediatic au fost cercetate într-o serie de articole consacrate jurnalismului din Republica Moldova ca proces și ca produs, semnate de mai mulți autori autohtoni: M.Guzun – *Tranziția și criza de valori. Identitatea națională: de la incertitudine la redefinire (cazul Republicii Moldova)* [27]; Al.Bohanțov – *Bazele jurnalismului* [134]; B.Parfentiev – *Mass-media: factor ce influențează politicile editoriale* [41]; M.Lescu – *Activitatea profesională a jurnalistului* [34]; T.Spataru și S.Crijanovschi – *Oportunitățile presei scrise în formarea responsabilității pentru alegerile sociale* [50] ș.a.

Definind faptul că în cercetările științifice autohtone prevalează studiile dedicate presei în general, deosebit de importante sunt articolele, al căror obiect de cercetare a fost presa locală, semnate de: V.Clobuțkii – *Городская и районная печать – носительница интернациональных традиций молдавского народа (Presa orășenească și raională – promotoare a tradițiilor internaționale ale poporului moldovenesc)* [95]; I.Zatușevskaya – *О культуре полемики на страницах печати. По материалам районных газет (Despre cultura polemicii în paginile presei. În baza materialelor din presa raională)* [90]; D.Coval –

*Совершенствование подготовки журналистских кадров для городских и районных газет (Formarea profesională a cadrelor jurnalistice pentru ziarele orășenești și raionale)* [96]; M.Guzun – *Военно-патриотическая тематика на страницах районной печати (Tematica militar-patriotică în paginile presei raionale)* [87]; Gh.Bârsan – *Эффективность – главный критерий взаимодействия районной газеты и читателя (Eficiența – criteriu primordial al reușitei interdependenței ziarului raional cu cititorul)* [81] ș.a.

Din analiza datelor de mai sus, putem conchide că actualmente în spațiul științific autohton nu atestăm unele lucrări care ar fi avut drept obiect de studiu presa locală în toată complexitatea ei. Tocmai din aceste considerente, după cum s-a menționat mai sus, unul dintre obiectivele lucrării este ca, în baza datelor existente, dar, mai ales, în baza observației directe și a analizei cantitativ-calitative a produsului mediatic pus în circuitul informațional prin intermediul publicațiilor periodice locale, să fie identificate tendințele și opțiunile de creație ale presei locale autohtone în procesul de valorificare/reflectare a realității și să fie reconstituit tabloul evoluțional-conceptual-funcțional al acesteia.

Așadar, analiza situației existente în domeniu a determinat necesitatea cercetării specificului și a caracterului presei locale ca element cu identitate distinctă al sistemului contemporan al mass-mediei, a tendințelor de dezvoltare și a opțiunilor ei de creație în procesul de reflectare a realității. Problema științifică soluționată în studiul de față rezidă în elucidarea complexă a specificității presei locale ca proces de creație și ca produs mediatic pus în circuit pentru mediatizarea și modelarea realității socioculturale. Problema investigației ample rezidă în necesitatea cercetării presei locale prin prisma modificărilor conceptual-funcționale care s-au produs pe acest segment de presă după '90 înapoi, precum și din perspectiva implicațiilor presei locale în procesele de socializare și de culturalizare a maselor. În studiul nostru, identificarea tendințelor în activitatea presei locale, a opțiunilor ei funcționale și de creație în procesul de reflectare a realității socioculturale dintr-un anumit teritoriu reprezintă problema științifică, elucidată prin prisma schimbărilor social-politice și economice care s-au produs la sfârșitul secolului trecut – începutul secolului prezent și care au generat modificarea caracterului, a rolului și a funcțiilor jurnalismului local ca activitate mediatică. Amploarea subiectului cercetat necesită o dezbateră științifică multidimensională, studiul de față venind, la rândul său, cu propria abordare a specificității presei locale. Presa locală este tratată drept segment al sistemului mass-mediei, dar, totodată, și ca un element cu identitate distinctă al acestuia, cu toate atributele și elementele sale constitutive, cu caracteristici generale, precum și cu trăsături sale specifice, determinate de practicile operaționale utilizate, de tipurile de servicii mediatice prestate și de

cadru relațional pe care îl proiectează, pe de o parte, cu sursele de informare și cu protagoniștii materialelor jurnalistice, iar pe de altă parte, cu publicul său țintă.

Astfel, prezentul studiu are drept scop fundamental cercetarea presei locale ca element constitutiv al sistemului contemporan al mass-mediei, a cărei identitate rezultă din obiectivele de creație ale ei, din rolul și funcțiile pe care le realizează ea într-o anumită comunitate; determinarea specificului activității presei locale din Republica Moldova; identificarea opțiunilor de creație și a tendințelor ei de dezvoltare; analiza discursului sociocultural al produsului presei locale, elucidarea locului și rolului presei locale în sistemul mediatic actual. Pentru realizarea scopului propus, au fost formulate următoarele obiective particulare:

- cercetarea bazei teoretico-metodologice a presei locale ca mijloc de mediatizare și de modelare a realității socioculturale și elaborarea metodologiei proprii de cercetare;
- identificarea rolului, locului și a funcțiilor presei locale în sistemul mediatic contemporan;
- identificarea și studierea tendințelor contemporane de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova;
- identificarea reperelor și opțiunilor funcționale ale presei locale autohtone;
- analiza subiectului prioritar de reflectare a presei locale și a potențialului ei de valorificare/reflectare a realității socioculturale de nivel local;
- studierea aspectelor structurale și compoziționale ale publicațiilor periodice locale;
- analiza discursului sociocultural al presei locale;
- cercetarea produselor mediatice locale din perspectiva formelor lor de expresie;
- elaborarea recomandărilor practice, în vederea eficientizării activității presei locale.

## **1. 2. Presa locală în contextul mediatic contemporan: abordări conceptuale**

Prin definiție, mass-media presupune „suporturi tehnice ce servesc la transmiterea mesajelor către un ansamblu de indivizi separați” [7, p. 19], acestea fiind divizate în trei mari categorii: *presa tipărită*, *presa audiovizuală* și *presa electronică*. Cea mai veche varietate a mass-mediei este, indubitabil, presa tipărită, întrucât suportul minim necesar acesteia putea fi găsit și acum câteva secole, spre deosebire de celelalte varietăți care au apărut pe piața media începând cu secolul al XIX-lea. Mai mult decât atât, literatura franceză de specialitate relevă faptul că presa tipărită câștigă teren nu doar datorită perioadei îndelungate de existență, ci și ceea ce reprezintă sub aspectul formei și conținutului, întrucât „scrisul posedă o putere și niște calități pe care nu le au nici imaginea, nici sunetul, având capacitatea de a-l fura pe cititor și de a-l așeza într-un proces mental diferit” [70, p. 17]. Acest aspect relevant exclude posibilitatea de a înlocui

presa tipărită cu un alt mijloc media, cu excepția celui electronic, odată ce există varianta modernă – online – a presei tipărite tradiționale. În plus, jurnalistul francez A.Yves consideră că segmentul media la care ne referim implică și alte virtuți care îi conferă stabilitate pe piața mediatică contemporană și avantaje reale în raport cu celelalte elemente media, și anume:

- Concizia și claritatea, prin intermediul cărora cititorul este liber să-și creeze propriul punct de vedere în ceea ce privește informația consumată. Deși se încearcă impunerea unei viziuni prin distribuirea textului în pagină, cititorul selectează, după bunul său plac, modul în care-și va organiza lectura.

- Aspectul estetic al textelor bine redactate și al design-ului bine pus la punct, astfel încât se creează o armonie între text, fotografii, ilustrații etc., producându-i cititorului o impresie vizuală, adică plăcere. Atare plăcere apare odată cu ținerea în mână a ziarului, stabilindu-se o legătură între cei doi actori: cititorul și ziarul.

- Durabilitatea în timp și în spațiu, care îi conferă presei tipărite statut de documente al timpului. Noțiunea de efemeritate, specifică presei audiovizuale, nu concordă cu presa tipărită. Or cuvântul, odată scris, are marele avantaj de a fi arhivat.

- Universalitatea – ziarul, elementul-cheie al acestei categorii media, se poate adresa fiecăruia, pentru că limbajul utilizat este la fel unul universal [70, p. 18].

Împărtășim aceeași viziune cu autorul francez, întrucât ziarul înglobează în paginile sale informație de tot genul, oferindu-i cititorului posibilitatea de a selecta subiectele ce-l interesează, dar și de a reveni la el ori de câte ori dorește.

Deși include în palmaresul său diverse feluri de publicații, cea mai reprezentativă componentă a presei tipărite rămâne a fi ziarul, care este o publicație periodică a cărei apariție variază, de regulă, de la o dată în lună până la șapte zile pe săptămână, fiind distribuit în zone diferite. Tipologia ziarelor este foarte variată și se realizează în baza mai multor criterii care, de obicei, reprezintă caracteristici sau particularități ale acestui segment de media. Ziarele pot avea un caracter variat, determinat de tematica abordată, care poate construi criteriu de clasificare. Potrivit acestuia, delimităm: publicații periodice generaliste, universale sub aspectul tematicii, precum și specializate, ce și-au ales o nișă informațională și un singur segment de public cărui i se adresează [60, p. 96]. Stilul de abordare a realității pe care îl adoptă un ziar, de asemenea, poate constitui un criteriu de clasificare, conform căruia, A.Yves [70] delimitează trei mari tipuri de publicații periodice:

- ziare de calitate, care se adresează unui public de elită, motiv pentru care tirajul lor este unul relativ scăzut (între 300.000 și 500.000), dar care sunt influente, întrucât ajung la factorii de decizie. Asemenea publicații se găsesc în Franța – *Le Figaro*, în Marea Britanie – *Daily*



*Telegraph*, precum și alte ziare editate în Elveția, Germania, Spania, Singapore etc. Aceste publicații au conținut sobru, reflectă amplu problemele de nivel macrosocial ale societății și se caracterizează prin rigurozitate în abordarea subiectelor.

- ziarele populare, care se orientează către publicul larg, fiindu-le specifice titlurile enorme, multe fotografii ce captează atenția prin tematica lor modernă și un volum redus al articolelor. Acestea pot ajunge și la tiraje de cinci milioane, cum se întâmplă, de exemplu, în cazul ziarului german *Bild Zeitung*. Totuși capacitatea lor de a influența cititorul este redusă. Două dintre cele mai cunoscute ziare de acest fel sunt *The Sun* din Marea Britanie și *New York Post* din SUA.

- ziarele locale, care au un pronunțat caracter utilitar pentru public. Presa locală include, de obicei, ziarele săptămânale (dar pot fi și bisăptămânalele sau chiar ziare care apar de trei ori pe săptămână). Deși, pentru a putea supraviețui pe piața mediatică, depind de publicitatea locală, ele sunt în măsură să concureze cu ziarele din primele două categorii, întrucât pentru localitatea respectivă ele au un rol mult mai mare decât un ziar național sau multinațională, cu un diapazon tematic generalist [70, p. 42]. Este de menționat faptul că săptămânalele pot fi și naționale, nu doar locale, însă, în literatura de specialitate, conform părerii unor cercetători, săptămânalul, în general, se referă la presa cu aria relativ mică de difuzare, adică la cea de nivel local. Considerăm, oarecum, neîntemeiată tipologia propusă de A.Yves, întrucât denumirea ultimei categorii de presă face referință la zona geografică pe care o poate valorifica în plan mediatic ziarele, și nu la modul de abordare a realității și al impactului pe care îl au asupra cititorului. În vederea excluderii acestei confuzii, considerăm că această categorie de ziare ar trebui redenumită din ziare locale în *ziare utilitare*, întrucât anume caracterul lor utilitar este particularitatea care le conturează identitatea acestora, în raport cu alte tipuri de publicații periodice.

Dacă presa, în general, a constituit obiectul de cercetare pentru mai mulți oameni de știință din domeniu, presa locală s-a bucurat mai puțin de atenția acestora. Acest fapt este susținut de mai mulți cercetători din domeniu, care afirmă că, „din păcate, jurnalismul local nu prezintă o temă de cercetare atractivă, deși este una foarte importantă, de un interes intelectual major, dar care adesea este trecută cu vederea” [126, p. 11]. Ca urmare, în literatura de specialitate nu s-au realizat studii fundamentale dedicate subiectului în cauză. Acest fapt justifică interesul nostru pentru segmentul respectiv de presă, întrucât anume el are un rol important în valorificarea realității de nivel local și în informarea populației din provinciile unei țări.

Presa locală a fost considerată o componentă esențială a mass-mediei încă de la început, odată cu apariția primelor ziare, în secolul al XV-lea [174], care, în virtutea circumstanțelor, în primul rând, a celor de ordin tehnic, aveau un potențial de valorificare a realității redus din punct de vedere geografic și cantitativ, deoarece, ele nu circulau pe întreg teritoriul unei țări, ci se

distribuiuau în anumite zone ale acesteia. De aici și denumirea acestui tip specific de presă: presă locală. În plus, mai mulți cercetători britanici, au demonstrat faptul că cel mai popular periodic din cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea este așa-numitul ziar de provincie, adică cel local și asta pentru că majoritatea cititorilor din acea vreme preferau presa locală, care livra rapid informația cu conținut local, promovând, astfel, identitatea locală [156]. Astfel, arealul de distribuire este unul dintre cele mai semnificative criterii, în baza căruia pot fi clasificate ziarele și, respectiv, poate fi realizată tipologia presei. Conform acestuia, presa tipărită poate fi clasificată în: publicații periodice locale, naționale, internaționale [23]. Cercetătorul A.Păunescu, care propune o clasificare mai detaliată: publicații periodice locale, regionale, naționale, multinaționale, include în categoria presei locale publicațiile periodice de interes județean, municipal, orășenesc sau chiar comunal, iar, în categoria celei regionale, – publicațiile periodice „față de care interesul publicului depășește statutul strict local (orășenesc, județean), acoperind mai multe județe sau chiar o regiune sau provincie istorică” [42, p. 98-99]. Indiferent de clasificările propuse, presa locală desemnează tot ceea ce nu este național sau internațional pe piața informațională a unui stat, adică publicațiile periodice de nivel local.

Studiul de față, al cărui obiect de cercetare este presa locală, își propune să stabilească locul, rolul și importanța ei în sistemul mediatic contemporan și să elucideze opțiunile de creație și tendințele socioculturale ale presei locale din Republica Moldova. În această ordine de idei, considerăm importantă problema elucidării tipurilor de publicații periodice care pot fi încadrate în categoria presei locale care constituie obiectul nostru de studiu. Astfel, din categoria presei locale autohtone fac parte publicațiile periodice raionale și cele regionale, ele însă diferă foarte puțin, întrucât conceptul și principiile de funcționare ale lor sunt aceleași, diferit fiind doar teritoriul pe care îl valorifică sub aspect mediatic pe care se distribuie. În virtutea acestui fapt, considerăm nejustificată ideea cercetării separate a acestora. În cadrul acestui studiu presa locală va fi cercetată ca un tot întreg, fiind concepută ca un fenomen mediatic autohton cu o identitate distinctă în sistemul mediatic contemporan. Totodată, specificăm faptul că ziarele comunitare, instituționale și cele școlarești care apar în teritoriu nu fac obiectul de cercetare al acestui studiu, întrucât acestea nu au un statut juridic legal (nu sunt înregistrate la Ministerul Justiției); nu reflectă realitatea în ansamblu, ci doar un anumit sector al ei; de cele mai multe ori nu au o frecvență stabilă; de regulă, sunt asigurate de banii obținuți din diverse proiecte și există atâta timp cât se desfășoară proiectul; au un circuit închis, acestea nefiind distribuite maselor largi și deci nu influențează opinia publică etc.

Conform dicționarului de limbă engleză contemporană *Longman dictionary*, presa locală este segmentul de presă ce include, îndeosebi, informații de ordin local [163]. În aceeași cheie

tratează presa locală și dicționarul *Cambridge*, care formulează următoarea definiție: „presa care servește sau care este responsabilă pentru o arie mică a unei țări” [154]. Tot din acest punct de vedere este definită presa locală și în *Dicționarul de media și comunicare*, ce prezintă acest element mediatic drept un gen de presă tipărită care ia forma unei organizații, a cărei muncă se răsfrânge asupra unei zone mici a unei țări [117, p. 178].

Alte definiții, la fel ca și cele expuse mai sus, se axează pe aria de difuzare pe care o acoperă presa locală, calificând-o drept o subdiviziune a presei care servește o regiune anume, cum ar fi fie un oraș, fie o parte a unui oraș mare sau „acele ziare care sunt distribuite pe-o arie mică a unei țări” [161]. Aceeași idee o atestăm la cercetătoarea franceză I.Pailliar, care susține că presa locală este considerată cea care acoperă realitatea urbană și/sau rurală, comunală sau regională [131], iar A.Păunescu o definește drept ansamblu de diverse publicații (de informare generală sau specializată), care, prin tematică, impact și arie de acoperire, trezește interesul și obține o receptare din partea cititorilor din diferite unități administrativ-teritoriale [42, p. 96].

Prezintă interes, în acest sens, opinia potrivit căreia atunci când ne referim la presa locală, avem în vedere ziarele dintr-o anumită localitate sau regiune, al căror scop este de a acoperi, în mare parte, diapazonul problemelor locale, „cu mici trimiteri la noutățile de ordin național și internațional” [177]. În aceeași ordine de idei, presa locală este considerată drept un mijloc de acoperire mediatică a evenimentelor locale dintr-o anumită așezare teritorială, din care considerent ea nu prezintă interes informațional pentru alte localități.

O viziune aparte asupra presei locale o prezintă cercetătorul israelian D.Kaspi. În studiul *Media Decentralization: The case of Israel's Local Newspapers (Descentralizarea mass-media: Cazul ziarelor locale în Israel)*, autorul propune o definiție amplă cu un conținut mai extins, conform căreia presa locală este, în mare parte, o organizație socială, ce posedă o structură organizațională și care angajează un număr de indivizi, pentru a realiza anumite funcții comunicaționale. „Caracteristica de bază a presei locale este statutul său de întreprindere mică, atât sub aspectul numărului de angajați, cât și mărimea pe care-o are” [123, p. 38].

Și cercetătorul român A.Păunescu încearcă să extindă definirea sintagmei *presă locală*. În studiul *Jurnalism tematic. Jurnalistul, jurnalismul, publicația, tipuri de presă*, el susține că presa locală și regională este categoria de presă tipărită care mizează pe apropierea (proximitatea) geografică și, de aceea reflectă realități economice, administrative, politice, culturale, sociale, locale ale zonelor unde se editează [42, p. 97].

Observăm că în literatura de specialitate majoritatea definițiilor date pentru presa locală reliefează spațiul de difuzare ca pe una dintre caracteristicile care determină identitatea acestui segment de presă în raport cu alte elemente ale sistemului mass-mediei. Deși era Internetului a

intensificat circuitul informațional și a extins accesul maselor la produsele mediatică, inclusiv la cele locale, spațiul de difuzare a publicațiilor periodice locale nu a suportat modificări esențiale, el rămânând, în general, același. „Conservarea” spațiului de difuzare a publicațiilor locale a fost posibilă datorită faptului că produsele lor mediatică au rămas, ca și acum câteva decenii în urmă, personalizate, adică adresate unui public concret, și localizate, adică ele valorifică realitatea dintr-un spațiu concret. Deci, ele interesează prioritar indivizii care locuiesc pe un anumit teritoriu, de regulă, egal cu una sau câteva unități administrativ-teritoriale, acesta constituind și arealul de distribuire a publicațiilor de nivel local. În pofida apariției variantelor online ale publicațiilor periodice locale, termenul *spațiul de difuzare* nu și-a pierdut din actualitate, el constituind și în prezent una dintre particularitățile de bază ale presei locale.

Definițiile privind presa locală, atestate în literatura de specialitate, relevă faptul că cele mai multe dintre ele se axează preponderent pe parametri spațiali pe care-i acoperă. Considerăm totuși că abordarea și definirea presei locale doar din perspectivă zonei geografice pe care o valorifică este, oarecum, unilaterală și chiar superficială, întrucât nu pune în valoare, ba chiar ignoră importanța conținutului și specificului acesteia. În această ordine de idei, considerăm oportun să prezentăm propria definiție a presei locale, una care se referă nu doar la aria de distribuire sau la numărul de angajați, ci încearcă să scoată în evidență caracteristicile generale și particularitățile acestui element mediatic din care reiese specificitatea presei locale ca activitate cu identitate distinctă. Astfel, *presa locală reprezintă totalitatea publicațiilor periodice dintr-un anumit teritoriu, de regulă, egal cu una sau câteva unități administrativ-teritoriale, care valorifică masivul informațional potențial din acest spațiu, în limitele căruia ea se difuzează și prestează servicii mediatică și de publicitate; are un diapazon tematic axat prioritar pe dimensiunea socioculturală a realității de nivel local și se adresează unui public concret, fapt pentru care nu prezintă interes utilitar pentru consumatorii de produse mediatică din alte regiuni.*

La sfârșitul secolului trecut, mai mulți specialiști germani în domeniul de specialitate enunțau faptul că „cotidienele locale reprezintă incontestabil mass-media numărul unu, deoarece nicăieri regula jurnalistică „numele sunt știri” nu-și găsește o justificare mai valabilă decât în relatarea locală. Or, fiecare are posibilitatea de a se regăsi în paginile ziarului „lor”. Interesul față de o relatare dintr-o publicație periodică locală crește în măsura în care protagoniștii le sunt cunoscuți cititorilor” [4, p. 67]. Cu toate că în ultimii ani presa locală încearcă să se extindă în spațiu, specificul ei rămâne același – de a fi aproape de publicul său cititor și de evenimentele locale, – considerat element indispensabil al ziarului local. În realitate, acest fapt și reprezintă caracteristica fundamentală a acestui segment media, întrucât menirea publicațiilor periodice

locale este de „a oferi informații care ar putea ajuta cititorii să înțeleagă aspectele comunității din care fac parte” [37, p. 164].

Deși fac parte din același element al sistemului mass-mediei, ziarele naționale și cele locale, pe lângă multitudinea de afinități care le sunt caracteristice, prezintă un șir de disimilitudini din care reiese specificitatea presei locale. Disimilitudinile vizează următoarele aspecte:

– arealul spațial și informațional. Dacă presa națională valorifică întreg teritoriul unui stat, ziarele locale au în vizor strict localitatea/regiunea pe care le reprezintă, axându-se pe evenimentele și activitățile care se desfășoară în această zonă.

– personalul angajat. Personalul din cadrul redacției unui ziar local este, de regulă, mult mai redus ca număr decât cel din cadrul unui ziar național sau transnațional, iar acest lucru este justificabil, deoarece volumul de muncă dintr-o redacție locală este mai redus decât într-una de nivel național sau transnațional [155].

– volumul. După cum e și firesc, în ziarele locale numărul de pagini într-o ediție este mai mic, în comparație cu presa națională.

– periodicitatea. Deși în lume există și cotidiene locale, periodicitatea specifică ziarelor locale este cea săptămânală.

– diapazonul tematic. Ziarele locale se concentrează prioritar pe realitatea socioculturală, în timp ce ziarele naționale – pe cea politico-economică. Mediatizând în special evenimente culturale locale, precum sunt concertele, spectacolele ș.a. presa locală joacă un rol important în promovarea și susținerea artei la nivel local [159]. Prin urmare, ea are drept scop culturalizarea comunităților.

– operativitatea. De regulă, această caracteristică e specifică mai mult cotidienele naționale, dar poate fi atribuită și periodicelor locale, atâta timp cât operativitatea se referă doar la evenimentele locale, întrucât acestea se regăsesc în paginile presei naționale foarte rar.

– ziarele locale, în mod tradițional, își câștigă venitul, în mare parte, în afară de vânzarea la bucată și abonamente, și din publicitate, de aceea deseori prima pagină a ziarului local va conține mai multă publicitate în preajma articolului de bază, în timp ce ziarele naționale evită plasarea publicității chiar pe prima pagină [167].

– presa locală se concentrează pe jurnalismul de informare, în timp ce națională – pe cel de opinie și comentativ [162].

– ziarele locale au drept scop să ofere informații practice și motivante, iar cele naționale – să formeze opinii față de problemele naționale și internaționale [162].

– presa locală îi oferă cititorului posibilitatea să se regăsească permanent în paginile sale, în timp ce ziarul național reflectă viața unei anumite comunități mult mai rar, astfel lipsindu-l pe omul de rând de oportunitatea de a se simți parte componentă și actor activ al vieții sociale. „Ziarul local poate publica poze cu bebeluși, promoții sociale, nunți, evenimente sportive, festivaluri de dans, expoziții etc., și, cu certitudine, fiecare chip și nume publicat reprezintă un cititor concret, toate rudele și prietenii căruia vor cumpăra câte un exemplar de ziar” [159].

– în ziarele locale fiecare proiect aprobat, fiecare măsură de îmbunătățire a traficului, fiecare zonă de parcare, orice nou supermarket sau prăvălie închisă reprezintă un subiect care interesează comunitatea. Acest gen de informație, numită utilitară, asigură rata înaltă de vânzare a acestora și obținerea profitului.

– presa locală, la fel ca și cea națională, îndeplinește cele cinci funcții de bază ale mass-mediei: *informează*, *interpretează*, *distrează*, dar, în mod deosebit, ea *socializează* și *culturalizează*, ultimele două asigurând conexiunea dintre indivizi și comunitate.

Din cele expuse, observăm, că presa locală, în general, se aseamănă cu cea națională și că „particularitățile ziarelor locale derivă din specificul ziarelor per ansamblu” [23, p. 17]. Diferența fundamentală între aceste două categorii de presă tipărită constă în faptul că presa locală reflectă realitatea din punct de vedere funcțional, propunând o abordare utilitaristă, în timp ce presa națională mediatizează realitatea din punct de vedere conceptual, propunând o abordare generalistă.

Presa locală abordează realitatea de nivel local și își adaptează discursul la așteptările cititorului, formulându-și obiectivele și proiectându-și opțiunile în funcție de necesitățile și de cerințele informaționale ale acestuia. Cercetătorii de la Institutul Reuters [126, p. 16] susțin că opțiunile funcționale și de creație ale publicațiilor periodice locale reiese din particularitățile funcționale ale acestora, precum și din rolurile pe care le au ele într-o anumită regiune. Respectivii scot în evidență opțiunile presei locale pentru următoarele trei tipuri de activități mediatice:

1. Informarea și responsabilizarea cititorilor. Presa locală joacă un rol important în publicarea informațiilor cu privire la activitățile pe care autoritățile locale le desfășoară, permițându-i astfel cititorului să-și creeze o opinie față de realizările sau eșecurile acestora. Studiile au arătat de asemenea că publicarea subiectelor de acest gen contribuie la diminuarea nivelului corupției în rândurile persoanelor de la conducere, aleșii poporului sunt obligați, astfel să se simtă mai responsabili. În plus, presa locală este cu adevărat informativă, fiind demonstrat faptul că cei care citesc sistematic noutățile locale sunt la curent cu afacerile publice locale, spre deosebire de cei care le urmăresc periodic.

2. Implicarea civică a populației, Se consideră că presa locală depune mult mai mult efort în ceea ce privește mobilizarea populației pentru a lua parte la diverse acțiuni publice locale. Studiile din domeniu constată, totodată, nivelul ridicat de implicare civică a cetățenilor, datorită acestui segment de presă tipărită, ținând cont de variabilele și interesele lor socioeconomice.

3. Integrarea în comunitate a cetățenilor poate fi considerat drept unul dintre cele impunătoare roluri ce a pus bazele definirii și stabilirii unei legături între comunitățile locale, realizând, astfel, o conexiune între comunicare și comunitate. Presa locală, prin informațiile cu privire la nunțile, aniversările, înmormântările etc. din zona pe care o acoperă sub aspect mediatic, îi ajută pe oamenii din localitatea respectivă să se orienteze în mediul lor apropiat, să se cunoască mai bine și să se apropie unul de altul. Noutățile locale cultivă consensul, coerența și stabilitatea din cadrul comunității.

Din punctul nostru de vedere, constatările cercetătorilor de la Institutul Reuters demonstrează cert opțiunea generală a presei locale pentru dimensiunea socioculturală a realității, întrucât scopul principal al acesteia este de a fi alături de omul de rând, de nevoile sale, atât personale, cât și comunitare, de a-l informa corect, astfel încât să asigure integrarea și implicarea acestuia în activitățile din localitate.

Conform unor studii efectuate în baza presei locale japoneze, presa locală își poate realiza scopul principal prin valorificarea a șapte obiective de bază, pe care ea trebuie să le îndeplinească cu responsabilitate:

- să furnizeze informațiile ca pe niște cunoștințe;
- să supravegheze mediul comunitar;
- să mobilizeze acțiunile civice;
- să creeze relații între membrii comunității;
- să stabilească identitatea comunității;
- să creeze noi valori și să salveze cultura;
- să transforme experiențele individuale în experiențe comunitare [127, p. 107].

Aceste constatări, deși au fost deduse în urma cercetării presei japoneze, prezintă interes și pentru noi, deoarece ele sunt valabile, în general, pentru presa locală. Generalizând informațiile de mai sus, conchidem că rolul presei locale într-o comunitate este foarte important, întrucât ea are un impact complex asupra indivizilor sociali, grupurilor sociale, comunităților, în ansamblu. „Acest rol se manifestă prin faptul că fortifică și implementează modul de viață civică în rândurile cetățenilor unei comunități” [153]. Totodată, constatăm că presa locală, prin publicarea materialelor despre realitatea socioculturală din localitatea pe care o acoperă sub aspect informațional, este în măsură să creeze și să păstreze istoria acelei localități, a oamenilor săi, a

evenimentelor de anvergură ce au avut loc, care, peste ani, ar putea deveni o sursă de cunoaștere a acelei regiuni, contribuind astfel, la menținerea identității comunitare [164].

Respondenții unui sondaj realizat în scopul identificării gradului de dependență a cititorilor de presa locală, în marea lor majoritate, au specificat că ziarul local sau versiunea online a acestuia este prima sursă pe care ei o folosesc pentru a afla despre anumite evenimente ce au loc în localitatea lor. Ei au calificat ziarele locale drept cele mai credibile surse de informare despre evenimentele locale, gen: crime, taxe/impozite, activități/acțiuni ale autorităților locale, școli, politici locale, oferte ale pieței locale de muncă, evenimente comunitare sau din vecinătate, evenimente artistice, informații referitoare la localitate, servicii sociale locale, proprietăți imobiliare de vânzare/închiriere etc. [157].

Potrivit datelor obținute din sondaj, abordarea utilitară a realității de nivel local creează o dependență a cititorilor de ziarele locale, efectele presei adresate comunității asupra fiecărui individ social fiind directe, puternice și de lungă durată. „Chiar și internetul, aflat în topul preferințelor, nu depășește impactul publicațiilor periodice locale în regiunile mici și îndepărtate de urbe, deoarece, în provincie, el nu este utilizat și răspândit pe larg, precum nici nu pune accent pe valoarea informațiilor de nivel local, așa cum o fac ziarele locale” [157]. Și aceasta pentru că presa cu caracter utilitar este considerată drept parte a spațiului în care activează și pe care îl valorifică în plan informațional, ziarele locale constituind o probă relevantă în existența și buna funcționare a dialogului social într-o societate. Or, și în localitățile mai mici se întâmplă lucruri de anvergură, atât la nivelul autorităților locale, cât și la nivelul oamenilor de rând din întreaga comunitate, care au impact nu doar asupra localității în cauză, dar și asupra întregii societăți. În afară de ziarele locale, niciun alt mijloc mass-media (televiziune, radio) nu este în stare să mediatizeze la fel de bine realitatea locală, pentru că cele dintâi nu sunt simple instrumente de mediatizare a acestei realități, ci și elemente constitutive ale acestui spațiu. Totodată, „doar publicațiile periodice locale pot spune oamenilor din comunitate ce se întâmplă în cadrul consiliilor, ședințelor primăriei, școlilor, pe stradă etc., creând, astfel, o zonă de confort pentru cetățeni” [179]. Menirea presei locale este, în general, să-l facă pe cititorul său „să vadă, să știe, să aibă grijă și să înțeleagă realitatea așa cum vecinii lui (care nu citesc acest ziar) n-ar putea s-o facă” [178]. De asemenea, ea ajută la o mai bună cunoaștere a locuitorilor (unii cu alții), transformând orașul/ satul într-un loc comun, atribuindu-i statutul de „casă”, din motiv că și cei care activează la ziar sunt tot din aceeași localitate, și ei, de rând cu alții, construiesc identitatea acesteia.

Importanța presei locale pentru societate a fost confirmată și de cercetătorii de la Universitatea Princeton, care au analizat efectele suspendării apariției unui ziar local. Studiul



realizat de aceștia [157] a demonstrat că în urma lichidării ziarului local, în regiunea cercetată: „rata de participare la vot a scăzut, mai puțini oameni au candidat la posturi de conducere și mai mulți reprezentanți actuali ai autorităților locale au fost aleși. Acest fapt este justificat, deoarece atunci când sunt publicate mai puține informații privitoare la o localitate anume, locuitorii par să fie mai puțin interesați de modul în care vor fi conduși” [157]. Concluziile la care au ajuns cercetătorii americani demonstrează că implicațiile cetățenilor în viața comunitară și activismul lor civic depind foarte mult de activitatea presei locale, aceasta fiind și un liant, dar și un catalizator al proceselor din teritoriu. Ei subliniază importanța ziarului local în cultivarea vieții civice, în integrarea socială a indivizilor în comunitatea din care ei fac parte și în responsabilizarea acestora în raport cu realitatea socială din această regiune.

Presă locală trebuie să fie aproape de întreaga comunitate și de fiecare om în parte, deoarece marele său avantaj rezidă în tipul de informație pe care îl prezintă – informațiile locale. Ea stabilește și redescoperă, dacă e cazul, identitatea localității, întrucât chiar de la începutul apariției sale a reprezentat comunitatea pentru care există, de aceea publică despre tot ceea ce afectează fiecare membru al comunității [176]. Încă din cele mai vechi timpuri, aceasta reprezenta interesele populației de rând, supraveghind mediul înconjurător cu toate sferile sale de activitate. Astfel, presa locală este asociată cu tradiționalul „câine de pază”, atunci când monitorizează și analizează acțiunile efectuate de către cei din conducerea raionului sau din administrația publică locală. Presă locală își asumă statutul de „câine de pază” doar atunci când este liberă și nu urmărește interese politice sau economice, ci își îndeplinește rolul primordial față de comunitatea din care face parte [122, p. 30]. Totuși, dacă presa locală începe să mediatizeze realitatea prin prisma intereselor autorităților locale și nu ale comunității, după cum îi este menirea, există riscul ca ea să se transforme într-un „câine de braț” (n.r. „lapdog” engl.) sau într-unul fără dinți. O asemenea situație este posibilă atunci când vorbim de cenzura din partea conducerii, adică atunci când libertatea presei este mutilată în favoarea conducătorilor. Dacă acest lucru se întâmplă însă, trebuie să fie luate în calcul consecințele, și anume pierderea încrederii atât în autoritățile locale, cât și în presa locală, întrucât cea din urmă reprezintă vocea cetățenilor unei localități. De aceea, presa locală este și trebuie să fie o dovadă pregnantă a bunei funcționări a democrației [175], fiindcă doar într-un astfel de regim este posibilă informarea și culturalizarea echidistantă prin intermediul presei.

Pentru o eficiență mai mare a presei locale, fiecare om din localitate trebuie să aibă acces la ziarul local, să fie capabil să-l citească și să-l evalueze, deoarece, doar acest fapt garantează libertatea presei. Anume de această libertate și apropiere de cititor/comunitate s-a bucurat

dintotdeauna presa locală, deși, de multe ori, s-a întâmplat ca tot ea să devină și un instrument de manipulare, de propagandă aflat în mâinile celor de la conducere.

Așadar, și în prezent, la fel ca și acum câteva decenii, majoritatea oamenilor din țările vestice consideră presa locală drept una dintre cele mai importante surse de informare. Opiniile acestora corespund cu cele ale oamenilor de știință care au demonstrat că și pentru comunitățile rurale mici, dar și pentru orașele mari presa locală este importantă, întrucât este parte indispensabilă a vieții locale. Cercetătorii la care ne-am referit mai sus au scos în evidență faptul că presa locală este asemenea unui mecanism de producere a imaginilor despre realitatea imediată a oamenilor, care le ajută acestora să devină fie și imaginar, parte constitutivă, integrală a comunității din care fac parte, să se cunoască unul cu altul, împărtășind noutățile locale, fiind uniți dincolo de proximitatea geografică sau a hotarelor administrative stabilite politic. Astfel, ziarul local este un liant între oamenii aceleiași localități.

Cu toate acestea, există și cercetători care susțin că în era digitală în care ne aflăm presa este pe cale de dispariție și asta după ce mai multe studii au relatat faptul că numărul cititorilor publicațiilor periodice este în descreștere continuă, în timp ce numărul celor care utilizează internetul drept sursă primară de informare este în ascensiune. Opiniile din sectorul academic cu privire la presa tipărită sunt, în mod semnificativ, mai curând pesimiste decât optimiste, întrucât rezultatele cercetărilor denotă tendința de scădere a numărului de ziare, a cititorilor, precum și a tirajelor publicațiilor periodice existente. Mai mult decât atât, se accentuează și tendința de consolidare și de concentrare a ziarelor în monopoluri, care susțin profitabilitatea prin centralizarea producției. În plus, noile tehnologii digitale creează și provocări de ordin economic, întrucât sursa principală de venit a presei locale – publicitatea – migrează de la varianta print în mediul virtual [121, p. 25]. În opinia noastră, aceste constatări, care au reieșit din analiza presei naționale și a celei transnaționale, nu pot fi atribuite presei locale, întrucât pe acest segment de presă se atestă o altă realitate, aproape diametral opusă celei din primele două categorii. Afirmatia în cauză este în unison cu viziunile mai multor cercetători și se bazează pe rezultatele unor studii internaționale, dedicate nemijlocit presei locale, care scot în evidență tendințele reale de dezvoltare a acestui segment de presă [45, 149, 160, 165, 168, 170, 171, 172, 173 etc.].

Deși s-a conturat o discrepanță între percepțiile de cândva ale cetățenilor referitor la semnificația presei locale și cele din prezent, cert este că ziarele locale continuă să fie solicitate, așteptate și „consumate”, rolul lor fiind extrem de important în proiectarea realității de nivel local. Dovadă a acestui fapt sunt țările (inclusiv Republica Moldova) în care presa locală este în plină ascensiune, iar numărul de publicații periodice și tirajele acestora este în creștere. Un model, în acest sens, este Marea Britanie, a cărei tipologie a presei este una foarte variată.

Potrivit literaturii de specialitate britanice, în fiecare zi a săptămânii sunt vândute mai mult de 12,5 milioane de ziare naționale, iar în zilele de duminică – circa 14 milioane. Aproape 70% dintre adulți citesc cu regularitate un ziar național. „Dacă e să ne referim la presa regională și locală, cifrele sunt și mai mari: circa 85% dintre adulți citesc aceste ziare. Tirajele publicațiilor locale și regionale depășesc 40 de milioane de ziare pe săptămână și circa 30 de milioane de exemplare de ziare sunt distribuite gratuit săptămânal” [45, p. 44]. Aceste cifre nu fac decât să confirme faptul că britanicii sunt printre cei mai avizați cititori de ziare din lume, iar industria ziarelor în Marea Britanie este una prosperă, cu vânzări copleșitoare. Totodată, aceste rezultate contrazic ideea că presa locală se află într-un declin sporit în toată lumea.

Deși previziunile cercetătorilor despre viitorul ziarelor locale au fost destul de sumbre în ultimele decenii ale secolului trecut (ei susțineau că acestea vor fi înlocuite de radio, de televiziune și de Internet), observăm că, până în momentul actual, ele s-au afirmat, cu adevărat doar unele și acelea parțial, și cu siguranță că nici nu se vor întâmpla în viitorul apropiat. Acest lucru este evidențiat și de către profesorul de jurnalism de la Universitatea din Lincoln, R.Keeble, care susține că presa tipărită are viitor. Or, se întreabă acesta: „De ce s-ar strădui, de altfel, înșii bogați și marile corporații să le cumpere?” [45, p. 47]. Tocmai acest lucru denotă faptul că ziarele, inclusiv cele locale, continuă să fie profitabile.

Cu referire la segmentul de presă tipărită locală din Marea Britanie, putem afirma că cele aproximativ 1300 de publicații cotidiene și săptămânale constituie o dovadă a faptului că acest segment de presă este prosper. O bună parte dintre acestea – 650 la număr – sunt distribuite gratuit. Însă nu doar numărul de publicații este un indiciu al prosperității mass-mediei locale, ci și numărul consumatorilor de astfel de produse mediatice – circa 40 de milioane de adulți din Marea Britanie citesc un ziar regional/local. Acest număr de cititori este unul cu mult mai mare decât al celor care citesc presa centrală [45, p. 48], iar aceasta se întâmplă în contextul în care populația totală a Marii Britanii este de puțin peste 60 de milioane de oameni. Astfel, peste 65% din populația acestei țări citesc o publicație periodică regională/locală.

Cercetătorii britanici au identificat o tendință, oarecum, contradictorie pe piața presei tipărite locale: în timp ce vânzările săptămânalelor locale cresc, vânzările cotidienele regionale se diminuează, atât ale celor de dimineață (19 publicații existente), cât și ale celor de seară (75 de publicații existente). Această scădere este cauzată de mai mulți factori, printre care:

- declinul fabricilor – anterior, cu ceva vreme în urmă, muncitorii, mergând seara acasă, luau autobuzul și cumpărau edițiile de seară în drum spre casă; actualmente numărul fabricilor s-a redus, iar muncitorii se deplasează la muncă cu mașina;

- apariția altor surse de știri – a radioului, a televiziunii și, mai ales, a internetului care a diminuat, într-o oarecare măsură, importanța ziarului clasic de seară, în acest sens;
- termenele de producere, care sunt mult mai extinse decât în cazul audiovizualului, reduc din operativitatea ziarului;
- politica de reducere a costurilor, tot mai des practică de patronii de presă, conduce la superficializarea conținutului și la reducerea gradului lui de utilitate pentru public [172].

În timp ce cotidienele au avut de suferit, săptămânalele locale, care reprezintă aproximativ jumătate din cele 520 de publicații, comercializate săptămânal în Marea Britanie, din contra, și-au mărit tirajele, fiind considerate cele mai de succes publicații din ultimii ani. Acest statut este fundamentat pe efectele urbanizării societății, ce a condus la creșterea gradului de anonimitate, iar, drept urmare, a apărut dorința oamenilor de a se regăsi în comunități, or, rolul de bază pe care-l îndeplinește presa locală este anume de a întări senzația de comunitate. În această ordine de idei, R.Tindle, supranumit „marele om al ziarelor locale”, și-a lansat afaceri în domeniul presei tipărite, dar s-a apropiat mai mult de cea locală, întrucât „mai mic înseamnă mai frumos”, după cum susține el, și este plin de speranță în ceea ce privește viitorul acestui tip media, odată ce a avut curajul să investească în ziarele mici, cu tiraje reduse, de sub 10 000, transformându-le în unele de succes [173]. La fel ca afacerea lui Tindle, și săptămânalele deținute de marile grupuri media s-au bucurat de succes, atât din punctul de vedere al vânzărilor, cât și din cel al profitului, lucru care a fost posibil datorită faptului că presa locală se axează pe știrile din teritoriu și pe susținerea micilor comunități, ceea ce asigură menținerea și chiar creșterea vânzărilor.

Marea Britanie, care are o tradiție bogată a presei tipărite, rămâne un etalon și un promotor al presei locale, întrucât anume aceasta îi atribuie omului de rând roluri și funcții esențiale și îl pune în valoare, pentru a se simți confortabil în comunitatea în care trăiește. Astfel, putem afirma cu certitudine că cel mai popular mijloc print de informare al acestei țări este presa locală și asta pentru că zeci de milioane de oameni o citesc săptămânal. Mai mult decât atât, peste șase mii de ziare locale sunt vândute sau distribuite în fiecare minut. Iar, pentru a nu rămâne în urmă în ceea ce privește tehnologiile, presa locală și-a creat versiuni online, cu scopul de a-și fortifica poziția pe piața mediatică. Pe lângă cele peste o mie de ziare locale și regionale, britanicii mai au acces la site-urile asociate presei locale, în număr de peste 1500. Astfel, mai mult de jumătate din populație (42 de milioane de utilizatori unici) se informează de pe site-urile ziarelor locale [180]. Britanicii au de două ori mai multă încredere în presa locală decât în orice alt canal media, precum și în publicitatea plasată aici. Dar cel mai important este că presa locală constituie și cel mai eficient canal media pentru a genera discuții în rândurile cetățenilor unei comunități [170].

Și în Statele Unite ale Americii presa locală este în plină forță. Potrivit unui sondaj realizat de către Centrul American de Cercetare PEW în colaborare cu Fundația John S. și James L.Knight [168], circa 72% din populația Statelor Unite urmăresc cu regularitate și acordă o atenție deosebită știrilor locale și, în raport cu celelalte surse utilizate pentru informare, ziarele locale dețin întâietatea, fiind sursa de bază la care apelează cea mai mare parte dintre americani. Rezultatele acestuia demonstrează că persoanele active din acest punct de vedere consideră că ar avea de suferit în cazul în care ziarul lor local ar dispărea, întrucât ar avea un impact negativ asupra abilității lor de a obține informațiile locale dorite. Este esențial să menționăm că această atitudine li se atribuie cu precădere persoanelor de la 40 de ani în sus. Conform acestor rezultate, o treime din cititorii fideli, printre care și persoane mai tinere de vârsta menționată, consideră că dispariția ziarului local i-ar marca într-un mod deosebit. De remarcat faptul că cei peste 2000 de respondenți au demonstrat anumite trăsături comune, printre care: din punct de vedere cultural, merg la biserică cu regularitate; din punct de vedere social, sunt mult mai conectați la comunitatea în care trăiesc în comparație cu ceilalți, care nu manifestă un asemenea interes față de informațiile locale; din punctul de vedere al implicațiilor personale, ei toți cred că pot contribui, într-un fel anume, la prosperarea comunității și cred în obiectivitatea și în utilitatea presei locale.

În cadrul aceluiași studiu au fost identificate 16 subiecte locale ce prezintă interes sporit pentru cititori. Printre acestea se numără: informațiile cu privire la autoritățile publice locale, la taxe, crime, politică, școală/educație, servicii sociale ș.a. Astfel, dintre toate sursele locale care acoperă acest areal informațional, ziarul local este cea mai preferată sursă, deoarece reușește să încadreze în paginile sale 14 din cele 16 subiecte de interes local, în timp ce televiziunea locală reușește să mediatizeze doar patru tematici, iar internetul – doar trei subiecte [168].

Deși presa locală americană nu atinge valoarea cifrelor înregistrate în Marea Britanie, americanii sunt și ei considerați o națiune cărora le pasă de mediul local în care există. Pe de altă parte, nu putem neglija nici populația de peste 300 de milioane de locuitori, aproximativ de cinci ori mai mulți decât în Marea Britanie, raportul dintre aceștia e și firesc să fie unul diferit. Totuși, putem spune cu certitudine că britanicii sunt adepții tradiționalului, pentru că marea lor majoritate preferă să se informeze, prioritar, din presa tipărită locală, în timp ce americanii dau prioritate tehnologiilor moderne, dat fiind faptul că numărul consumatorilor de produse mediatice în format digital este în creștere. Deși tendința de a apela la internet, pentru a afla ultimele știri locale ia amploare în SUA, este prea matur să vorbim despre declinul presei tradiționale americane [165].

Australienii, de asemenea, atribuie presei locale un loc cât se poate de important în viețile lor, chiar și în epoca tehnologiilor de anvergură. Din cei peste 24 de milioane de locuitori, 63% (15 milioane) citesc ziare tipărite în fiecare săptămână. Aceste ziare sunt clasificate în patru categorii de bază: naționale, metropolitane, regionale și locale. Cu toate acestea, ziarelor locale, în mod special celor cu periodicitate săptămânală, li se dau întâietate, astfel încât acestea câștigă teren în fața a nouă din zece locuitori ai marilor zone metropolitane [149]. Conform unui studiu australian efectuat în 2012, locuitorii acestui continent consideră că ziarele naționale și cele metropolitane induc ideea de autoritate și influență, ajutându-și cititorii să-și contureze opinii față de problemele de rang național și internațional, în timp ce ziarele locale sunt asociate cu „bătaia inimii” localității/regiunii, ce creează un contact între cititori și comunitatea lor, oferindu-le informații practice și motivaționale, cele din urmă fiind mult mai solicitate și mai vitale existenței de zi cu zi a oamenilor [160].

Spre deosebire de americani și de britanici, australienii consideră utilă și foarte atractivă publicitatea din presa locală. Cititorii au atitudine binevoitoare față de orice reclamă publicată în ziar, aceasta fie că se referă la un magazin, fie la un produs, fie la o afacere, și chiar o privesc cu încredere, reclama fiind un adevărat stimul pentru agenții de publicitate de a-și promova produsul în rândurile locuitorilor. Publicitatea este un produs ce face legătură între populația din teritoriu și agenții economici din acest spațiu, asigurând socializarea tuturor actorilor sociali din comunitate. Prin urmare, „luate în ansamblu, ziarele locale sunt considerate ca fiind de un ajutor real întru definirea identității unei regiuni anumite. Ele reflectă opinia și starea de spirit a localității, fiind ca un scut de apărare și, dacă este cazul, acționând simultan și ca un „câine de pază”, având un rol-cheie, fapt despre care am consemnat mai sus. Ziarele locale au o istorie bogată în ceea ce privește informarea și ținerea la curent a cititorilor cu problemele locale, ele reprezentând vocea comunității. Aceștia au încredere în ele, asemuindu-le cu autoritățile locale, doar că de alt rang” [171].

Generalizarea ideilor principale care decurg din studiile valorificate în acest subcapitol, ne permite să constatăm următoarele tendințe de dezvoltare a presei locale:

- tirajele ziarelor locale sunt în creștere, ele depășind substanțial tirajele multor ziare naționale;
- numărul ziarelor locale este, mai mult sau mai puțin, constant, iar, în unele regiuni, acesta este chiar în creștere;
- presa locală tradițională se adaptează noilor cerințe tehnice, creându-și versiuni online ale ziarului;

- audiența ziarelor locale este în ascensiune, la fel și numărul de vizitatori ai paginilor online ale ziarelor;

- în mediul rural încă, nu există tradiția de utilizare a internetului ca spațiu economic și informațional, din care considerent agenții de publicitate continuă să-și plaseze anunțurile anume în publicațiile periodice locale;

- ziarele locale prestează, prioritar, servicii mediatice de socializare și de culturalizare a maselor.

Anume aceste particularități proiectează dimensiunea socioculturală a presei locale, care ajunge să o transforme într-un instrument foarte eficient de construire a identității unei comunități. Dimensiunea socioculturală a presei locale îi face pe oameni să nu uite cine sunt și unde trăiesc, pentru că vizează educația maselor și integrarea lor socială, precum și transmiterea valorilor sociale și culturale. Constituind un melanj dintre informația care socializează și cea care culturalizează, ea vine să organizeze oamenii în vederea integrării lor în comunitățile din care fac parte, iar, prin intermediul acesteia, are loc modelarea socială și culturală a indivizilor sociali, întrucât și mediul în care aceștia își trăiesc viața este unul de tip sociocultural.

Activitatea socioculturală a presei locale se materializează în nenumărate mesaje care au menirea de a confirma și de a consolida normele unei comunități și de a oferi anumite modele de comportament. Prin acest gen de activitate, presa locală asigură transmiterea valorilor și promovarea practicilor sociale pozitive, contribuind, astfel, la asigurarea stabilității sociale și la salvagardarea acestora pentru lungi perioade înainte. Funcția de organizare a maselor, care în literatura de specialitate mai este numită și educativ-culturală, „este aceea care dă măsură capacității mass-media de a solidariza indivizii, prin diverse articole, și de a crea consensuri culturale. Ea are un caracter manifest-benefic, de la explicarea, pentru cele mai diverse categorii de cititori, a legilor, normelor, principiilor culturale ale societății sau comunității în care s-au născut și din care fac parte, până la familiarizarea auditoriului lor cu întregul sistem de valori culturale universale” [62, p. 170].

Această funcție reușește să combine diverse tipuri de tradiții, obiceiuri caracteristice locului de baștină al consumatorilor (prin enculturație), precum și unele specifice altor regiuni, asimilând elemente ce aparțin unor altor culturi (prin procesul de aculturație). Cert este că se pune accentul pe fortificarea valorilor și normelor morale, etice și estetice ale unei societăți, asta în condițiile în care cititorii nu întotdeauna realizează că sunt educați, formați și ghidați de către mass-media, respectiv, presa influențează indirect comportamentul uman. Totodată, această dimensiune a presei locale contribuie la formarea gândirii, la amplificarea bagajului de cunoștințe și la formarea culturii generale a cititorului, care, ulterior, se simte confortabil în

comunitatea sa, iar, prin feedback-ul pozitiv, contribuie la îmbunătățirea comunității din care face parte.

Așadar, nu încapе îndoială că presa locală și astăzi joacă un rol relevant în viața indivizilor sociali, în particular, și în viața comunităților, în general. Într-o lume în care sunt milioane de surse de informare și feluri variate de interpretări ale informațiilor, presa locală este necesară, mai mult ca oricând, pentru a face lumină în haosul creat de era digitală [158], în care domină o avalanșă informațională de proporții imense. Pentru mulți, pierderea unui ziar local ar fi echivalentă pierderii unei forțe a democrației, fiind îngrijorați de faptul că jurnalismul local digital n-ar fi la fel de apt să facă față tuturor subiectelor de importanță majoră pentru oameni și pentru comunitate [172]. Deși au apărut diverse mijloace media care-i fac concurență, presa locală trebuie menținută anume pentru marele beneficiu pe care-l aduce atât întregii comunități și cât fiecărui individ în parte.

### **1. 3. Metodologia cercetării presei locale**

Metodologia cercetării presei locale și a potențialului ei de reflectare a dimensiunii socioculturale a realității se bazează pe metodele științifice care oferă cele mai mari posibilități și cele mai relevante perspective de studiere a fenomenului. Această metodologie include atât metodele cognitive, axate pe procesele cunoașterii umane în/prin jurnalism, care constituie dimensiunea gnoseologică a metodologiei cercetării jurnalistice, cât și metodele axate pe existența obiectivă a lucrurilor în natură, care formează dimensiunea ontologică a metodologiei cercetării jurnalistice. Analiza metodologiei cercetării se impune ca element constitutiv al oricărui studiu de bază, pentru că anume ea proiectează direcțiile generale ale fundamentării teoretice și practice ale cercetării oricărui fenomen.

Cercetările privind natura și funcționalitatea jurnalismului și, în special, a presei tipărite înregistrează o evoluție timpurie, primele studii din acest domeniu datând încă din secolul al XIX-lea. Cercetătorii care au studiat de-a lungul anilor acest fenomen mediatic au oferit variate perspective asupra presei tipărite și asupra contextelor sociale în care ea a apărut și pe care le-a reflectat și le-a influențat în timp și în spațiu. Ei au utilizat instrumentare diferite și un spectru foarte variat de metode de cercetare. Este relevantă, de exemplu, abordarea psiholingvistică a acțiunii mediatice, care a fost aplicată pentru prima oară de exponenții școlii teoretice de la Palo Alto [129]. Acest concept de analiză psiholingvistică a mass-mediei are la bază diverse modele teoretice și concepte din cibernetică, lingvistică, logică, cercetările fiind realizate prin metode precum observația și analiza, inducția și deducția. Caracterul inovator al abordării psiholingvistice, propuse de paloaltiști, rezidă în faptul că ei sunt primii care au aplicat sinteza ca



metodă de cercetare a fenomenelor mediatice. Or, până la momentul respectiv, în științele socioumane era utilizat demersul analitic. Metoda respectivă a fost folosită în toate capitolele studiului nostru și a servit la sintetizarea rezultatelor cercetării, în vederea expunerii concluziilor particulare și a celor generale. De asemenea, ea a fost necesară pentru realizarea studiului istoriografic al presei locale ca element al sistemului mass-mediei, care și-a găsit reflectare în capitolul 1, subcapitol 1, precum și pentru elaborarea capitolului 1, subcapitol 3, care reprezintă o sinteză a metodologiei și a metodelor de cercetare necesare studierii acestui subiect.

Util este și conceptul de analiză sociologică, propus pentru cercetarea jurnalismului de către exponenții școlii teoretice de la Chicago [128; 118; 119; 125; 166, p. 360-377], aceștia fiind primii care au identificat importanța conceperii comunicării mediatice în raport de complementaritate cu sociologia. Pentru cercetările sale, școala de la Chicago a utilizat diverse metode, printre care: observația și investigația socială – pentru a identifica și a determina specificitatea diverselor categorii de public/auditoriu; observația și analiza – pentru a cerceta opinia publică, a diferenția publicul de masă; metoda biografică, ancheta – pentru a depista percepțiile și reacțiile publicului.

Dacă cicagoiștii au folosit abordarea sociologică pentru a explica procesele relaționale ale actului comunicațional, exponenții școlii de la Toronto [82; 99; 151] au reușit să contureze o teorie socială a mass-mediei, pe care au aplicat-o pentru cercetarea efectelor mesajelor jurnalistice, în funcție de formele tehnice de difuzare a lor. Ei au promovat ideea că produsele mediatice sunt importante nu atât prin conținutul lor, cât mai curând, datorită efectelor lor, natura mediei – suportul tehnic sau canalul de distribuire – fiind determinantă. Pentru cercetările sale, școala de la Toronto a utilizat diverse metode, precum: observația, istorismul, analiza, sinteza.

Deși este de orientare interdisciplinară, școala de la Frankfurt, de asemenea, a folosit abordarea sociologică pentru analiza fenomenului mediatic. Primele studii realizate în cadrul acestei școlii științifice se fac importante prin faptul că au creat contextul științific de afirmare a paradigmei funcționaliste, iar studiile ulterioare au format baza conceptuală a acesteia. Paradigma funcționalistă a comunicării de masă a preluat matricea de cercetare specifică curentului funcționalist din sociologie și, utilizând metodele și gândirea sociologică, a inaugurat abordarea sociologică a comunicării, bazată pe cercetări concrete, care integrează difuzarea și receptarea mesajelor în rețele grupate și în relațiile interpersonale, care structurează publicul și diferențiază persoanele receptoare [16, p. 8]. Studiile exponenților școlii de la Frankfurt, îndeosebi cele semnate de către J.Habermas [29; 30], au fost realizate fiind folosite mai multe metode de cercetare, și anume: metoda istorică, analiza, sinteza, comparația etc.

Cercetările realizate de exponenții școlilor teoretice examinate mai sus, precum și metodologiile pe care aceștia le-au aplicat au format fundamentul științific pentru abordările ulterioare ale fenomenului mediatic-comunicațional. Instrumentarul și metodologiile lor au fost preluate în majoritate și utilizate în studiul de față pentru cercetarea presei locale ca parte a fenomenului mediatic-comunicațional contemporan. Astfel, metoda observației a fost aplicată în capitolul 2, subcapitol 1, pentru reconstituirea cadrului de dezvoltare a presei locale și în capitolul 2, subcapitol 2, pentru clarificarea modului în care funcționează colectivele redacționale ale instituțiilor din presa locală. Analiza, ca metodă de cercetare, a fost aplicată la realizarea întregului studiu, dar, mai cu seamă, în capitolul 3, în care a fost analizat discursul sociocultural al presei locale, prezentarea grafică și arhitectonica produsului mediatic finit și formele de expresie a acestuia.

Complexitatea fenomenului mediatic impune folosirea nu doar a metodelor de cercetare științifică specifice sociologiei și psihologiei, ci și a celor ce vizează domeniul istoriei, care au fost și sunt folosite pe larg în cercetările mediatic-comunicaționale contemporane. Un exemplu de acest sens este studiul despre rolul social al presei *Patru teorii ale presei*, semnat în anul 1956 de către profesorii americani F.Siebert, Th.Peterson și W.Schramm [106]. Utilizând metoda istorică de cercetare, autorii respectivului studiu au ajuns la concluzia că relația trilaterală: mass-media – societate – putere este determinată de contextul istoric în care se afirmă. În cercetările inițiate în scopul identificării cauzelor care au condus la reducerea interesului și a încrederii populației față de informația mediatică și la scăderea tirajelor publicațiilor periodice au mai fost aplicate diverse metode de cercetare sociologică, cum sunt: observația, analiza, sinteza, iar, pentru colectarea de date empirice, au fost folosite ancheta sociologică și sondajul sociologic. În acest sens, sunt reprezentative și studiile: *Media Decentralization: The case of Israel's Local Newspapers* (*Descentralizarea mass-mediei: Cazul ziarelor locale în Israel*), autor D.Kaspi; *Japan's Local Newspaper* (*Ziarul local în Japonia*), de A.S.Rausch; *La presse regionale et locale* (*Presa regională și locală*), semnat de L.Guery; *Presa scrisă. O introducere critică*, coordonator R.Keeble etc.

Metoda istorică de cercetare a fost pe larg folosită în cercetările realizate și de alți autori: C.-J.Bertrand, A.Yves, N.Bakenhus, R.Keeble, J.J.Cuilenbur, I.Drăgan, P.Dobrescu și A.Bărgăoanu, N.Corbu, M.Coman, M.Cernat, F.Ioncioaia, D.Popa, D.Coval, Gh.Gorincioi, S.Grossu, B.Parfentiev, G.Stepanov, M.Lescu, A.Dumbrăveanu, M.Guzun, D.Țurcanu, M.Тасu, V.Морарu, Т.Фролова, А.Крушинский, М.Ким ș. a. În studiul de față, metoda istorică de cercetare este aplicată în capitolul 2, subcapitol 1, în care este cercetat cadrul de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova pe segmentul diacronic propus.

Dintre autorii autohtoni care au studiat fenomenul mediatic contemporan, un loc aparte îi revine cercetătoarei G.Stepanov, care a semnat mai multe articole științifice, al căror obiect de cercetare a fost, în principal, presa tipărită. Printre acestea se numără: *Cadrul evolutiv al cererii și ofertei presei scrise în Republica Moldova* [54, p. 316-320], *Repere ale evoluției presei scrise din Republica Moldova* [52, p. 410-421], *Acțiuni psihologice subversive în presa scrisă din Republica Moldova* [53, p. 43-56], *Cadrul legislativ al presei contemporane din Republica Moldova* [55], *Dimensiuni ale sistemului publicitar în presa moldovenească* [57, p. 27-29], *Potențialul informațional al presei din Republica Moldova* [61], *Campania de presă – instrument de promovare a valorilor sociale* [56, p.186-192] etc. G.Stepanov consideră că studierea presei tipărite nu poate fi realizată prin cercetări punctuale și hiperspecializate, ci prin cercetări complexe și interdisciplinare, dat fiind faptul că demersul științific privind specificitatea presei tipărite în contextul mediatic contemporan este unul interdisciplinar. Tocmai din aceste considerente, cercetătoarea a venit cu o abordare interdisciplinară a presei, utilizând pentru cercetările sale metodologii și modele conceptuale care aparțin mai multor domenii științifice: sociologiei, psihologiei și istoriei. Matricea metodologică de cercetare pe care a utilizat-o cercetătoarea pentru studierea jurnalismului social a fost preluată și aplicată în capitolul 3 al prezentei lucrări, în special în subcapitolele 2 și 3, pentru cercetarea produsului finit pus în circuit prin intermediul presei locale.

Spre deosebire de multitudinea de teorii și de concepte metodologice privind aspectele conceptual-funcționale ale presei, în general, teoria și metodologia cercetării presei tipărite locale este destul de modestă și aceasta din motiv că actualmente, există puține studii și cercetări complexe consacrate segmentului de presă la care ne referim, în care acesta ar fi fost abordat ca activitate mediatică cu identitate distinctă.

Reiterăm că presa locală, ca obiect autonom al cercetărilor științifice, s-a impus, mai mult decât în altă parte, în Occident, datorită, întâi de toate, faptului că, în această parte a lumii, presa locală (care funcționează pe principii democratice) este fundamentată pe tradiții seculare. În al doilea rând, presa locală occidentală întotdeauna a avut o identitate distinctă, o nișă de acoperire mediatică doar a ei și a pus în circuit produse mediatice specifice arealului ei de distribuire. Ea nu a dublat niciodată presa tipărită națională și nici nu a fost marginalizată, așa cum s-a întâmplat, de cele mai multe ori, în fosta Uniune Sovietică, unde presa locală era tratată ca un fel de clonă a presei tipărite unionale și/sau a celei republicane. Grație acestor factori, presa locală a fost în atenția cercetătorilor din domeniul media, devenind obiectul de studiu al mai multor lucrări. Astfel, mai mulți cercetători din Occident au abordat presa locală folosind judicios metode de cercetare științifică, specifice sociologiei și psihologiei. Printre aceștia se numără:

K.N.Rasmus, care studiază problemele cu care se confruntă jurnalismul local în era mediei digitale; B.Franklin și D.Murphy, care examinează influențele politicului asupra activității presei locale și produsului său finit; B.Franklin, care cercetează locul și rolul presei locale în contextul mediatic contemporan, precum și procesul de creație specific acestui segment de presă tipărită.

Din punct de vedere metodologic, prezintă interes și opinia cercetătoarei П. Баутина din Rusia, care, pentru cercetarea presei din comunitățile mici și medii, a utilizat o metodă de cercetare bazată pe teoria reflecției și pe abordarea constructivistă a fenomenului respectiv, precum și analiza cantitativă și calitativă a produselor din domeniul social. Aceeași abordare a fost utilizată în capitolul 1, subcapitol 2 al studiului nostru, pentru identificarea specificității presei locale în contextul mediatic contemporan și în capitolul 2, subcapitol 2, pentru identificarea opțiunilor funcționale și a celor de creație în procesul de reflectare a realității socioculturale. Analiza cantitativă și calitativă a fost aplicată din plin în capitolul 3, pentru cercetarea produselor mediatice locale din perspectiva prezentării grafice și a conținutului lor.

De menționat faptul că presa locală ca obiect de investigație științifică nu s-a bucurat de atenția cercetătorilor din spațiul românesc. Actualmente, nici în România, dar nici în Republica Moldova nu există analize, studii, lucrări științifice fundamentale care abordează presa locală. În ultimii cinci ani, în circuitul științific moldovenesc au fost puse doar articolele semnate de autoarea acestui studiu, în care au fost analizate, sporadic și fragmentar, unele aspecte ale funcționării presei locale autohtone, pentru cercetarea cărora au fost utilizate, într-o măsură mai mare sau mai mică, toate metodele enunțate mai sus.

În studiul de față, pentru studierea presei locale și a potențialului ei de reflectare a realității socioculturale, au fost folosite mai multe tipuri de cercetări, dintre care: cercetarea extensivă, care a favorizat amplificarea cunoștințelor despre presa locală, ca element constitutiv al sistemului mass-mediei; cercetarea intensivă, care a făcut posibilă aprofundarea comprehensiunii prin explicarea specificității acesteia ca activitate mediatică cu identitate distinctă; cea longitudinală, care a permis evidențierea cadrului evolutiv al presei locale din perioada de la declararea independenței Republicii Moldova și cea transversală, care a făcut posibilă identificarea opțiunilor și a tendințelor actuale ale presei locale autohtone.

În timpul efectuării cercetărilor actuale privind specificitatea activității presei locale, au fost aplicate metode și principii care țin de instrumentarul intelectual de cunoaștere științifică, și anume: documentarea, conceptualizarea, inducția și deducția, interpretarea datelor, analiza și sinteza, modelarea, abordarea sistemică etc.

Abordarea integrală a permis examinarea complexă a presei locale, a opțiunilor ei socioculturale și a tendințelor de dezvoltare prin aplicarea conjugată a diverselor metode de

cercetare, de genul: metoda istorică, metoda sistemică, metoda comparativă, metoda structural-funcțională, metodele și tehnicile sociologice de cercetare. Astfel, prin aplicarea metodei istorice, am reușit, pe de o parte, să construim dimensiunile evolutive a presei locale autohtone în perioada de după '90 încoace, iar, pe de altă parte, să obținem o imagine obiectivă a factorilor social-politici și economici care au determinat transformările conceptual-funcționale ale acesteia în timp și în spațiu. Aplicarea metodei istorice ne-a oferit posibilitatea de a identifica etape de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova și de a interpreta opțiunile și tendințele ei într-o succesiune istorică, astfel încât am putut construi raționamente privind istoria ei recentă, am putut emite judecăți de valoare despre evoluția ei în prezent, precum și am reușit să facem anumite prognoze privind viitorul acesteia.

Metoda sistemică a facilitat analiza de ansamblu și a oferit o imagine clară și cuprinzătoare asupra funcționalității presei locale, asupra obiectului ei prioritar de reflectare, asupra proceselor de creație și a produselor ei, asupra opțiunilor funcționale și de creație specifice doar acestui tip de jurnalism. Analiza sistemică a fost aplicată ținându-se cont de principiul istorismului și de cel al determinismului social. Metoda sistemică s-a impus și în studierea tendințelor de dezvoltare a presei locale și a interdependenței proceselor și practicilor operaționale în presa locală.

Observația a fost aplicată în mediul natural al obiectului de cercetare și a favorizat studierea cadrului de dezvoltare a presei locale, cadrului funcțional al redacțiilor instituțiilor de presă, în general, și al jurnaliștilor, în particular, precum și a cadrului acțional al publicațiilor periodice locale, în raport cu publicul țintă al lor. Observația ne-a fost, de asemenea, de un real folos la analiza contextului în care presa locală valorifică realitatea socioculturală din diferite regiuni ale țării. Observația a fost una structurată, dat fiind faptul că, pentru clasificarea și cuantificarea obiectului cercetat au fost aplicate diverse scheme prestabilite de observare. Aplicând observarea ca metodă de cercetare, am obținut, de asemenea, unele date factologice de o diversitate și o importanță incontestabilă pentru studiul nostru.

Metoda comparativă a fost folosită pentru identificarea unor caracteristici generale, specifice atât presei tipărite naționale, cât și celei locale, dar și pentru reliefarea unor particularități ale presei locale, care îi asigură individualitatea distinctă în contextul general al sistemului mass-mediei. Metoda comparativă a facilitat evidențierea specificității funcționale a presei locale, precum și examinarea tendințelor și a opțiunilor ei socioculturale.

Metoda structural-funcțională a fost relevantă în definirea cadrului de existență și a nivelului de funcționalitate a presei locale. Metoda la care ne referim a oferit posibilități de construcție teoretică și, în același timp, de analiză empirică a serviciilor mediatice și a produselor

puse în circuitul informațional prin intermediul publicațiilor periodice locale, demonstrând virtuțile teoretice ale acesteia în contextul mediatic contemporan.

Abordarea structural-funcțională a permis explicarea specificității și funcționării presei locale, inclusiv a obiectului ei de reflectare, a obiectivelor, rolurilor și funcțiilor acesteia, a structurii și a compoziției publicațiilor periodice locale, a diapazonului tematic al fluxurilor jurnalistice, a tipurilor de produse mediatice, a discursului ei sociocultural etc.

La elaborarea prezentului studiu a fost utilizată, de asemenea, analiza de conținut sau analiza cantitativ-calitativă, care a fost aplicată la cercetarea structurii și a compoziției publicațiilor periodice locale, precum și la analiza demersului jurnalistic care formează conținutul acestora.

Generalizând cele expuse mai sus, constatăm că, în investigațiile efectuate, am apelat la diverse metode de cercetare, dintre care cele mai relevante sunt:

- documentarea, datorită căreia a fost posibilă atât examinarea aspectelor conceptuale și a celor funcționale ale presei locale, cât și cercetarea produsului mediatic finit, pus în circuitul informațional prin intermediul publicațiilor periodice din teritoriu;

- inducția și deducția, care au servit la realizarea chintesenței informațiilor studiate în procesul de documentare, expuse și sistematizate, în mare parte, în primul capitol și în cel de-al doilea, la studierea fenomenelor mediatice specifice presei locale, precum și la identificarea tendințelor și a opțiunilor de dezvoltare ale acesteia;

- observația directă a fost utilizată pe parcursul întregii cercetări, dar mai cu seamă în capitolul 2 al tezei, în care a fost realizată etapizarea dezvoltării presei locale autohtone de după anii '90 ai secolului trecut încoace;

- analiza cantitativă și cea calitativă (content analiza) cel mai mult au fost folosite în ultimul capitol al tezei, acesta înglobând rezultatele obținute în urma cercetărilor realizate, în vederea elucidării specificității presei locale ca proces și ca produs mediatic; aceste metode de cercetare au făcut posibilă evaluarea produsului pus în circuit de anumite publicații periodice, precum și a discursului sociocultural al acestora.

- comparația a fost utilizată atât pentru identificarea specificității presei locale ca element al presei, cât și pentru identificarea opțiunilor și tendințelor socioculturale ale publicațiilor periodice locale autohtone.

În cele ce urmează vom descrie, din perspectivă metodologică și de conținut, studiile care au stat la baza tezei.

În cadrul studiului *Opțiunile socioculturale ale presei locale din Republica Moldova* am efectuat analiza cantitativă și de conținut a produselor mediatice din presa locală, în vederea

identificării frecvenței cu care apar materialele pe domeniul sociocultural, a conținutului și a discursului sociocultural al acestora. Scopul studiului a fost cercetarea modului în care publicațiile periodice locale reflectă dimensiunea socioculturală atât din punctul de vedere al ponderii subiectelor, cât și din punctul de vedere al tematicii, problematicii și al genurilor jurnalistice. Acest scop a impus realizarea următoarelor obiective de cercetare:

- analiza cantitativ-calitativă a dimensiunii socioculturale reflectată în ziarele locale;
- examinarea comparativă a produselor mediatică care abordează realitatea socioculturală, puse în circuit de publicațiile periodice analizate;
- elaborarea recomandărilor pentru revizuirea demersului jurnalistic și pentru îmbunătățirea situației privind dimensiunea socioculturală în discursurile mediatică.

Menționăm că presa locală din Transnistria nu a constituit obiectul de cercetare al acestui studiu, în primul rând, din cauza accesului limitat la publicațiile periodice din zona respectivă. Dovadă a acestei stări de lucru, poate servi faptul că niciunul dintre studiile privind situația mass-mediei în Republica Moldova, care au fost elaborate de diferite organizații naționale și internaționale în ultimele două decenii, nu a inclus în obiectul lor de cercetare segmentul de presă transnistrean, invocându-se tocmai acest motiv. În al doilea rând, regimul de presă în Transnistria este unul autoritarist, respectiv, obiectivele de creație și principiile de activitate ale presei locale din acest teritoriu sunt foarte diferite de cele ale presei locale din alte regiuni ale Republicii Moldova. Acest lucru face imposibilă încadrarea presei locale transnistrene în studiul nostru, întrucât aceasta solicită o abordare aparte, diferită atât din punct de vedere conceptual, cât și funcțional. Când privește publicațiile periodice din Găgăuzia, acestea nu necesită o abordare separată, întrucât activează după aceleași principii ca și oricare ziar local din perimetrul Republicii Moldova, având aceleași funcții și realizând aceleași obiective. În lipsa unor diferențe conceptuale și funcționale între presa din Găgăuzia și cea care apare în alte regiuni ale Moldovei, considerăm că ziarele selectate pentru cercetare sunt reprezentative pentru întreg segmentul de presă locală autohtonă.

Pentru cercetare au fost selectate două perioade de monitorizare a presei locale: 01.10.2010 – 31.03.2011 și, respectiv, 01.10.2015 – 31.03.2016. Acest lucru a fost necesar, pentru a determina opțiunile socioculturale și a identifica tendințele de creație și funcționale ale presei locale. Monitorizarea publicațiilor periodice a fost realizată timp de 12 luni.

Eșantionul cercetării l-au constituit 2 226 de produse mediatică socioculturale, 1 122 dintre care au fost puse în circuit în prima perioadă, iar 1 104 de materiale – în cea de-a doua.

Selectarea publicațiilor periodice a fost realizată în baza următoarelor criterii: caracterul ziarului (generalist sau specializat); arealul de acoperire mediatică (național, regional sau local),

poziționarea geografică (nord, centru, sud), periodicitatea (săptămânal sau cotidian), statutul (public sau privat), forma de înregistrare (ONG, SRL, public), limba, tirajul, modul de difuzare.

Astfel, au fost selectate pentru analiză următoarele publicații periodice:

- *Glia drochiană* – ziar generalist, acoperire locală (raionul Drochia), poziționarea geografică – partea de nord a republicii, săptămânal, statutul – persoană juridică, data înființării – 27 septembrie 1999, fondator – colectivul redacțional, forma de proprietate – publicație periodică înregistrată ca organizație neguvernamentală (neafiliată la structurile de stat), limba de difuzare – română, tiraj – 4 400 de exemplare, mod de difuzare – prin abonament;

- *Unghiul* – ziar generalist, acoperire regională (raioanele Ungheni, Nisporeni, Călărași), săptămânal, poziționarea geografică – partea de centru a republicii, statut – ziar privat, data înființării – 20 iulie 1997, fondator – persoană fizică, forma de proprietate – SRL, limba de difuzare – română și rusă, tiraj – 11 160 de exemplare, mod de difuzare – prin abonare și comerțul cu amănuntul;

- *Gazeta de Sud* – ziar generalist, acoperire regională (raioanele Cimișlia, Cahul, Basarabeasca, Leova, Cantemir, Căușeni, Ștefan Vodă și Hâncești), săptămânal, poziționarea geografică – partea de sud a republicii, statut – ziar public, data înființării – 3 mai 1995, forma de proprietate – instituție publică, limba de difuzare – română, tiraj – 5 000 de exemplare, mod de difuzare – prin abonare;

Selectarea materialelor. Pentru cercetare au fost selectate toate materialele din domeniul social și din cel cultural, puse în circuitul informațional în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 de către cele trei instituții media menționate. Pentru cercetarea acestor publicații periodice a fost folosită monitorizarea directă, iar pentru variantele online ale acestora – arhivele electronice. Analiza de conținut a fost axată pe cercetarea următoarelor aspecte:

- tematica materialelor jurnalistice analizate – socială sau culturală;
- genul jurnalistic ca formă de expresie a produselor mediatice;
- mesajul materialelor jurnalistice (problemă, practică pozitivă sau fapt divers);
- categoria de vârstă a protagoniștilor – minori sau maturi;
- sexul protagoniștilor – feminin sau masculin;
- mediul în care s-a produs evenimentul – urban sau rural.

Cercetarea s-a axat pe două aspecte relevante: identificarea locului și a ponderii materialelor care reflectă dimensiunea socioculturală a realității în interiorul publicațiilor periodice locale și identificarea conținutului, discursului și a tipului de produse mediatice prin care este valorificată dimensiunea socioculturală a realității, dincolo de latura informativă. În



urma realizării acestui studiu, au fost obținute date relevante referitoare la structura și consistența fluxului informațional pe domeniul sociocultural, la tipologia materialelor jurnalistice, la frecvența utilizării genurilor jurnalistice, la caracterul mesajului jurnalistic etc. Produsele mediatice prin care este valorificată realitatea socioculturală de nivel local ne-au interesat atât din punct de vedere cantitativ cât și calitativ, întrucât concomitent cu cantitatea și frecvența, am analizat, de asemenea, ponderea și discursivitatea acestora. În lectura rezultatelor cercetării, ambele metode s-au îmbinat într-o singură interpretare, pentru mai multă coerență.

Concomitent, am analizat și variantele online ale acestor publicații din perioada 01.10.2015 – 31.03.2016. Analiza produselor online din perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 nu a putut fi realizată, întrucât în perioada respectivă ziarele nu dispuneau încă de variante online interactive; ele abia începeau să-și creeze site-uri. Cercetarea a fost realizată pentru identificarea frecvenței apariției și a volumului de materiale care abordează dimensiunea socioculturală a realității în varianta printată și în cea online ale acestor publicații periodice.

Un alt studiu – *Structura și compoziția publicațiilor periodice locale* – a avut drept scop cercetarea publicațiilor periodice locale din perspectiva compoziției lor structurale. Pentru analiză, au fost selectate publicațiile *Glia drochiană*, *Unghiul* și *Gazeta de Sud*, care au constituit, totodată, și obiectul de cercetare al studiului precedent, motiv pentru care, în acest studiu, nu vom recurge la descrierea acestora. Pentru realizarea obiectivelor generale și specifice ale cercetării au fost luate ca bază următoarele variabile:

- volumul sau numărul de pagini;
- cromatică;
- rubricile stabile și cele fluctuante;
- compoziția publicației pe pagini;
- genericul paginilor;
- compoziția publicației pe domenii (economic, politic, social, cultural);
- structura și aspectul grafic al diferitor tipuri de pagini;
- aspectul grafic al exteriorului și al interiorului ziarelor;
- elementele constitutive care asigură identitatea publicației periodice.

Cercetarea a fost concepută, astfel încât să permită descrierea structurală și compozițională a publicațiilor periodice analizate și să ofere o viziune de ansamblu asupra elementelor structural-conceptuale de bază ale unui ziar local, iar metoda principală de cercetare a fost cea cantitativ-calitativă. Acest studiu a conturat practicile operaționale de concepere a ziarului, a designului paginilor și de prezentare grafică a produsului mediativ finit, demonstrând faptul că angajații din instituțiile presei locale își pun la încercare perspicacitatea și creativitatea

jurnalistică, precum și tehnicile necesare dobândirii unui produs mediatic, a cărui expresivitate semantică, compozițională și grafică să genereze dorința individului de a-l procura.

Studiul *Cadrul de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova* a avut în obiectiv evoluția presei locale autohtone în perioada de după '90 încoace. Dezvoltarea presei locale autohtone a fost cercetată prin aplicarea metodelor calitative de cercetare, inclusiv observația, analiza și sinteza. Cercetarea în cauză a avut trei mari obiective finale: stabilirea etapelor de dezvoltare a presei locale, identificarea factorilor care au generat apariția uneia sau altei etape de dezvoltare și determinarea fenomenelor care au apărut în presa locală de după '90 încoace. În urma realizării acestui studiu, am putut contura o viziune de ansamblu asupra cadrului de dezvoltare a presei locale autohtone, reușind, totodată, și să proiectăm anumite prognoze privind dezvoltarea ulterioară a acestui segment mediatic. Acest studiu de caz este unul de tip longitudinal, în care datele colectate și analizate vizează toate etapele cadrului evolutiv al presei locale de până la etapa actuală. Avantajul principal al acestui demers metodologic a fost acela că, aplicându-l am putut observa, analiza și explica metamorfozele care s-au produs în timp în presa locală și care au influențat atât conceptual, cât și funcțional specificitatea acesteia.

Metodele de cercetare pe care le-am utilizat, în corelație cu analiza celor mai reușite practici de cercetare, aplicate de diferiți oameni de știință din mediul autohton, dar și de peste hotare, au contribuit la realizarea scopului și obiectivelor studiului și la soluționarea problemei științifice identificate în introducere.

**Problema științifică importantă soluționată** vizează elucidarea locului și rolului presei locale în contextul sistemului mass-mediei contemporan; etalarea reperelor funcționale ale presei locale în procesul de reflectare a realității de nivel local; elucidarea specificului produsului mediatic pus în circuitul informațional prin intermediul presei locale autohtone; demonstrarea identității discursului sociocultural al presei tipărite locale din Republica Moldova.

Problema științifică soluționată a fost abordată prin prisma schimbărilor social-politice și economice, care s-au produs la sfârșitul secolului trecut - începutul secolului prezent și care au generat modificarea caracterului, rolului și a funcțiilor jurnalismului local ca activitate mediatică, fapt ce *a condus la clarificarea* pentru teoreticienii și practicienii din domeniul mass-mediei a principiilor de activitate a presei locale, a opțiunilor și a tendințelor ei de valorificare a realității socioculturale, *în vederea eficientizării* procesului de creație, funcționalității și discursivității presei locale prin implementarea rezultatelor cercetării realizate în cadrul acestui studiu.

**Scopul și obiectivele lucrării** rezidă în cercetarea, per ansamblu, a presei locale ca element constitutiv al sistemului mass-mediei contemporan, a cărei identitate reiese din obiectivele ei de creație, din rolul și funcțiile pe care ea le realizează într-o anumită comunitate.

**Scopul** constă în elucidarea specificului activității presei locale din Republica Moldova prin identificarea cadrului ei de dezvoltare, a reperelor funcționale și a complexității discursului sociocultural al acesteia. Pentru realizarea scopului propus, au fost trasate următoarele **obiective**:

- cercetarea bazei teoretico-metodologice a presei locale ca mijloc de mediatizare și de modelare a realității socioculturale și elaborarea metodologiei proprii de cercetare;
- analiza rolului, locului și a funcțiilor presei locale în sistemul mediatic contemporan;
- studierea tendințelor contemporane de dezvoltare a presei locale în Republica Moldova;
- cercetarea reperelor funcționale ale presei locale autohtone;
- analiza subiectului prioritar de reflectare a presei locale și a potențialului ei de valorificare a realității socioculturale de nivel local;
- studierea aspectelor structurale și compoziționale ale publicațiilor periodice locale;
- analiza discursului sociocultural al presei locale;
- cercetarea produselor mediatice locale din perspectiva formelor lor de expresie;
- elaborarea recomandărilor practice în vederea eficientizării activității presei locale.

Direcțiile de soluționare a problemelor înaintate spre cercetare se exprimă prin faptul că:

1. vor fi reliefate etapele de dezvoltare a presei locale autohtone în perioada de după '90 încoace, precum și fenomenele mediatice care s-au afirmat în acest răstimp și care au influențat reperele conceptuale și funcționale ale presei locale și au condiționat apariția noilor categorii de presă și diversificarea tipologiei publicațiilor locale.

2. vor fi supuse analizei principiile funcționale, strategiile și tacticile de mediatizare a realității de nivel local, urmărindu-se, în special, modalitatea de valorificare a dimensiunii socioculturale a masivului informațional potențial.

3. va fi cercetată prezentarea grafică a publicațiilor periodice locale în vederea identificării elementelor structural-conceptuale de bază ale unui ziar local, elucidării practicilor operaționale de concepere a paginilor, precum și a designului produsului mediatic finit.

4. va fi reliefat discursul sociocultural al presei locale autohtone, prin realizarea analizei cantitative și de conținut a produselor mediatice puse în circuit de acest segment de media. Cercetarea modului în care publicațiile periodice locale reflectă dimensiunea socioculturală, atât din punctul de vedere al ponderii subiectelor, cât și din punctul de vedere al tematicii, problematicii și al genurilor jurnalistice, va lua în calcul frecvența cu care apar materialele pe domeniul sociocultural, conținutul lor, tipul de mesaje promovate și discursul acestora.

#### **1. 4. Concluzii la capitolul 1**

1. Paradigma cercetării, la fel ca elementele asupra cărora a fost focalizată cercetarea, ne-a orientat spre o digresiune problematică a discursului istoriografic, care a demonstrat existența unui vid serios în rândul lucrărilor de specialitate, în special al celor referitoare la presa locală, la rolul și funcțiile acesteia în societate, la aspectele conceptuale și funcționale ale ei, la subiectul ei de reflectare, precum și la specificitatea socioculturală a produselor jurnalistice ale ei.

2. Cercetările referitoare la rolul presei locale într-o societate, la aspectele ei conceptuale și funcționale au început în țările din Occident în secolul al XIX-lea, continuând și în secolul al XXI-lea. În Republica Moldova cercetarea teoretică a presei locale ca activitate mediatică cu identitate distinctă este în fază incipientă, or, în mediul științific autohton nu a fost realizată până în prezent, nicio lucrare complexă dedicată acestui segment de presă.

3. Presa locală este concepută ca un element cu identitate distinctă al sistemului mass-mediei, al cărei specific rezidă în faptul că ea valorifică un masiv informațional potențial limitat din punct de vedere spațial și este distribuită pe un teritoriu restrâns, arealul ei de difuzare fiind echivalent, de obicei, cu teritoriul unei unități administrativ-teritoriale, iar subiectul ei de reflectare este realitatea socioculturală.

4. Presa locală este un instrument eficient și operativ de reflectare a realității locale, un promotor de idei, care mediatizează această realitate și care, grație acestor însușiri, creează anumite stări de spirit în comunitate, formează atitudini și opinii publice, organizează indivizii sociali să-și ordoneze și să-și desfășoare activitățile lor de zi cu zi, contribuind, astfel, la modelarea realității în care ea funcționează și pe care o valorifică.

5. Activitatea presei locale se materializează în mesaje, care au menirea de a confirma și de a consolida normele unei comunități, de a oferi anumite modele de comportament, asigurând, astfel, transmiterea valorilor și promovarea practicilor sociale pozitive și contribuind la stabilitatea socială și la salvagardarea normelor social-morale.

6. Ziarele locale sunt considerate mijloace de definire a identității unei regiuni, zone anumite, deoarece reflectă opinia și starea de spirit a acesteia, fiind, în același timp, și scut de apărare, dar și exprimându-ne în sens figurat, câine de pază.

7. Actualmente, se impune necesitatea realizării unor noi cercetări și elaborării de noi materiale inedite cu referire la presa locală autohtonă, în vederea reconstituirea tabloului evoluțional al aspectelor conceptual-funcționale ale acesteia și al opțiunilor ei de reflectare a dimensiunii socioculturale a realității.

8. Metodologia cercetării presei locale ca element al sistemului mass-mediei, a tendințelor de dezvoltare și a opțiunilor ei funcționale și de creație în procesul de reflectare a dimensiunii

socioculturale a realității se bazează pe metodele specifice diferitor domenii științifice: sociologie, psihologie, istorie, pe metodele cognitive, axate pe procesele cunoașterii umane în/prin jurnalism, care constituie aspectul gnoseologic al metodologiei cercetării jurnalistice, precum și pe cele axate pe existența obiectivă a lucrurilor în natură, care formează dimensiunea ontologică a metodologiei cercetării jurnalistice.

## **2. PRESA LOCALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA: CONDIȚII DE AFIRMARE ȘI REPERE FUNCȚIONALE**

Identificarea condițiilor de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova impune necesitatea cercetării acesteia în plan diacronic, fapt care oferă posibilitatea elucidării cadrului evolutiv și a reperelor funcționale, aspecte ce consemnează specificitatea acestui segment de presă în contextul mediatic contemporan. Noile procese social-politice, economice și culturale care s-au afirmat la sfârșitul secolului trecut – începutul secolului prezent au marcat profund structurile mediatic naționale, dar mai ales au afectat segmentul de presă locală, care a suportat modificări conceptuale și funcționale semnificative. Drept urmare a acestor schimbări, presa locală se manifestă astăzi ca un instrument foarte eficient de construire a imaginilor mediatic despre realitatea socioculturală locală, precum și ca un mijloc operativ de diseminare la nivel local, dar și național, prioritar, a informației socioculturale.

### **2. 1. Cadrul de dezvoltare a presei locale din Republica Moldova**

Zilnic mass-media transmite foarte operativ un volum enorm de mesaje informaționale, consumatorul de produse mediatic însă nu este capabil să asimileze și să valorifice întregul arsenal de material factologic, ci doar o parte ne semnificativă din acesta. S-a constatat că presa tipărită este cel mai ușor de asimilat. Or, din totalul ei de materiale puse în circuit, publicul reușește să rețină circa 25%, în comparație cu 15% din emisiunile radiofonice și doar 5% din cele televizate [61, p. 15-18]. Probabil că, tocmai din acest considerent, presa tipărită, în general, și presa tipărită locală, în particular, rămân o sursă importantă de informare, în pofida tuturor obstacolelor pe care aceasta le înfruntă în cadrul sistemului mass-mediei, dar și în afara lui. În acest context, identificarea cadrului de dezvoltare a presei tipărite locale este importantă pentru înțelegerea și elucidarea specificității acestui segment de presă. Deși pentru noi prezintă interes prioritar cadrul evolutiv al presei locale autohtone de după '90 încoace (care constituie obiectul de cercetare al acestui studiu), considerăm importantă și prezentarea unor informații generale cu privire la situația publicațiilor periodice locale care au existat pe piața mediatică încă înainte de constituirea Republicii Moldova ca stat independent, precum și unele referitoare la contextul funcțional al presei locale din acea perioadă.

Identificarea cadrului de dezvoltare a presei locale contemporane în Republica Moldova impune o incursiune în istoria modernă a jurnalismului moldovenesc, în perioada în care acesta era parte componentă a mass-mediei sovietice. Acest fapt este determinat de importanța cunoașterii specificului activității presei locale și a contextului ei funcțional de atunci, pentru că analiza istorică ne permite să stabilim factorii care au generat modificările conceptuale și

funcționale, în măsură să condiționeze dezvoltarea presei locale ca element cu identitate distinctă al sistemului contemporan al mass-mediei. În perioada în care RM făcea parte din Uniunea Sovietică, presa locală din acest teritoriu era doar de stat și includea două tipuri de publicații periodice: raionale și orașenești. Presa privată a apărut aici odată cu obținerea independenței statale, doar după ce i s-au creat condiții minime de desfășurare a activității unor atare instituții. Prin urmare, presa locală autohtonă, atât cea de stat, cât și cea privată, deși nu are o istorie îndelungată, a trecut prin mai multe etape de dezvoltare.

În perioada sovietică, obiectivele, rolurile și funcțiile presei locale moldovenești erau în corelație cu principiile presei sovietice, în general. Or, publicațiile periodice locale, la fel ca cele republicane și unionale, erau organe de presă coordonate/monitorizate de Partidul Comunist, funcțiile de bază ale ei fiind cea de agitație, propagandă și organizare colectivă, iar funcțiile rezultau respectiv, din obiectivele ideologice ale puterii sovietice. Astfel, presa locală din această perioadă a fost una de stat, editată din banii publici, fiind sub egida Partidului Comunist din RSSM [17, p. 5]. Considerăm important să specificăm totuși că în URSS, inclusiv în RSSM, *de jure*, existau și alte categorii de presă decât cea de stat, așa cum era, de exemplu, presa sindicatelor sau a asociațiilor obștești, gen DOSAAF – *Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту* (*Societate voluntară de asistență a armatei, aviației și flotei*). *De facto*, acestea însă nu se deosebeau, practic, de publicațiile periodice de stat, întrucât activau după aceleași principii, promovau exact aceleași valori și, în fine, erau controlate de către organele de stat și de partid.

În jurnalismul local din RSSM, realitatea era abordată prin prisma ideologiei sovietice, informația ideologică prevalând sub aspect cantitativ asupra oricărui altui tip de informație. Mai mult, publicațiile periodice specializate pe diverse domenii, cele destinate diferitor categorii sociale și chiar presa pentru copii și adolescenți își concepeau mesajul jurnalistic doar prin prisma directivelor Partidului Comunist, dat fiind că, instituțiile mass-mediei din perioada sovietică făceau, în primul rând, agitație și propagandă. Cercetătoarea M. Țăranu, bazându-se pe ziarele publicate la acea vreme, precum și pe documentele de arhivă, susține că autoritățile sovietice au demarat un amplu proces de dezvoltare a mass-mediei regionale, astfel încât fiecare unitate administrativ-teritorială își avea organul său de presă. Deși conținutul acestora era unul superficial, iar protagoniștii erau prezenți doar ca exemple pentru comunitate, scopul acestora era de a inculca oamenilor realizările politicii sovietice în RSSM. Și, cu toate că presa locală este presa omului simplu, articolele ce vizau problemele globale, precum și problemele cetățeanului de rând lipseau cu desăvârșire [142].

Nu putem fi întru totul de acord cu afirmațiile cercetătoarei Țăranu, întrucât, în pofida tuturor obstacolelor, jurnaliștii depuneau eforturi de a umaniza produsul jurnalistic, de a-i conferi dimensiune socială și de a-l apropia de oamenii de rând. Gazetarii din presa locală foloseau mai multe procedee pentru a umaniza produsul jurnalistic finit, unul dintre acestea fiind realizarea și punerea în circuit a portretelor sociale prin intermediul schițelor. Materialele în cauză relateau istoriile reale ale unor categorii de personaje foarte diferite: muncitori, țărani, ingineri, medici, învățători, tineri, pensionari etc. Dat fiind faptul că, de regulă, acestea aveau o încărcătură emoțională și educațională deosebită, ele constituiau o zonă de interes sporit și un punct de atracție pentru cititori.

În această ordine de idei, o practică pozitivă poate fi considerată publicarea în ziare a scrisorilor semnate de cititorii ziarului. În încercarea de a se apropia cât mai mult de publicul lor, redacțiile inițiau rubrici în care acestea erau publicate. De obicei, acele scrisori relateau despre realizările din teritoriu sau propuneau teme care, în opinia lor, aveau valoare și deci trebuiau mediatizate. Uneori însă cititorii solicitau implicarea jurnaliștilor în rezolvarea chiar a unor probleme cu caracter personal.

O altă practică de acest gen, care avea menirea să încurajeze colaborarea oamenilor de rând cu publicațiile periodice, erau și întâlnirile colectivelor redacționale cu cititorii. Astfel de activități erau benefice și pentru jurnaliști, și pentru oamenii simpli, or, în cadrul acestora, jurnaliștii aveau posibilitatea să se familiarizeze cu situația reală din teritoriu și să identifice noi subiecte de presă, iar cetățenii aveau posibilitatea să semnaleze despre problemele existente sau să-și spună doleanțele. Ele erau organizate atât în satele raionului, cât și în sediile redacțiilor.

În acest sens, și atragerea oamenilor din teritoriu, în vederea colaborării lor cu ziarele, de asemenea, poate fi considerată o practică pozitivă. Corespondenții netitulari relateau din teritoriu despre anumite evenimente, participând, alături de jurnaliștii profesioniști, la scrierea materialelor de presă. Fiecare publicație periodică locală își avea rețeaua sa de corespondenți netitulari, fapt care apropia ziarul de cititorul său.

Totuși, în pofida eforturilor jurnaliștilor de atunci, publicațiile locale erau „organe de presă” ale comitetelor raioanele/orășenești de partid, iar redactorii-șefi erau confirmați în funcție la plenarele comuniștilor, având, astfel, rolul de propagatori ai sistemului sovietic.

Istoria presei tipărite este, mai întâi de toate, istoria libertății de conștiință. Evoluția libertății de conștiință de la finele anilor '80 – începutul anilor '90 ai secolului trecut a catalizat dezvoltarea substanțială, deși inegală, a ziarelor și a revistelor autohtone. Cercetarea activității evolutive a instituțiilor de presă din mass-media moldovenească scoate în evidență transformările foarte rapide și spectaculoase care au avut loc în perioada posttotalitară. Domeniul



comunicațional din țara noastră a fost marcat de spulberarea monopolului unui singur partid, afirmarea pluralismului de opinii, afirmarea legilor economiei de piață, apariția sectorului privat etc. Publicațiile periodice ale aceluși timp au exprimat nevoia de eliberare, de solidarizare, au devenit un instrument combativ împotriva vechiului regim și o tribună de diseminare și de implementare a noilor standarde democratice. În acest context, presa locală nu a fost o excepție. Ea a evoluat sau a stagnat direct proporțional cu celelalte elemente ale sistemului mijloacelor de informare în masă, influențată fiind de diferiți factori de origine politică, economică, culturală, dar mai cu seamă, de cei de origine socială

Transformările social-politice, economice și spirituale, atestate în țările ex-sovietice după 1990 încoace, inclusiv în Republica Moldova, au modificat substanțial structura și tipologia sistemului mass-mediei [67, p. 268] și au contribuit, în mod direct, la apariția diverselor fenomene mediatice – toate acestea reprezentând o constantă a dinamicii evoluției mijloacelor de informare în masă din țările postcomuniste. Procesul a cunoscut și în domeniul presei locale o adevărată explozie, care a generat tendințe noi de dezvoltare a acestui segment mediativ. Între acestea se numără:

- deideologizarea și depolitizarea presei locale: ziarele locale ies de sub tutela Partidului Comunist, făcând primii pași în direcția unei presei libere și democratice;

- reconceptualizarea arhitectonicii și a principiilor funcționale: ziarele își modifică, total sau parțial, titlul, motto-ul, sigla și, desigur, politica editorială;

- diversificarea tipologiei presei locale, grație apariției noilor categorii de presă locală ca: presa privată, cea de partid, cea de divertisment și cea specializată; apar suplimentele specializate ale publicațiilor periodice ca o nouă formă de organizare a informației; se modifică forma de organizare a instituțiilor de presă (SA, SRL, ÎI etc.);

- apariția primelor ONG-uri în domeniul media de nivel local, semnificativă, în acel context, fiind constituirea primei asociații obștești autohtone – *Asociația Presei Independente*, al cărei obiectiv general era susținerea și fortificarea segmentului de presă locală din Republica Moldova; API întrunea mijloacele de informare locale neafiliate politic, iar scopul ei era să promoveze la nivel local jurnalismul de calitate, iar la nivel național – interesele presei locale libere;

- apariția ziarelor comunitare și școlărești, grație susținerii financiare din exterior, care era acordată, în temei, de diferite instituții și organisme internaționale ce alocuau bani pentru astfel de publicații periodice, precum și de anumite organizații neguvernamentale din interiorul țării (*Centrul de Jurnalism Independent*, *Asociația Presei Independente*, *Centrul Tânărului Jurnalist*, administrațiile publice locale etc.);

- extinderea arealului de mediatizare a ziarelor din zonele rurale ale Moldovei de la un singur raion, la două, trei și chiar la mai multe raioane – tendință ce denota creșterea zonei de influență a ziarelor și de transformare a acestora în publicații periodice regionale. Unele dintre aceste tendințe, ulterior, s-au transformat în fenomene mediatice, care au marcat felul de a fi al ziarelor locale, modificându-le statutul, politica editorială, forma și conținutul, proiectându-le astfel, noua lor identitate în contextul sistemului mediatic autohton. Reiterăm că obiectul cercetării noastre îl constituie presa locală din Republica Moldova, adică, presa locală din perioada de după anii '90 ai secolului trecut. Prin urmare, analiza va viza metamorfozele care s-au produs pe acest segment de presă începând cu anii 1990-1991.

Actualmente, Republica Moldova este împărțită în 32 de raioane, cinci municipii și două unități teritoriale autonome, fiecare unitate administrativ-teritorială având sistemul său propriu de informare în masă. Această situație se datorează faptului că fiecare localitate/regiune dorește să se afirme, să se autoidentifice prin intermediul presei de nivel local. În plus, presa locală este în măsură să scoată din anonimat realitatea din zonele îndepărtate ale țării noastre și poate să acopere acele goluri informaționale din sate și orașe pe care le lăsa presa națională.

Dezvoltarea presei locale autohtone este un proces care poate fi cercetat din mai multe perspective și în baza a mai multor fenomene sociale și mediatice, între care, cele mai semnificative pentru cercetarea noastră sunt: reforma administrativ-teritorială și transformările conceptual-funcționale ale publicațiilor periodice. Considerăm că anume aceste două fenomene trebuie luate drept criterii de bază pentru identificarea etapelor de dezvoltare a presei locale pe segmentul diacronic propus, întrucât ele au avut un impact puternic și au generat efecte directe, proeminente și de lungă durată, marcând starea de lucruri din acest domeniu. Astfel, în funcție de reforma administrativ-teritorială, care a reproiectat interiorul țării prin modificarea numărului, dar și a teritoriului unităților administrativ-teritoriale, deosebim 3 etape de dezvoltare a presei locale: 1990-1998, 1999-2003 și 2004 – până în prezent.

În perioada anilor 1990-1998 Republica Moldova era structurată în raioane, după cum a rămas divizată încă de pe timpul conducerii sovietice. În acești opt ani, pe segmentul respectiv de presă s-au produs modificări, în temei, de ordin conceptual, publicațiile periodice locale, din lipsă de cunoștințe, de experiență sau din inerție, continuând să activeze pe principii vechi.

Anii 1999-2003 formează o etapă aparte de dezvoltare a presei locale, care a apărut ca urmare a reînființării județelor, specifice sistemului administrativ-teritorial românesc. Publicațiile periodice locale sunt restructurate: unele ziare locale obțin statutul de ziare județene, altele devin proprietate a colectivelor redacționale sau a unor persoane fizice. La această etapă,

se atestă tendințe noi în activitatea presei locale, atât de natură conceptuală, cât și funcțională și, ca urmare, apar noi categorii de presă, inclusiv cea privată.

Revenirea, în anul 2004, la raioane a consemnat apariția celei de-a treia etape. În această perioadă tendințele obțin durabilitate și se transformă în fenomene mediatice specifice doar presei locale, din care se conturează însăși identitatea acesteia. Tendința de regionalizare ia amploare în rândul publicațiilor periodice private generând noi principii de activitate a acestora.

Considerăm însă că, din perspectiva cercetării noastre, cel de-al doilea criteriu – al transformărilor conceptual-funcționale ale publicațiilor periodice – este mult mai semnificativ. Anume în baza acestuia, în cele ce urmează, vom etapiza procesul de dezvoltare a presei tipărite locale autohtone. Fiecare dintre aceste etape va fi analizată atât din punctul de vedere al metamorfozelor conceptuale, cât și din cel al metamorfozelor funcționale. Conform acestui criteriu, presa locală înregistrează cinci etape de dezvoltare:

- 1990-1994;
- 1995-1998;
- 1999-2002;
- 2003-2008;
- 2009 – prezent.

*I. Anii 1990-1994.* Este perioada în cadrul căreia s-a ajuns la un imperativ al societății dornice de a trăi liber și independent, o perioadă în care au loc mai multe transformări după marele eveniment istoric – obținerea independenței statale. La 1 august 1990 a intrat în vigoare Legea URSS „cu privire la presă și la celelalte mijloace de informare în masă”, ratificată ulterior de Parlamentul Republicii Moldova. A fost un fenomen absolut nou pentru spațiul ex-sovietic, întrucât nu mai existase până atunci un cadru juridic real pentru activitatea mass-mediei. Acest act normativ a permis ca presa să devină liberă din punct de vedere politic, fiind lichidată cenzura [142]. Este perioada în care, în presa locală, se conturează noi tendințe, legate, în primul rând, de reconceptualizarea activității acesteia: schimbarea tematicii, periodicității, formatului; perioada în care se produc schimbări legate de prezentarea grafică și de arhitectura publicațiilor, când ele își schimbă denumirea și simbolică, ajustându-se la noul statut politic al țării. Astfel, în anul 1990, mai multe ziare raionale existente și-au înregistrat oficial titluri noi: cel din Ialoveni a fost redenumit în *Baștina*, cel de la Nisporeni – în *Crai Nou*, cel de la Cimișlia – în *Curier Cimișlia*, cel de la Sângerei – în *Ecoul*, cel de la Cahul – în *Vatra*, cel de la Telenești – în *Vocea gliei* etc. În același an, apare doar o singură publicație de stat – *Valul lui Traian* de la Cimișlia. În anul următor tendința ziarelor de a-și schimba titulatura s-a menținut: ziarul de la

Edineț a devenit *Curierul de Edineț*, cel de la Glodeni – *Lunca Prutului*, cel de la Basarabeasca – *Curierul de Basarabeasca*.

În această perioadă, ziarele raionale au devenit organe ale puterii executive locale, cu apariție săptămânală [10, p. 59]. Ieșind de sub tutela Partidului Comunist, presa locală a avut un respiro de foarte scurtă durată, pentru că, în scurt timp, ea a început să se confrunte cu grave probleme financiare și de identitate. Aceasta s-a întâmplat, pe de o parte, din lipsă de cunoștințe elementare de gestionare a presei ca afacere, iar pe de altă parte, din cauza că partidele politice nou-formate au preferat să țină sub control ziarele locale. Totuși cenzura nu mai persista ca înainte și exista o anumită libertate editorială, în comparație cu ceea ce se obișnuia în URSS. În primii ani de după '90, presa locală privată n-a prezentat interes deosebit pentru jurnaliști, care au ezitat să înceapă o afacere, pe atunci termen străin în domeniul mediatic. Totuși, în anul 1994, la Bălți apar primele ziare private: *Спрос и предложение (CII)* și *Весту (Știri)*.

Presa locală în diferite zone ale țării s-a dezvoltat diferit atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ. Cercetătorul C. Marin susține în studiul enciclopedic *Mass-media*: „În anii de independență a Republicii Moldova, presa din UTA Găgăuzia și din raioanele de est ale republicii s-a dezvoltat pe un făgaș aparte” [38, p. 676]. Presa locală din UTA Găgăuzia a cunoscut un proces de dezvoltare lent și nesigur, întrucât cele două publicații care existau la acel moment aici: *Панорама (Panorama)*, care, de altfel, și-a schimbat de două ori denumirea) și *Знамя (Drapelul)* nu s-au grăbit să-și schimbe nici conceptul, nici principiile de funcționare. Ambele publicații apăreau în limba rusă, iar scopul lor de bază era cel de a pune în valoare activitățile administrației publice locale. Evoluția presei locale în această perioadă nu s-a desfășurat în același ritm nici în raioanele de est ale RM. Presa locală transnistreană nu și-a schimbat statutul de propagator de idei, în acest mod continuând editarea ziarelor de stat rămase de pe timpul Partidului Comunist al RSSM. Paralel, au fost editate și alte publicații finanțate din bugetul public, între care: cotidianul de limbă rusă *Приднестровье (Transnistria)*, 1994), ziarul de „limbă moldovenească” cu grafie chirilică *Аdevărul Nistrean* (1994) și gazeta de limbă ucraineană *Гормин* (1991). În ceea ce privește presa privată, atestăm doar o singură publicație – *Добрый день (Buna ziua)*, 1991), din orașul Râbnița, care a suportat nenumărate persecuții din partea autorităților din stânga Nistrului. Abia după șapte ani, un grup de jurnaliști fondează un nou ziar de alternativă, care critică dur puterea de la Tiraspol – *Новая газета (Ziarul nou)*.

Prima etapă se caracterizează prin câteva tendințe de modificare a activității presei locale:

- colectivele redacționale încep să-și conceapă politica editorială relativ independent față de autorități, ca urmare a diminuării cenzurii și controlului din partea finanțatorilor;

- ziarele încearcă să se autoidentifice, să-și obțină identitatea, ceea ce le face să se distingă în raport cu alte publicații periodice similare;

- publicațiile periodice încep să mediatizeze realitatea prin prisma omului de rând, în funcție de interesele, necesitățile și așteptările acestuia.

Astfel, la acel moment a prins contururi în special opțiunea presei locale pentru schimbările conceptuale și pentru independența funcțională. Nu toate ziarele însă, erau pregătite pentru schimbare. C. Marin susține: „În noile condiții, presa a putut să aibă diferite oportunități: una, dificilă, dar și onorabilă – să se adapteze la regulile economiei de piață și, înfruntând dificultățile inerente, să-și dobândească libertatea și independența nu doar economică, ci și politică, profesională. Alta, mai ușoară, dar vicioasă și primejdioasă – să accepte vechile reguli de funcționare, sacrificând libertatea presei. În mare parte, mass-media etatizată au preferat, la timpul respectiv, cea de-a doua perspectivă” [38, p. 675].

*II. Perioada anilor 1995-1998.* Potrivit unui studiu efectuat de API, în anul 2011 [17], alegerile locale din 1995 au jucat un rol crucial în felul de a fi al presei locale de mai apoi. În primii patru ani de independență, presa locală a început să se obișnuiască, oarecum, cu statutul de instituție liberă, propagatoare a principiilor democratice. Situația s-a schimbat radical după alegerile locale din 1995, când, în majoritatea raioanelor, alegerile locale au fost câștigate de Partidul Democrat Agrar din Moldova, care fiind de factură bolșevică, a revenit la practica veche, sovietică și și-a subordonat activitatea ziarelor raionale. Nu toți jurnaliștii însă au acceptat să se supună noilor patroni, Ca urmare mulți dintre ei au rămas fără un locuri de muncă, iar imaginea publicațiilor a avut, respectiv, de suferit. Anume acești jurnaliști, dornici de libertate, s-au unit și au fondat mai multe ziare, care au constituit nucleul unui nou model de presă locală – cea privată, și, mai important, nesubordonată administrației publice locale.

În aceste condiții, se conturează două tendințe de bază pe acest segment de presă, și anume:

- în presa locală apar tot mai multe ziare private, care sunt concepute ca afacere;

- ziarele locale private se antrenează în diverse proiecte ale unor organisme internaționale, în scopul obținerii unor suporturi financiare. Inițiativa unor jurnaliști de a fonda instituții de presă de alternativă a fost sprijinită de mai multe organizații internaționale, cum este și Fundația Soros-Moldova. Inițial, aceasta a oferit asistență financiară și logistică publicațiilor independente din Chișinău și, deoarece inițiativa a fost una de succes, această experiență s-a extins și în provincie. Primele publicații periodice locale independente care s-au bucurat de suportul financiar acordat de Fundația Soros-Moldova, fiind dotate cu echipament performant, au fost ziarul *Business Info* și ziarul *Cuvântul*. *Business Info* (actuala *Gazetă de Sud*) a apărut la 3 mai

1995, la Cimișlia, având ca obiectiv fundamental suplینirea vidului informațional din domeniul care abia începea să se dezvolte în Republica Moldova – cel al afacerilor. Dat fiind faptul că se distribuia și-n alte raioane învecinate, această publicație periodică își propunea să devină, în partea de sud a țării, o platformă de promovare a micilor întreprinzători. *Cuvântul* din Rezina, fondat la 29 noiembrie, în același an, a văzut lumina tiparului în semn de protest al unui grup de jurnaliști față de cenzura instituită în presă de partidul agrarienilor. La câteva zile de la apariția săptămânalului *Cuvântul*, la Orhei a început să se editeze ziarul local privat *Cetatea*, aceasta fiind o alternativă a ziarului de stat.

Indiferent de statutul său, presa locală din această perioadă s-a confruntat cu grave probleme având de înfruntat foarte multe obstacole. „Ziarele, fiind în perioada de tranziție, sunt cele mai afectate de transformările sociale. Fără subsidiile autorităților locale și din cauza situației economice precare a populației, o mare parte din ziarele locale trec printr-o criză profundă sau își întrerup activitatea” [20, p. 62]. Pentru a susține independența publicațiilor periodice locale, multe dintre care, în primii ani de activitate, nu doar că nu obțineau profit, dar suportau pierderi, Fundația Soros-Moldova a oferit granturi care acopereau cantitatea necesară de hârtie pentru jumătate de an. De aceste granturi au beneficiat: *Business Info* (Cimișlia), *Cugetul* (Bălți), *Acik Ghioz* (Comrat) și *Gazeta de Vest* (Nisporeni).

În această perioadă, și-au făcut apariția pe piața mediatică și alte ziare locale private. Este vorba de: *Спрос и предложение* (*Cerere și ofertă*, 1994) și *Cugetul* (1996) de la Bălți, *Accent provincial* (1997) de la Glodeni, *Est-Curier* (1997) de la Criuleni, *Gazeta de Sud* (1995) de la Cimișlia, *Gazeta de Vest* (1996) de la Nisporeni, *Cuvântul liber* (1998) de la Leova, *Duminica* (1997) de la Fălești, *Unghiul* (1997) de la Ungheni, *Observatorul de Nord* (1998) de la Soroca, *Ora locală* (1998) de la Ialoveni, *Metronom* (1998) de la Călărași, *Becmu* (1998) de la Rezina.

În această perioadă, în UTA Găgăuzia a început să se afirme presa regională. „Principala publicație din regiune a devenit, în anul 1996, ziarul *Becmu Gagayzuu* (Știrile Găgăuziei), editată în limba rusă (cu un insert în limba găgăuză), editată de către Comitetul Executiv al Adunării populare de la Comrat” [38, p. 676]. Publicația în cauză edita și suplimentul *Monitorul Oficial al Adunării*. La acea perioadă, în UTA Găgăuzia s-a extins presa de stat, în raioanele Comrat, Ceadr-Lunga și Vulcănești, fiind fondate publicațiile autorităților publice locale. Totodată, în anul 1995, aici apare și un ziar privat – *Acik Ghioz* (*Ochiul al treilea*).

Această etapă din istoria presei locale autohtone de după '90 încoace reprezintă o perioadă a încercărilor, a tentațiilor profesionale în plan jurnalistic, dar și în cel social, când tendința de a aborda realitatea din perspectiva omului de rând, și nu a funcționarului, cum s-a obișnuit decenii la rând, se extinde și devine o opțiune a ziarelor locale private. Este perioada în care, în tot mai

multe raioane, se încetăţeneşte practica de a fonda ziare de alternativă (individuale sau colective), în care presa locală se bifurcă în presă locală de stat şi privată, cea din urmă luând amploare.

*III. Anii 1999-2002, etapa judeţelor.* În 1999, în RM a fost implementată reforma administrativ-teritorială, conform căreia cele 40 de raioane, moştenite de la RSSM au fost desfiinţate, iar în locul lor, au fost create 11 unităţi teritorial-administrative, numite judeţe [137]. Lichidarea raioanelor a avut drept consecinţă sistarea activităţii unor ziare locale de stat, ale căror echipe redacţionale, în cele mai multe cazuri, au fondat ziare private. În această perioadă, pe fundalul tendinţei de transformare a unor ziare raionale de stat în ziare judeţene şi de dispariţie a altora, presa locală privată şi-a fortificat poziţiile, fiind fondate noi publicaţii periodice: *Anina-info* (1999) de la Anenii Noi, *Ecoul nostru* (1999) de la Sângerei, *Nord info* (1999) de la Edineţ, *ProFamilia* (2001) de la Rezina, *Străşeneanca* (1999) de la Străşeni etc. Totodată, în perioada respectivă au apărut două publicaţii de stat – *Metronom* la Cantemir (1999) şi *Plai Bălţean* la Bălţi (2000).

Pentru prima dată în istoria presei tipărite autohtone s-a înregistrat practica de editare a suplimentelor ziarelor naţionale, destinate judeţelor. Astfel, în anul 1999, cotidianul *Flux* din capitală a demarat editarea a trei ediţii judeţene: *Flux de Orhei*, *Flux de Ungheni* şi *Flux de Bălţi*. Încercarea presei naţionale de a valorifica în plan mediatic unele teritorii mai restrânse însă nu a avut sorţi de izbândă, aceste suplimente suspendându-şi activitatea la niciun an de la apariţie.

În UTA Găgăuzia, ziarele de stat nu au conţinut să apară nici după 1998, când a fost sistată editarea publicaţiilor periodice din banii publici în întreaga republică, întrucât conducerea locală din această regiune nu s-a conformat cerinţelor regulamentelor naţionale. În perioada de referinţă, în această regiune a apărut doar o singură publicaţie privată – *Gagauz halk* (1999) de la Comrat.

Şi în partea stângă a Nistru, în această perioadă îşi fac apariţia câteva publicaţii ale ministerelor şi instituţiilor publice din regiune, între care: *Казачьи весту* (*Noutăţile cazacilor*), *Приднестровский университет* (*Universitatea din Transnistria*), *Православное Приднестровье* (*Transnistria creştină*) etc. „Pe parcursul anilor, în regiune au fost făcute mai multe tentative de a edita publicaţii ce ar asigura pluralismul de opinii şi ar fi libere de imixtiunile autorităţilor separatiste. În acest sens, pot fi amintite publicaţiile *Новая газета* (*Ziarul nou*, 1998) şi *Глас народа* (*Glasul poporului*, 2001). Autorităţile separatiste au făcut totul pentru a împiedica apariţia lor regulată şi nestingherită” [38, p. 676].

Până în anul 2001, statul a încercat să nu rămână indiferent faţă de acest sector media, astfel încât a fost emisă o hotărâre de Guvern ce presupunea fortificarea „cele de-a patra puteri”

în stat. Dar odată cu demiterea Guvernului Sturza, în condițiile accentuării crizei economice și politice, precum și în rezultatul alegerilor anticipate ce s-au soldat cu accesarea la putere a Partidului Comuniștilor această hotărâre nu a mai putut fi implementată, aici încheindu-se orice tentativă a statului de a influența pozitiv (de a susține presa fără a se implica în politica ei editorială) cursul dezvoltării prielnice a presei locale independente.

Sfârșitul secolului trecut a marcat în mod esențial evoluția activității publicațiilor periodice locale atât a celor private, cât și a celor de stat, iar începutul celui de-al doilea mileniu a condus un șir de ziare locale independente la faliment, fiindcă acest domeniu încă nu era privit ca o afacere, care ar genera ulterior profit, iar odată cu suspendarea granturilor din partea Fundației Soros-Moldova și în contextul social-politic confuz, abonamentele, vânzările și publicitatea, toate la un loc, nu acopereau minimumul necesar de supraviețuire a ziarului. În consecință, din peisajul mediatic autohton au dispărut unele publicații, precum: *Cetatea* (Orhei), *Cugetul* (Bălți), *Duminica* (Fălești), *Becmu* (Rezina), *Anina-Info* (Anenii Noi), *Metronom* (Călărași) și *Metronom* (Cantemir).

*IV. Perioada anilor 2003-2008, desființarea județelor și revenirea la raioane.* Județele Republicii Moldova au fost desființate în anul 2003, la doi ani după venirea la guvernare a Partidului Comuniștilor din RM, fiind fondate 32 de raioane (nu 40, ca în perioada sovietică). Această reformă administrativ-teritorială a afectat în mod evident activitatea instituțiilor mass-mediei locale, cu precădere a celor private. A fost reluată practica veche de editare a ziarelor raionale, finanțate direct de administrațiile publice locale, asta în condițiile în care societatea civilă s-a opus cu vehemență acestui lucru. Noile publicații raionale au devenit organele de presă ale consiliilor raionale. În acea perioadă, pe piața mediatică au apărut alte 25 de publicații periodice, finanțate din banii publici, drept urmare, în unele cazuri, a avut loc „exodul jurnaliștilor de la mijloacele de comunicare independente spre cele create de structurile de stat în teritorii” [69, p. 12-14]. Astfel, la această etapă segmentul de presă de stat a cunoscut o adevărată explozie, completându-se cu mai multe titluri de publicații periodice, între care: *Câmpia Glodenilor* (Glodeni, 2003), *Căușeni* (Căușeni, 2003), *Drapelul* (Florești, 2003), *Drapelul muncii* (Anenii Noi, 2003), *Meridian Ocnița* (Ocnița, 2003), *Patria mea* (Fălești, 2003), *Călărași* (Călărași, 2004) etc.

În aceste condiții, presa privată a intrat într-o concurență acerbă cu cea de stat, criza celei dintâi accentuându-se din ce în ce mai mult. „Trist este faptul că nu s-a dus o luptă corectă, loială, ci s-a încercat intimidarea presei private prin diferite căi: fie se împiedica abonarea și difuzarea, fie că primăriile și instituțiile de stat au fost obligate să plaseze publicitate și alte anunțuri doar în ziarele ce aparțineau consiliilor raionale, în ciuda faptului că ele se editau în



tiraje mult mai mici, de asemenea, la comandă, erau organizate controale în redacțiile publicațiilor independente” [17, p. 17]. Cu toate acestea, în perioada de referință pe piața mediatică moldovenească au apărut și publicații private noi: *Cahul expres* (Cahul, 2003), *Curierul de Hâncești* (Hâncești, 2003), *Deșteptarea* (Nisporeni, 2004), *Expresul de Ungheni* (Ungheni, 2007), *CimPrim* (Cimișlia, 2008), *Gazeta.MD* (Bălți, 2007).

În UTA Găgăuzia peisajul presei locale nu s-a schimbat semnificativ, el completându-se cu 2 publicații de stat: *Столица Комрат* (*Capitala Comrat*, 2005) de la Comrat și *Настоящее Знамя* (*Steagul veritabil*, 2007) de la Ciadâr-Lunga, și cu trei publicații private, două dintre care au apărut la Ceadâr-Lunga: *Expres Ayin Acik* (2007) și *Час нук* (*Ora de vârf*, 2008), iar una – la Comrat: *Единая Гагаузия* (*Găgăuzia unită*, 2004). Toate aceste publicații se editează cu sprijinul agenției TICA din Turcia „În anul 2007, noul bașcan al Gagauz Yeri, Mihail Formuzal, a lansat inițiativa de deetatizare a presei regionale, finanțate din banii publici, dar ea nu a fost susținută de autoritățile regionale și nu a fost aplicată în practică. În decursul acestor ani (...) presa locală privată din această parte a țării fiind la limita supraviețuirii” [17, p. 27].

Potrivit aceluiași studiu, realizat de API, „în Transnistria, această perioadă este favorabilă ziarelor de partid, întrucât trei dintre cele nouă partide politice își fondează propriile săptămânale anume în această perioadă: *Обновление* (*Actualizarea*) – organul de presă al partidului cu același nume, *Правда Приднестровье* (*Adevărul Transnistriei*) – organul de presă al Partidului Comunist din regiune, și *Русский прорыв* (*Izbândă rusească*) – organul de presă al Partidului Național-Democrat „PRORÎV”. Presa privată în această parte a țării nu este văzută cu ochi buni, de aceea un singur ziar privat izbutește să apară în 2003, *Человек и эра правды* (*Omul și era adevărului*), care încearcă să aducă lumină în rândurile oamenilor din stânga Nistrului, criticând dur conducerea de la Tiraspol” [17, p. 28].

Anume în această perioadă pe piața mediatică autohtonă se manifestă tendința de regionalizare a presei tipărite locale. Presa regională este o categorie a presei locale, care a apărut în urma reformei administrativ-teritoriale din 2003. La baza acestui tip de presă locală au stat publicațiile periodice, care, inițial au fost concepute să valorifice în plan mediatic realitatea din teritoriul unei singure unități administrativ-teritoriale de atunci – județul. În urma reformei administrativ-teritoriale din 2003, care a „dezmembrat” județele în raioane (teritoriul unui județ a fost divizat în trei sau chiar în patru raioane), această categorie de presă s-a transformat în mod automat în regională, întrucât a continuat să fie distribuită în limitele vechiului teritoriu. Totodată, unele ziare raionale, între care *Observatorul de Nord*, *Cuvântul*, *Gazeta de Sud*, *Unghiul* etc., au încercat să-și extindă arealul de mediatizare, în vederea atragerii noilor cititori și, respectiv, sporirii tirajelor și veniturilor.

Toate ziarurile regionale existente actualmente în Republica Moldova au apărut în perioada respectivă, or, după 2003 nu au fost înregistrate publicații periodice noi care să se poată încadra în această categorie. Toate publicațiile periodice locale noi care au apărut după 2003, fie particulare, fie de stat, pot fi catalogate drept raionale, întrucât se distribuie doar pe teritoriul unui singur raion, reflectă realitatea doar din spațiu respectiv și sunt destinate unui public-țintă format din locuitorii acestor teritorii. Specificăm faptul că, în opinia noastră, la moment, nu există teme pentru a cerceta separat aceste două categorii de presă locală (regională și raională), întrucât ele funcționează în conformitate cu aceleași principii, diferența fiind doar în arealul de distribuire. Chiar și diapazonul tematic al publicațiilor regionale nu se deosebește în mod semnificativ de diapazonul tematic al celor raionale, ziarurile regionale mediatizând, preponderent, realitatea din raionul pe a cărui teritoriu se află sediul redacției. Drept argument poate servi ziarul *Unghiul* din Ungheni care, în pofida faptului că se distribuie pe teritoriul a trei raioane, reflectă în mare parte doar problemele din raionul Ungheni. O situație similară este și în cazul ziarelor *Gazeta de Sud*, *Cuvântul*, *Observatorul de Nord*, *SP* etc.

În aceste condiții apar alte tendințe pe acest segment de presă, și anume:

- creșterea numărului ziarelor finanțate din banii publici, ceea ce intensifică concurența între publicațiile periodice private și cele de stat;
- intensificarea migrației jurnaliștilor din presa privată la cea de stat;
- reorientarea fluxului de publicitate locală spre publicațiile de stat;
- extinderea masivului de valorificare și de distribuire a ziarelor locale private, „fapt ce denotă o tendință favorabilă de lărgire a zonei de influență a ziarelor” [67, p. 270]. Această tendință a pus bazele unui fenomen, numit regionalizare, care, ulterior, a cuprins întreg segmentul de presă locală privată.

V. 2009 – până în prezent. Anul 2009 a fost unul de cotitură pentru politica autohtonă, atunci când la conducerea statului a venit *Alianța pentru Integrare Europeană* (AIE) – un sistem nou de conducere, care pleda pentru democratizarea în masă a societății, inclusiv a presei. La un an de la formarea noului parlament, a fost adoptată *Legea nr.221 din 17.09.2010 privind deetatizarea publicațiilor periodice publice*, care prevede scoaterea ziarelor locale de sub influența consiliilor raionale, reformarea periodicelor finanțate din banii publici și transformarea acestora în instituții independente. Deși legea a fost aprobată acum șapte ani, prevederile acesteia nu au fost aplicate niciodată până în prezent, or, niciunul dintre ziarurile locale din categoria vizată în lege nu și-a schimbat statutul inițial. Chiar la începutul acestei etape, presa locală privată s-a completat cu două publicații periodice private: *Munca pașnică* (Strășeni, 2009) și *Gagauzlar* (Comrat, 2009).

Actualmente, segmentul de presă locală autohtonă include 54 de publicații, dintre care 28 de ziare sunt private, iar 26 de ziare sunt editate de consiliile raionale/municipale. Șapte dintre cele 28 de ziare private din Republica Moldova apar în UTA Găgăuzia, iar dintre cele 26 de ziare de stat autohtone, în această regiune apar patru publicații. În Transnistria, ziarele locale se subdivizează în mai multe categorii. Astfel, din cele 28 de publicații periodice locale care se editează cinci sunt private, trei, de partid, una – bisericească și 19 sunt de stat.

La această etapă, a prins contururi tendința publicațiilor periodice tipărite de a-și crea pagini online și de a-și dubla varianta print cu una similară online. Inițial, ziarele locale aveau doar site-uri în care era postată informația generală despre publicație și datele de contact, ulterior, ele și-au creat pagini interactive care permiteau nu doar postarea materialelor jurnalistice din varianta print, ci și menținerea relațiilor cu cititorii săi. Grație suportului financiar pe care l-a oferit ziarelor locale private fundația Soros Moldova, la începutul anului 2011 majoritatea dintre ele aveau variantă online. Menționăm că nici până în prezent în teritoriile îndepărtate de capitală nu există instituții de presă locală online, ci doar variantele online ale publicațiilor periodice tipărite. Astfel, presa locală online încă nu s-a afirmat ca fenomen mediatic în Republica Moldova.

Așadar, „noile procese social-economice și politice care s-au manifestat la sfârșitul secolului trecut - începutul secolului prezent au marcat considerabil structurile mediatice naționale, dar mai ales, acestea au afectat segmentul de presă locală. Alături de tradiționalele publicații periodice locale de stat, în provinciile Moldovei, au început să apară, deși lent și foarte modest, primele ziare de alternativă. Reforma administrativ-teritorială (revenirea la județe, apoi lichidarea acestora și formarea raioanelor), deși a afectat în mod evident stabilitatea relativă a unor instituții ale mass-mediei și a favorizat, în unele cazuri, exodul jurnaliștilor de la vechile mijloace de informare spre cele noi, a avut însă și un caracter benefic, favorizând apariția noilor categorii de presă. În cei 25 de ani de existență, presa locală din Republica Moldova și-a diversificat structura și tipologia în așa fel încât, în prezent, ea înregistrează cele mai diferite categorii, de la presa de stat la cea comunitară” [67, pp. 268].

Cea mai semnificativă categorie de presă, care a apărut pe eșichierul ziarelor locale din Republica Moldova de la '90 încoace, e cea privată: *Avto-Foto*, *Est-Curier*, *Gazeta de Vest*, *Accent Provincial*, *Cuvântul liber*, *Unghiul*, *Observatorul de Nord* etc. Tipul respectiv de presă și-a făcut apariția pe piața informațională locală în perioada în care publicațiile de stat continuau să fie finanțate cu regularitate, aveau tiraje impunătoare, erau foarte influente. Pentru a se menține, ba chiar și a concura cu giganții de stat, presa privată a optat pentru reforme și a întreprins un șir de acțiuni de reorganizare conceptuală și funcțională, de genul:

- reprofilarea publicațiilor în funcție de interesele publicului cititor – publicațiile private au fost orientate din ce în ce mai mult spre interese concrete, care țin de vârsta cititorului, de studiile, zona de rezidență, sexul, ocupația, naționalitatea acestuia etc. Astfel, au apărut ziare private de reclamă, de divertisment, de sănătate, ziare ale minorităților naționale etc.;

- extinderea arealului de acoperire mediatică;
- reducerea gradului de implicare a presei locale în politică;
- concentrarea în mod prioritar, pe realitatea socioculturală;
- extinderea diapazonului tematic;
- schimbarea unghiului de abordare a realității;
- modificarea stilului de expunere a faptelor;
- diversificarea genurilor de presă utilizate pentru mediatizarea realității (de la cronici și materiale analitice până la povestiri umoristice și bancuri);
- promovarea practicilor socioculturale locale;
- mediatizarea, în mod prioritar, a subiectelor locale;
- punerea în valoare a comunităților din teritoriul pe care îl acoperă în plan mediatic.

O altă categorie de presă locală a fost cea de divertisment: *Chef, Tropoțel și Tropoțica, Sport Plus, Viața familiei și nu numai, Casa Mare* etc. Ziarele locale de divertisment reprezintă o categorie nouă, absolut diferită ca tipologie, structură și conținut de modelul clasic, elitist al presei. Grație conținutului său, acest gen de presă a fost numită, pe drept cuvânt, presă populară. Procesul de constituire a presei de divertisment, specific nu doar țării noastre, ci și tuturor țărilor fostului lagăr socialist, este considerat drept catalizator al restructurării întregului sistem al mass-mediei. În această ordine de idei, M.Coman susține că „apariția ziarului de divertisment a fost percepută ca un atentat la modelul elitist de presă, dominat de misiunea educativă; de fapt, succesul acestuia, care a determinat toate ziarele să introducă numeroase materiale de fapt divers și să-și schimbe modelul de a face presă, a marcat victoria celui de-al doilea spațiu public, a celui popular. Curiozitatea și interesul acestuia pentru micile lucruri ieșite din comun a declanșat reorientarea agendei jurnaliștilor de la faptul oficial la cel cotidian, de la normalitate la abatere, de la opinie la anecdotic...” [36, p. 214].

Din anul 2001 încoace s-a dezvoltat și presa locală pentru tineret. Deși majoritatea ziarelor de acest fel a fost efemeră, unele publicații au reușit totuși să se afirme pe piața mediatică autohtonă. În unele raioane au apărut, de-a lungul anilor mai multe publicații periodice pentru tineret, care, fie s-au succedat, fie au apărut în paralel. De exemplu, „la Ungheni, în anul 2001, a apărut ziarul *Junior* – publicație periodică a Consiliului Local al Copiilor și Tinerilor din Ungheni, susținută financiar de Ambasada SUA. Inițial, ziarul a apărut cu un tiraj de 1000 de

exemplare, în opt pagini A4, devenind, după apariția a șase numere, o publicație a tinerilor din orașul Ungheni, care era prezentată în 4 pagini A3, cu un tiraj de 1000 de exemplare. Ambele variante se tipăreau lunar. Din lipsă de bani, ziarul și-a sistat activitatea în martie 2004. În anul 2002 a apărut un supliment al ziarului *Unghiul*, destinat tinerilor și editat de către Direcția Județeană Tineret și Sport. Acesta era destinat tinerilor din întregul raion, motiv pentru care avea un tiraj de peste 6000 de exemplare. Suplimentul a apărut timp de un an de zile” [67, p. 269]. Din februarie 2006, Centrul Regional de Resurse pentru Tineri „Făclia” a început să editeze ziarul *Tineri pentru tineri*, care apărea lunar, în două pagini A3 și se distribuia ca supliment la ziarul *Unghiul*.

În presa locală s-au înregistrat și încercări de a edita reviste pentru tineret. De exemplu, publicația periodică *Gazeta de Vest* din Nisporeni a editat un supliment lunar – revista *Steluțele școlii* – care se distribuia în tot raionul și includea, preponderent, materiale realizate de cititori, în special de elevii școlilor din teritoriu. Câțiva ani mai târziu, după ce această revistă a încetat să mai apară, la Nisporeni s-a făcut o altă încercare de a edita o revistă pentru copii – suplimentul *Academia*, care, în mai puțin de un an, și-a sistat și acesta activitatea.

Conform recensământului realizat de Centrul Tânărului Jurnalist din Moldova (în perioada februarie - octombrie 2006, cu participarea a circa 150 de redacții active și inactive), în anul 2006, în Moldova se editau 119 ziare pentru tineret [47]. Presa tinerilor a avut o audiență de 70 125 de cititori, la editarea ziarelor respective au fost implicați 687 de tineri 50% din ziare au fost tipărite în regiuni rurale, 22%, în centre raionale și 28%, în Chișinău. În următorii 10 ani, presa locală pentru tineret a cunoscut un declin accentuat. În prezent acest segment media cuprinde, în cea mai mare parte, ziarele școlărești, acestea însă au un circuit închis, și prin urmare, impactul și efectele lor asupra opiniei publice sunt ne semnificative.

Un fenomen nou pentru presa locală de la '90 încoace este autodefinirea identității publicațiilor periodice. Menționăm că cele mai multe dintre ziarele care au apărut în această perioadă se autodefinesc drept ziare libere, independente. „Apariția presei libere a reprezentat primul segment de instituționalizare a libertății cucerite în stradă, de normalizare a spațiului public” [31, p. 47]. Din categoria presei locale independente fac parte ziarele autonome din punct de vedere financiar și independente din punct de vedere conceptual, în raport cu structurile de stat și cele de partid. „Dobândirea libertății cuvântului, a dreptului și a capacității de exprimare neînhibată, necenzurată a opiniei proprii, în consens sau, mai degrabă, în dezacord (în răspăr chiar cu opinia majorității), au condus într-un ritm extrem de accelerat, la înmulțirea mass-media independente” [8, p. 68], imparțiale și obiective. În rândurile presei independente din provincie, de-a lungul anilor, s-au înscris mai multe publicații periodice, între care: *Vocea satului* –

Ungheni, *Vatra* – Cantemir, *Patria* – Dubăsari, *Călărașii* – Călărași, *Opinia* – Criuleni, *Curierul de Drochia* – Drochia, *Lunca Prutului* – Glodeni, *Timpul* – Hâncești, *Долина* – Călărași, *Flux de Orhei* – Orhei, *Vatra satului* – Larga Veche, *La Steaua* – Telenești, *Duminica* – Fălești, *Evenimentul* – Cahul, *Elan bălțean* – Bălți, *Femida* – Cahul [67, p. 269].

Principiul independenței este mult mai greu de respectat într-o comunitate mică decât în una mare. Unui ziar național îi este relativ ușor să riște să-și asume supărarea unui anumit grup de interese sau a unora care cumpără publicitatea, pentru că are alternative și pentru că, într-un spațiu public extins, de talie națională permanent apar noi oportunități. Dar un ziar mic care depinde de publicul său țintă și de puținii agenți economici dintr-un teritoriu restrâns, de sprijinul din partea unui anumit grup sau de susținerea din partea unui anumit client are nevoie de curaj ca să reziste presiunilor și să-și demonstreze independența.

Independența se află în centrul oricărei declarații pe principii etice privitoare la funcționarea presei, iar presa independentă trebuie să-și cultive acest rol, rezistând presiunilor de orice fel ale autorităților locale sau ale guvernului național, ale anumitor grupuri de interese din comunitate, ale unor persoane influente, ale celor care cumpără spațiu publicitar [40, p. 34]. Un ziar și angajații săi trebuie să reziste la presiuni și să-și demonstreze independența prin acțiuni concrete. Independența *de jure*, în lipsa celei *de facto*, mai devreme sau mai târziu, transformă ziarele fie în agenți de publicitate ai unor grupuri financiare, fie în purtători de cuvânt ai unor structuri de stat, fie în formatori de imagine ai unor partide politice. Deci nu este suficient ca ziarul să fie independent doar la nivel declarativ, conform statutului. Independența trebuie demonstrată, menținută și promovată atât la nivelul politicii editoriale și la cel al acțiunilor jurnaliștilor (în raport cu sursele de informare și cu personajele materialelor lor de presă). E cunoscut faptul că jurnaliștilor care activează în regiuni restrânse și în comunități mici le este mult mai greu să-și păstreze independența decât celor care își desfășoară activitatea la ziarele naționale. Aceștia sunt presați să participe la acțiuni voluntare, să facă parte din structurile autorităților locale, fapt care, de multe ori, poate conduce la apariția conflictelor de interese.

Independența presei locale de mediul politic și de cel economic este unul dintre factorii care asigură succesul acesteia pe piața mediatică autohtonă. O publicație periodică independentă, conform opiniei cercetătoarei T.Пенкова, este un intermediar onest, imparțial și fără atitudini preconcepționate între informația socială și publicul cititor. Cercetătoarea susține: „Un ziar independent își consideră propria independență ca pe cel mai valoros activ comercial, redacțional și moral. El își protejează independența, astfel încât în orice moment să aibă posibilitatea să apeleze la toți membrii auditoriului său. Ziarul își menține propria independență printr-o atitudine profesională impecabilă, familiarizându-i cu principiile sale atât pe colaboratori, cât și

pe fiecare dintre cititorii sau clienții săi, care doresc să afle aceste principii. În cazul unor decizii profesionale de principiu, un ziar independent nu va lua în calcul interesele economice sau politice înguste ale unor persoane fizice sau juridice, inclusiv nici pe ale lui” [104].

În perioada de tranziție timpurie, presa locală independentă făcea primii pași. Bineînțeles că atunci nu exista nici „tradiția de posedare particulară, corporativă a ziarelor” [107, p. 22], nici practica de management și marketing media, nu exista nici piață informațională, nici abilități de scriere „pe stil nou” etc., fapt care făcea extrem de dificilă activitatea și chiar existența acesteia. Publicațiile periodice au încercat diverse modalități de adaptare la condițiile nouformate, au elaborat strategii proprii și au implementat politici editoriale diverse, au comis multe erori, dar au tras și multe învățăminte, astfel încât ele au condus la „crearea unui model nou al sistemului de informare, care nu este controlat nici de stat, nici de partide, nici de legile pieței, ci numai de societate” [97].

Ziarele independente și-au propus scopul să schimbe imaginea ziarului local – să pună bazele unei prese de altă natură, mai interesante, mai calitative, mai utile, care să aibă șanse de viitor. Și astăzi, când urmărim evoluția acestora, timp de aproape trei decenii, ne dăm seama că o bună parte a obiectivelor lor au fost realizate. Realizarea acestor obiective a fost posibilă, în mare măsură și datorită sectorului asociativ al mass-mediei, în special datorită *Asociației Presei Independente* (API) – unica instituție nonguvernamentală din Moldova care a reușit să mobilizeze presa locală din toate regiunile țării. Această organizație obștească din domeniul media are meritul de a fi acționat la timp, pentru a ridica nivelul de instruire profesională a jurnaliștilor din presa locală, de a-i face să înțeleagă necesitatea de asociere și, efectiv, de a contribui la crearea și dezvoltarea unei prese locale de calitate în Republica Moldova. Misiunea de bază a API a fost și este: dezvoltarea continuă a mass-mediei locale libere și imparțiale; creșterea impactului instituțiilor presei locale asupra comunităților, în particular, și a societății, în general; sporirea efectelor sociale ale acestora. API definește presa independentă drept niște publicații periodice care își propun să reflecte realitatea obiectiv, adică să se concentreze asupra faptului și să îl separe de opinie, și care au în postură de fondatori și patroni persoane neafiliate politic sau persoane care nu sunt funcționari publici locali.

Potrivit ex-directorului API T.Iașcenco: „Apariția ziarelor independente în republica noastră înseamnă, pentru cititor, posibilitatea de a urmări o gamă largă de păreri vizavi de o problemă sau alta. Această presă ajută să schimbe atitudinea oamenilor față de mijloacele de informare în masă, „balanța” încrederii înclinând tot mai mult pentru edițiile independente, numărul cărora în pofida multor dificultăți, este în continuă creștere” [3, p. 54-55]. Datele statistice prezentate de API confirmă afirmațiile de mai sus. Astfel, la 1 ianuarie 1996, pe

segmentul presei locale din Republica Moldova erau înregistrate doar două publicații de acest tip, la Rezina și la Cimișlia, iar, spre sfârșitul anului 2001, *API* cuprindea deja 14 ziare din categoria celor independente, cu un tiraj total de 56 000 de exemplare. Ziare locale independente au apărut în acel an la Chișinău, Bălți, Soroca, Nisporeni, Criuleni, Tighina, Comrat, Leova, Sângerei, Drochia, Ungheni, Ialoveni, Edineț [67, p. 269].

Ideea fundamentală a unei presei independente, libere este că, din confruntarea de opinii și concepții prezentate de ea, într-un final trebuie, să iasă la suprafață adevărul. În realitate însă adevărul nu iese întotdeauna la suprafață, decât doar dacă cineva îl scoate. Oricât ar fi de paradoxal, dar nu există o singură versiune consacrată a noțiunii de adevăr. Într-o localitate în care există un singur ziar, cititorul poate să nu cunoască divergențele de opinie într-o anumită problemă, decât doar dacă ziarul respectiv vrea să le prezinte. Actualmente, simțul responsabilității în rândul ziariștilor din presa locală este în plină ascensiune, or, ei recunosc importanța relatării imparțiale, echilibrate a informației și promovează în scrierile lor jurnalismul de calitate. Dar, spre deosebire de jurnaliștii din presa republicană, cei de la publicațiile locale sunt nevoiți să depășească anumite obstacole, generate de apropierea lor, pe de o parte, de sursele de informare, iar pe de alta, de publicul-țintă, a cărui majoritate o constituie persoane cunoscute: vecini, prieteni, rude etc. Criteriul proximității spațiale definește specificul presei locale, iar faptul că sursa de informare este aproape atât de jurnaliști, cât și de cititori „ar putea fi un avantaj, dar și o incomoditate, or jurnalistul local, mai puțin ca oricare alt jurnalist, are dreptul să greșească. De îndată ce a comis o greșeală, neapărat se vor găsi mâine vreo douăzeci de persoane care să-l oprească în stradă și să-i ceară socoteală” [130, p. 52].

Reporterii din presa locală nu se bucură de niște drepturi speciale, mai deosebite decât ale celorlalți cetățeni. De fapt, ei nici nu pretind la asemenea facilități. Ei vor, pur și simplu, să fie lăsați să-și facă meseria, onest și echidistant, să urmărească faptele și să le expună clar și veridic. Or, realitatea trebuie să fie reflectată din mai multe unghiuri de vedere, iar presa trebuie să fie deschisă pentru toți oamenii, inclusiv pentru acei care nu împărtășesc opiniile majorității. Motivul din care reiese că presa este cu adevărat un institut democratic în societate constă în pluralismul opiniilor exprimate de ea. Printr-un mod greu de înțeles, din această avalanșă de informații și dezinformări iese la lumină adevărul, care este acceptat de toți [105, p. 14-18].

Așadar, reformele democratice, procesul de trecere la economia de piață și principiile acesteia s-au resimțit în toate domeniile vieții publice din Republica Moldova, inclusiv în mass-media, doar „evoluția presei nu ilustrează, pur și simplu, ciclicitatea economică, ci dezvoltarea socială de ansamblu” [11, p. 281]. Astfel, procesele de renovare a realității sociale în etapa inițială a tranziției și-au găsit expresia calitativă și cantitativă în activitatea mijloacelor de



informare în masă de nivel local, generând noi tendințe de dezvoltare a acestora și noi opțiuni de creație din care, ulterior, s-a conturat identitatea presei locale contemporane autohtone. Transformările complexe din acea perioadă, care au constituit principalul subiect de reflecție a presei de atunci, au generat modificarea caracterului, politicii editoriale și a conceptului instituțiilor mediatice, determinând diferențierea acestora.

## **2. 2. Presa locală autohtonă: aspecte funcționale**

Societățile umane au creat, de-a lungul timpului, structuri stabile, denumite instituții, care au menirea să conserve și/sau să dezvolte scopurile fundamentale ale indivizilor sociali, în particular, și ale diverselor grupuri sociale, în general. „Instituțiile reprezintă sisteme de bază ale coeziunii cu caracter durabil, unitar, exprimat într-o organizare socială. Fiecare instituție este un tip de organizare a unor activități publice în domeniul social, economic, politic sau cultural, orientate spre prestarea diferitor servicii, spre coordonarea sau gestionarea unei anumite ramuri de activitate umană, spre rezolvarea problemelor care apar în procesele practicii sociale, precum și spre realizarea scopurilor esențiale ale indivizilor sociali – actori ai acestor procese. Mass-media, în general, și presa locală, în particular, sunt instituții organizate în scopul asigurării circuitului informațional, prin care se realizează informarea societății, analiza realității sociopolitice și economice, socializarea și culturalizarea maselor etc.; în competența acestor instituții intră diseminarea informației de interes public pe orizontală și pe verticală și asigurarea comunicării între indivizi sociali, grupuri, straturi, pături și clase sociale” [65, p. 180].

Presa locală reprezintă un element cu identitate distinctă în sistemul presei, pentru că folosește principii specifice de concepere, de editare și de distribuție. Identitatea funcțională a presei locale este determinată de mai multe particularități ale ei:

- ea include publicațiile periodice care valorifică doar realitatea de nivel local (din raioane, județe, regiuni, ținuturi, sate etc.);
- își are sediul într-un centru raional, județean, regional etc., dar acesta se poate afla și în capitala țării;
- se tipărește, de obicei, într-un singur oraș, la o singură imprimărie;
- are un areal de acoperire și de mediatizare limitat (aproximativ similar cu o unitate administrativ-teritorială);
- are un diapazon tematic restrâns, axat mai mult pe realitatea socioculturală din teritoriu;
- se orientează spre producerea informației utilitare și de avertisment;
- poate avea în postură de fondatori persoane fizice sau juridice atât de nivel local, cât și de nivel național;

- poate fi editată de instituții de stat, organizații private, ONG-uri, de mișcări social-politice  
– toate cu impact local sau zonal;

- se adresează unui public-țintă bine definit și, în linii generale, cunoscut.

Activitățile curente, în particular, și principiile funcționale ale presei locale, în general, sunt influențate de un șir de factori, între care proximitatea spațială, obiectivele, rolurile, funcțiile și opțiunile de creație ale acesteia.

Primul factor – proximitatea spațială – determină abordarea mediatică, prioritar, a realităților locale (economice, culturale, sociale, administrative, politice etc.) din zonele unde se editează și se difuzează. Datorită acesteia, presa locală întotdeauna valorifică un masiv informațional potențial limitat, punând în circuit informații, preponderent, cu caracter local. Informațiile de talie națională sunt incluse în fluxul informațional al publicațiilor periodice locale, doar dacă au tangență sau dacă pot influența, într-un anumit mod, realitatea locală. Acest lucru marchează și stabilește valențele diapazonului tematic, astfel că, în presa locală, au prioritate informațiile care prezintă interes pentru comunitatea delimitată geografic sau administrativ și cele despre mediul sociocultural din spațiul în care coexistă publicul țintă al ei. Tocmai aceste particularități profilează individualitatea presei locale și o transformă într-un element distinct, personalizat, complementar și foarte necesar în sistemul contemporan al mass-mediei.

Un alt factor care influențează activitățile curente și principiile funcționale ale presei locale sunt obiectivele pe care și le propune ea. Obiectivul general al presei locale este asigurarea unui circuit informațional de nivel local, în concordanță cu circuitul informațional național sau chiar cu cel internațional, în vederea construirii mediatice a realităților socioculturale de nivel local, a includerii acestora în fluxul informațional general și a aducerii lor pe agenda publică națională. Întru realizarea acestui deziderat, publicațiile periodice locale prestează un anumit gen de servicii mediatice și realizează anumite activități profesionale, în linii mari, diferite de cele din presa națională. „Printre obiectivele ce conturează sfera de competențe generale care îi revine presei locale se consideră:

- promovarea informației relevante pentru clarificarea valorilor comunitare;
- mediatizarea factorilor și a priorităților care însoțesc orice problemă publică;
- monitorizarea acțiunilor autorității publice locale;
- asigurarea unui grad înalt de participare socială a cetățenilor;
- mobilizarea maselor și orientarea acțiunilor comunitare;
- crearea unui public imaginar cu aceleași valori și viziuni comunitare;
- promovarea practicilor comunitare pozitive etc.” [65, p. 180].

În orice unitate administrativ-teritorială a unei țări există un șir de instituții sociale, fiecare având un statut aparte, un loc și rol anumit în gestionarea vieții publice de aici. Diferit este și impactul pe care îl exercită aceste instituții asupra indivizilor și asupra realității din limitele acestui teritoriu, precum și efectele pe care ele le generează în urma activității lor. Statutul publicațiilor periodice locale în cadrul comunităților moderne este unul esențial, un statut-cheie, deoarece, anume presa locală, mai mult decât oricare altă instituție din teritoriu, influențează realitatea și percepțiile sociale ale indivizilor, având un rol foarte important în formarea opiniei publice, în modelarea acțiunilor sociale, în asigurarea interacțiunilor comunitare, precum și în conștientizarea identităților sociale ale persoanelor care locuiesc și activează în acest teritoriu. Statutul pe care îl deține o instituție sau alta generează rolurile sociale ale acestora care, la rândul lor, influențează activitățile curente și principiile lor funcționale. „Rolul general al presei locale este de a consolida spațiul sociocultural la nivel local, fapt pentru care publicațiile periodice asigură realizarea concomitentă a mai multor roluri particulare, între care:

- integrarea individului social în comunitate și a comunității în societate;
- propagarea tradițiilor locale, a normelor și a practicilor pozitive comunitare;
- cultivarea simțului responsabilității cetățenilor pentru calitatea vieții la nivel de comunitate;
- armonizarea relațiilor comunitare pe verticală și pe orizontală;
- mobilizarea populației pentru soluționarea în comun a problemelor din teritoriu;
- coagularea comunității prin făurirea rețelelor sociale la nivel comunitar;
- definirea și ierarhizarea priorităților comunitare și naționale;
- propagarea obiectivelor și valorilor comunitare;
- orientarea acțiunilor comunitare etc.” [65, p. 181].

Presa locală impune cumularea și realizarea simultană a unui șir de activități specifice, oferind, astfel, publicului său anumite funcții mediatică. „Activitățile mijloacelor de comunicare în masă reprezintă alternative funcționale, or, apar și se manifestă ca răspuns la multitudinea de interese și de necesități individuale, colective sau sociale ale publicului. În scopul satisfacerii nevoilor informaționale ale indivizilor, jurnalismul pune în circuit produse care, fiind valorificate, generează faptul că publicul este informat. Acest fenomen mediatic poartă denumirea de funcție” [60, p. 17]. Funcțiile pe care le cumulează și le realizează presa locală, de asemenea, influențează activitățile curente și principiile funcționale ale acesteia.

Funcția mediatică este o consecință a activității mass-mediei, ce apare ca răspuns la așteptările publicului și generează anumite activități specifice ca formă și conținut. Cuvântul „funcție” este de origine latină și are multiple sensuri, ce reies din specificitatea contextului în

care este utilizat. *Dicționarul explicativ al limbii române* [13, p. 404] propune opt sensuri pentru această vocabulă, sensul acceptat, în cazul nostru, este „sarcină, rol sau destinație”. Definițiile, sensurile cuvântului funcție sunt multiple, pentru noi însă prezintă interes câteva dintre ele, care, ar putea fi utilizate în studiul nostru. Așadar, în viziunea diverșilor savanți, funcția este:

- o contribuție pe care un element o aduce la satisfacerea unei cerințe a sistemului din care face parte, contribuind la menținerea și dezvoltarea acestuia [71, p. 260];

- o relație dintre două sau mai multe elemente ale unui sistem, caracterizată printr-un rol sau finalitate [18, p. 37];

- orice activitate desfășurată de mass-media în înțelesul de influență pe care o exercită asupra întregii societăți sau asupra unei subdiviziuni a acesteia [11, p. 23];

- un ansamblu al fenomenelor, apărute în procesul satisfacerii unor nevoi [9, p. 71].

Funcțiile mediatică ale presei locale derivă, pe de o parte, din specificitatea acestui segment de presă în contextul mediatic contemporan, iar pe de altă parte, din funcțiile generale ale mass-mediei [65, p. 181]. Dintre cele cinci funcții generale ale mass-mediei, cea de informare și cea de interpretare sunt cele fundamentale în presa locală, întrucât acestea servesc drept bază pentru realizarea celorlalte funcții. Or, pentru socializarea, culturalizarea și relaxarea cititorilor, jurnaliștii folosesc atât genurile informative: știrea, interviul, reportajul etc., cât și genurile analitice: editorialul, comentariul, analiza etc. Totuși în presa locală cea mai relevantă rămâne a fi funcția de informare, care prevalează atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ. După M.Coman, funcția de informare a mass-mediei „poate fi „tradusă” prin trei sintagme diferite:

- drept urmare a activității presei, publicul este informat – *funcție*;

- presa are misiunea de a informa publicul – *rol*;

- prin informațiile pe care le distribuie, presa influențează gândirea și comportamentul publicului – *efect*” [9, p. 70].

Este evident, susține cercetătorul, că presa nu ar exercita o asemenea funcție, dacă nu ar exista, ca o premisă a acesteia, o dorință și o căutare de informații, ca expresie a unor necesități elementare ale omului. Iar nevoile pe care le poate satisface jurnalismul local, fie ca substitut, fie ca primă alegere, sunt infinite, acestea fiind generate de însăși viața în dinamica dezvoltării sale. Răspunzând nevoilor și aspirațiilor certe, difuze și latente ale individului social, în particular, și ale comunității, în general, instituțiile de presă contribuie la stabilirea ordinii sociale. Presa locală „răspunde unor nevoi și aspirații, clare sau difuze, ale indivizilor și colectivităților – fiind modelată, astfel, de solicitările sau de așteptările acestora – și că, simultan, ea exercită o seamă de influențe asupra vieții sociale, modificând acțiunile indivizilor și grupurilor” [9, p. 70].

Funcțiile de agitație și de propagandă, specifice mass-mediei din perioada sovietică, în prezent, la modul declarativ, nu sunt relevante în presa locală autohtonă. *De facto*, agitația și propaganda continuă să se manifeste în formă latentă (uneori chiar deschis, constant și cu o forță destul de puternică), în cele mai dese cazuri, în presa finanțată de consiliile raionale. La fel ca și în perioada sovietică, acest tip de presă locală se subordonează structurilor puterii, își elaborează politicile editoriale în funcție de interesele factorilor aflați la putere și se manifestă ca mesageri ai acestora. De regulă, relația dintre puterea locală și instituțiile finanțate de aceasta, inclusiv presa locală se bazează pe presiuni economice și șantaj. De menționat faptul că nu doar instituțiile finanțate de consiliile raionale adoptă un atare comportament, ci și unele instituții private, care acceptă benevol protecția consiliilor raionale, mediatizând realitatea socială de pe pozițiile și din perspectiva acestora. Este cazul ziarului *Realitatea* din raionul Nisporeni care, în pofida faptului că se autodefineste drept publicație independentă, contribuie la fortificarea imaginii consilierilor care fac parte din majoritate, precum și a consiliului raional în întregime.

Acest tip de relații dintre puterea locală și instituțiile de presă se bazează pe interesul reciproc al celor doi actori: instituția de presă obține anumite beneficii economice, iar puterea locală, unele beneficii ideologice. O atare relația transformă presa într-un instrument de relații publice al puterii locale, iar serviciile mediatice pe care le prestează ea – în mijloace de manipulare a opiniei publice [65, p. 183]. „În lipsa libertății depline, în primul rând, a celei economice, unele instituții mediatice s-au afiliat, deschis sau camuflat, diverselor structuri social-politice, devenind un instrument în jocul de interese al acestora. Conotația politică a materialelor pe domeniul social reprezintă un indice în favoarea afilierii, deschise sau camuflate, a mijloacelor de informare în masă la diverse partide politice sau mișcări social-politice. Tolerată și chiar acceptată, în particular, în mediul jurnaliștilor și în societate, în general, această atitudine nu este de natură să favorizeze vreo schimbare pentru a orienta starea de lucruri spre bine. O explicație s-ar ascunde în moralul timpului de tranziție, când întreaga societate a trecut de la pasivitatea totală a facultăților de spirit la căutarea unui loc sub soare. Ca urmare, realitatea socială începe să fie abordată prin prisma intereselor politice ale unor anumite forțe, iar produsul mediatic finit începe să încline tot mai mult spre propagarea, deschisă sau camuflată, a ideologiei acestora” [60, p. 155].

Punctul vulnerabil al presei locale se regăsește în relația pe care unele publicații periodice o stabilesc cu puterea locală, din care iau naștere activitățile de agitație și de propagandă în procesul de reflectare a realității. Însă ideologizarea nejustificată a abordării mediatice, îndeosebi a problemelor socioculturale generează consecințe ce amenință, în primul rând, puterea locală. Or, în lipsa unui control din partea presei, ea devine incapabilă să dezvolte mecanisme de

manevrare, de reducere a riscurilor de revoltă socială. J.J.VanCuilenburg, O.Scholten și G.W.Noomen, autorii studiului *Știința comunicării* susțin că îndeplinirea funcțiilor mediatică depinde de interacțiunea dintre presă, public și autorități, în cadrul căreia fiecare dintre acești trei participanți ar trebuie să acționeze în primul rând, asupra sieși: „presa ar trebui să-și asume mai evident responsabilitatea pe care o are în fața societății, publicul ar trebui să se distanțeze și să sesizeze neajunsurile presei, iar, la rândul lor, autoritățile ar trebui să prevină pe cale juridică abuzurile care se fac în numele libertății de expresie” [11, p. 255].

Pornind de la ideea că jurnalismul local se axează, prioritar, pe realitatea socioculturală (problemele politice și cele economice mai rar devin subiecte de reflecție în publicațiile periodice raionale) și că o reflectă din perspectiva omului de rând, putem considera că funcțiile presei locale sunt, în principiu, foarte apropiate de cele ale jurnalismului social. Funcțiile jurnalismului social, în opinia cercetătoarei G.Stepanov, se rezumă la: conexiunea, prin informare, între diverse grupuri și straturi sociale; social advocacy; social lobby; monitorizarea politicilor, proiectelor și programelor sociale; reflectarea tehnologiilor sociale, necesare soluționării raionale a problemelor sociale; promovarea valorilor sociale; socializarea cetățenilor; conexiunea între domeniul social și alte sfere ale vieții publice [60, p. 19-25].

În opinia noastră, anume aceste funcții, care se regăsesc, în mod firesc, și în activitatea presei locale, scot în evidență opțiunea ei pentru organizarea relațiilor socioculturale pe orizontală și pe verticală într-o comunitate. Această opțiune a presei locale presupune organizarea socială a acțiunilor umane în raport cu problemele existente la nivel comunitar și armonizarea relațiilor între simplii cetățeni și factorii de decizie de nivel local. Ea se datorează, considerăm noi, în primul rând, apropierea spațială a instituției mediatică de publicul său și rolului social pe care îl exercită presa locală. Totodată, această opțiune se datorează și faptului că, în lipsa unor surse de alternativă, instituțiile de presă raionale sunt unicele platforme de diseminare a informației publice și de interes public local, de dezbatere a problemelor sociale locale și de mobilizare a comunităților.

Opțiunea pentru organizarea relațiilor socioculturale pe orizontală și pe verticală într-o comunitate este considerată punctul forte al presei locale, întrucât această activitate mediatică este necesară pentru susținerea practicii sociale în teritorii și pentru asigurarea unui grad înalt de participare a cetățenilor la viața publică locală. Pentru realizarea acestui deziderat, ziarele locale își diversifică formele de lucru cu publicul prin extinderea activităților organizatorice de parteneriat în diverse acțiuni publice, gen: campanii sociale, expoziții, festivaluri, concursuri etc. Opțiunea organizatorică în domeniul activităților de presă ia în considerare rolul publicațiilor periodice raionale în asigurarea coeziunii sociale. Coeziunea socială este unul din principalele

obiective ale oricărei societăți democratice. Conform articolului 158 al *Tratatului Comunităților Europene*, coeziunea socială este necesară pentru promovarea „dezvoltării armonioase generale” a comunității și cere o reducere a „disparităților între nivelurile de dezvoltare ale diferitelor regiuni și a lipsei de progres a regiunilor defavorizate”, inclusiv pentru zonele rurale [150]. Această opțiune generează și activitățile de supraveghere a mediului înconjurător întru crearea rețelelor de legătură socială care asigură legătura individului social cu semenii săi, cu comunitatea și cu societatea. Publicațiile periodice locale, care pot fi considerate „agenți ai socializării”, își realizează obiectivele lor furnizând subiecte de conversație ce asigură interese comune, inculcând valori care devin norme, distribuind reprezentări culturale care determină viziunile estetice ale oamenilor etc. Acest lucru transformă ziarele locale dintr-un element neutru într-un element implicat în viața publică ce încearcă să faciliteze discuția dintre oamenii de rând și autorități, să proiecteze și să modeleze dialogul social și, în același timp, să ofere soluții posibile pentru depășirea problemelor cu care se confruntă comunitățile.

„Există mai multe forme de cooperare a instituțiilor de presă cu indivizii sociali și cu factorii de decizie dintr-un anumit mediu, printre care:

- activități de promovare a practicilor pozitive;
- proiecte sociale mediatice;
- campanii de presă;
- concursuri, seminare, ateliere de lucru etc.” [65, p. 184].

Conlucrarea eficientă dintre instituțiile de presă locală și actorii-cheie ai activității sociale dintr-un anumit teritoriu: instituțiile de stat și simplii cetățeni este determinantă pentru realizarea cu succes a organizării relaționale a cetățenilor și de asigurare a coeziunii sociale la nivel local. Opțiunea presei locale pentru organizarea relațiilor la nivel local atât pe orizontală, cât și pe verticală a deplasat accentul în activitatea acesteia „de la drepturile individuale și private, la dreptul public și social” [120, p. 40].

Pentru a avea succes, presa locală, indiferent de funcțiile și opțiunile pe care le are, trebuie să exprime interesele cetățenilor de rând, să mediatizeze realitatea de pe pozițiile acestora, să monitorizeze acțiunile puterii și, dacă e cazul, să le critice. „Presă nu trebuie să depindă de autorități, care nu au dreptul să se amestece în procesul editorial. Conceptului de libertate a presei i se subliniază pozitivitatea: libertatea de a face ceva, nu libertatea de a se opune la ceva (aceasta din urmă fiind expresia negativității) [11, p. 256]. Astfel, instituțiile mass-mediei care promovează practicile cetățeniei active și fac jurnalism de calitate întotdeauna „vor pleda pentru democrație, fără să susțină opinii particulare” [116, p. 78] și nu se vor situa neapărat în opoziție cu puterea locală. Or, după cum afirmă J.J.VanCuilenburg, O.Scholten și G.W.Noomen,

autoritățile pot juca un rol activ față de presă, pentru că, la modul ideal, rolul principal al acestora este de a asigura și de a sprijini programatic libertatea presei... [11, p. 256].

Activitățile curente și principiile de funcționare ale ziarului local depind, de asemenea, de gradul de aplicabilitate și de corelația care se stabilește între cele trei dimensiuni funcționale fundamentale ale unei instituții de presă: *rezervele instituționale și potențialul de creație al colectivului redacțional, rezervele umane și managementul forței de muncă a publicației, rezervele tehnice și capacitățile de producție.*

Prima dimensiune funcțională include *rezervele instituționale și potențialul de creație al colectivului redacțional.* În linii generale, *rezervele instituționale* reprezintă totalitatea normelor, principiilor și legilor după care se conduce întregul colectiv redacțional, din care reiese cultura instituțională a organizației, iar *potențialul de creație* reprezintă totalitatea resurselor de care dispune o instituție mediatică pentru reflectarea realității. El determină obiectivele de creație, pune în aplicare și asigură realizarea unui set anumit de funcții și roluri, formează specificul acțiunii mediatice, prin aceasta conferind activității acestei instituții o identitate distinctă. Potențialul de creație al presei locale include în arsenalul său strategic două mari componente: cea umană și cea instituțională. Componenta umană include personalul ziarului, posibilitățile creative și cele cognitive ale jurnaliștilor, factorul uman fiind important și sub aspect calitativ, și sub aspect cantitativ, iar componenta instituțională include cultura instituțională și politica editorială a publicației periodice.

Cultura instituțională și politica editorială joacă un rol crucial în proiectarea principiilor de funcționare și în formarea identității profesionale, în particular, a jurnaliștilor și, în general, a instituției de presă. Aceste două componente, prin cerințele pe care le înaintează față de competențele și abilitățile profesionale ale angajaților, impune un set de valori profesionale și deontologice ce modelează conduitele profesionale comune unui tot unitar – colectivului redacțional. Politica editorială este coerența unor reguli, valori, viziuni, după care se ghidează o redacție pe parcursul întregii activități. Potrivit opiniei lui C.F.Popescu, politica editorială este o strategie care decurge din scara de valori profesionale, morale, culturale, politice asumate de corpul redacțional. Cercetătorul mai scrie că o adevărată politică editorială, indiferent că e vorba de presă scrisă, radio sau televiziune, nu poate exista în afara independenței financiare a instituției de presă, în raport cu guvernul, precum și cu grupurile de interese, or, anume pe baza acestui tip de independență se articulează seturile de norme profesionale și etice [44].

Publicațiile periodice locale, la fel ca și cele naționale, îmbracă diferite forme de editare și pot fi editate de instituții și campanii de stat sau private, de partide și alte organisme publice sau private, mai ales de cele cu impact local sau regional. Dar, spre deosebire de presa națională,



impactul presei locale asupra publicului-țintă este mult mai mare, la fel precum și efectele acesteia sunt de cele mai multe ori directe, puternice și de lungă durată, întrucât publicațiile locale își proiectează activitățile pentru un public concret, cunoscut și foarte apropiat. Acest lucru se datorează, pe de o parte, apropierii spațiale care oferă posibilitatea jurnaliștilor locali să cunoască în detalii problemele cu care se confruntă cititorii lor, iar pe de altă parte, se datorează și diapazonului tematic care este axat pe interesele, necesitățile și așteptările consumatorului de produse mediatice. Publicul presei locale se află în proximitatea spațială a redacției, redacția fiind constrânsă, într-o anumită măsură, să adopte o politică editorială pe placul consumatorului fidel. Totodată, jurnaliștii din presa locală care valorifică în plan mediativ un anumit teritoriu, de obicei, locuiesc pe acel teritoriu și sunt parte componentă a acelui mediu. Ei trăiesc aceleași evenimente, se confruntă cu aceleași probleme, fapt care facilitează modalitatea de abordare a realității sociale. Grație acestor particularități, presa locală adesea este preferată în locul celei naționale, dovadă a faptului fiind tirajele unor publicații periodice locale care le depășesc cu mult pe cele ale publicațiilor periodice naționale și care continuă să fie în permanentă creștere. În acest context, necesitatea cercetării și analizei principiilor funcționale ale presei locale este mai mult decât evidentă.

Rezultatele unui sondaj, realizat de *Asociația Presei Independente*, demonstrează că lumea de la țară mai mult preferă să citească presa locală, decât pe cea națională: „Doar 8 la sută din respondenți dau preferință ziarelor naționale. În schimb, presa locală se află în topul preferințelor 37 la sută. Ceva mai mult de 30 la sută din respondenți susțin că preferă să citească atât presă locală, cât și cea națională, deși și ei consideră că mult mai liberă e, totuși, presa locală” [148]. Potrivit aceluiași sondaj, consumatorii de produse media ar vrea să citească în presa națională mai multe știri din teritoriu: despre activitatea primăriilor, despre viața oamenilor simpli de la țară. Pe ei îi interesează subiectele cu tematică agricolă, problemele sociale, economice, cronică criminală și apoi cele politice. Fenomenul în cauză poate fi explicat prin faptul că presa locală își gestionează activitățile, astfel încât ele să asigure eficiența funcțională a acesteia, îndeosebi componenta ei umană și instituțională. Grație acestor principii, multe dintre publicațiile periodice locale au devenit o necesitate pentru oamenii din regiune. Or, ele își selectează cadrele din mediul pe care îl valorifică, ele cunoscând foarte bine situația din teritoriu și necesitățile oamenilor de aici, și își proiectează politica sa editorială, în funcție de nevoile informaționale și de așteptările sociale ale cititorilor săi. Un exemplu elocvent, în acest sens, poate servi publicația periodică de la Soroca *Observatorul de Nord* care, grație caracterului său oarecum personalizat, a ajuns să înregistreze un tiraj de peste 7 000 de exemplare. Mai mult, deși a fost conceput ca un săptămânal raional, astăzi el a ajuns să fie distribuit pe teritoriul a trei raioane: Soroca, Telenești

și Drochia. Succesul *Observatorului de Nord* se datorează faptului că problematica acestuia se axează, prioritar, pe domeniul sociocultural. Între opțiunile presei locale de reflectare mediatică a realității se numără:

- problemele sociale;
- deciziile administrative;
- integrarea europeană și impactul ei asupra regiunii;
- cultura;
- sportul;
- istoriile de succes și practicile sociale pozitive;
- spațiul rural: istorie, tradiții, locuri pitorești.

Cele mai solicitate rubrici permanente în *Observatorul de Nord* sunt: *Tableta de vineri*, *Între Nistru și Prut*, *Turnul Babel*, *Cultură*, *În urma evenimentului*, *Oameni și destine*, *Educație*, *Interviul nostru* ș.a.

Grație politicilor editoriale optime și responsabile, mai multe ziare locale și-au găsit publicul lor și printre cititorii din alte zone (raioane) decât cele în care erau difuzate inițial. În această categorie se includ și alte publicații periodice, cele mai influente fiind ziarul *Unghiul* de la Ungheni, care se distribuie pe teritoriul a trei raioane: Ungheni, Călărași și Nisporeni și are peste 10 000 abonați, ziarul rezinean *Cuvântul*, care se distribuie în raioanele: Rezina, Orhei, Șoldănești, Telenești și în orașul Râbnici, având un tiraj de peste 5 000 de exemplare; precum și ziarul *Cuvântul Liber* din Leova, difuzat și citit în raioanele: Leova, Hâncești, Cahul, Cantemir, Cimișlia, având peste 8 000 de abonați.

Pe parcursul ultimilor aproape trei decenii de activitate ziarele locale din Republica Moldova au trecut prin diferite remanieri nu doar de ordin administrativ-teritorial, ci și funcțional. De exemplu, în urma reînregistrării acestora (fenomenul s-a produs în anii '90 ai secolului trecut), ele au fost nevoite să-și schimbe statutul și politica editorială, începând cu conceptul (autodefinirea) publicației la nivel de denumire, cromatică, volum, format, frecvență, tiraj, arie de distribuire etc. și terminând cu prezentarea grafică și cu modul de abordare a realității. Totodată, și schimbarea formei de proprietate a publicațiilor periodice a influențat obiectivele, scopurile și principiile de funcționare ale acestora. Obiectivele și scopurile, la rândul lor, au determinat felul de a fi al publicațiilor periodice, opțiunile lor de creație, maniera de a selecta evenimentele și de a le mediatiza. De regulă, cultura instituțională și politica editorială diferă de la o publicație la alta, deși, este cazul să constatăm, că unele ziare locale, atât din categoria presei private, cât și din a celei finanțate de consiliile raionale, nu se deosebesc esențial în acest sens: ele continuă să activeze pe vechi, să promoveze interesele administrațiilor publice

locale și să fortifice imaginea acestora. „Unele ziare nici în prezent nu s-au debarasat definitiv de vechea moștenire sovietică de a face agitație și propagandă. Ele continuă să slujească administrația locală: filtrează riguros informația și o exclud pe cea care nu trebuie să ajungă la public; evită subiectele care pot arunca umbră asupra „șefilor”; nu abordează problemele care, în opinia acestora, nu trebuiesc făcute publice etc. În paginile acestor ziare prevalează materialele jurnalistice dedicate diverselor întâlniri oficiale, ședințe sau mesele rotunde la care, de regulă, participă toți oficialii orașului” [115, p. 50]. Totuși, în cele mai dese cazuri, există diferențe între politica editorială a publicațiilor locale private și cele finanțate din bani publici. Or, de regulă, ziarele fondate de consiliile raionale/municipale sunt orientate să slujească intereselor finanțatorului (deci ele sunt influențate politic și se autocenzurează, fapt ce se atestă atât în mesajul jurnalistic, cât și în informația publicitară), iar cele private – să slujească intereselor omului de rând și comunității, făcând jurnalism de calitate, de natură socială, care are menirea să scoată din anonimat realitatea socioculturală de nivel local. Cercetătoarea G.Stepanov susține că jurnalismul „are efecte simțitoare atunci când instituțiile mass-mediei sunt implicate mult mai constructiv în mediul în care activează și când își construiesc agenda mediatică, în funcție de necesitățile, valorile și principiile de dezvoltare a acestuia. Expunerea imparțială și echidistantă a situațiilor, evenimentelor, fenomenelor sau problemelor care au semnificație și valoare socială reală validează abilitatea jurnaliștilor de a monitoriza viața publică a comunității. Siguranța publică urmează să fie abordată mediatic, astfel încât să provoace oamenii la acțiuni de căutare a soluțiilor optime și de implementare în comun a acestora” [60, p. 34]. Este tocmai ceea ce face presa locală, care, actualmente, grație politicii sale editoriale concepute de o manieră social-responsabilă, înregistrează evoluții cantitative și calitative vizibile.

Cea de-a doua dimensiune funcțională, de care depinde succesul unui ziar local, o constituie *rezervele umane și managementul forței de muncă a publicației*. În acest context, selectarea și repartizarea profesională sunt activități funcționale de bază ale instituțiilor mediatiche. Selecția profesională reprezintă procesul de alegere în baza unor însușiri psihice și intelectuale (temperament, caracter, mobilitate fizică, psihică, cunoștințe, abilități etc.) a unui singur candidat din totalul de candidați la o anumită funcție. Selecția profesională se aplică în raport cu persoanele care își propun să suplinească o anumită funcție, declarată vacantă și expusă la concurs public. Selecția și repartizarea profesională reprezintă acțiunea de orientare și reorientare a factorului uman în cadrul unei redacții, în funcție de competențele și experiența profesională acumulată. Repartizarea profesională asigură progresul profesional și dezvoltarea durabilă a potențialului uman al unei instituții de presă. În presa locală, în care se atestă un deficit grav de cadre, selecția profesională este un proces foarte dificil și anevoios, care, de multe

ori, finalizează cu angajarea unor persoane fără pregătire corespunzătoare în domeniu, fapt care defavorizează calitatea produsului finit.

Un rol important în dezvoltarea componentei umane îl are motivarea personalului prin evaluarea performanțelor profesionale individuale. Criteriile de evaluare a performanțelor profesionale individuale vizează următoarele componente ale activității profesionale: competența managerială, cunoștințele și experiența, competența decizională, eficacitatea profesională, atitudine profesională, disciplina muncii, integrarea în colectiv.

*Competența managerială.* Redactorii-șefi, redactorii-șefi adjuncți și șefii de departamente din presa locală pot să asigure un context psihologic favorabil pentru activitatea întregului colectiv redacțional dacă opțiunile lor manageriale se referă la:

- modul de coordonare și de organizare a activității departamentului redacțional;
- modul de supervizare a activității compartimentului;
- influența asupra comportamentului profesional al subordonaților;
- capacitatea de mediere a intereselor departamentului în raport cu alte departamente sau cu întregul colectiv redacțional;
- capacitatea de anticipare a riscurilor ce pot apărea în realizarea obiectivelor departamentului și în implementarea activităților;
- capacitatea de instruire (capacitatea de a transmite cunoștințele și experiența proprie subordonaților, cunoașterea potențialului și a resurselor pe care le posedă fiecare reporter);
- gradul de profesionalism existent în realizarea activităților departamentului;
- modalitatea de soluționare a conflictelor;
- stilul de management adoptat (consultativ, autoritar, permisiv).

Competențele manageriale sunt importante, întrucât de ele depinde succesul sau eșecul unei publicații periodice locale. Un model de management performant este săptămânalul *Unghiul*, care de la bun început a avut un plan de activitate bine structurat, directorul acestuia fiind convins că ziarul trebuie să dea roade în cazul în care este conceput ca o afacere. În acest scop, corpului managerial al acestei publicații și-a orientat acțiunile spre:

- crearea unui climat de lucru favorabil prin repartizarea atribuțiilor și sarcinilor de creație în funcție de compatibilitatea jurnaliștilor;
- motivarea personalului prin salarizarea diferențiată, în funcție de performanțele acestora;
- conceperea activităților adecvate la nivel de echipă sau individ;
- angajarea tinerilor specialiști și instruirea acestora prin transmiterea cunoștințelor și experienței acumulate de jurnaliștii consacrați.

Totodată, corpul managerial de la publicația *Unghiul* a încercat și a reușit să creeze un context favorabil pentru valorificarea potențialului creativ al angajaților. De rând cu practicile tradiționale de concepere a activităților fiecărui departament redacțional sau chiar a fiecărui jurnalist în parte, existente în presă, echipa de manageri a implementat și strategii noi de stimulare a gândirii critice, a libertății alegerii și a creativității expunerii faptelor. De asemenea, a fost introdus principiul planificării în comun pe termen scurt, mediu și lung a activității ziarului și a fost intensificat ritmul de organizare a volantelor, la care prezența întregului corpul de jurnaliști era obligatorie.

Performanțele ziarului se datorează, pe de o parte, capacităților manageriale ale directorului, iar, pe de altă parte, formării profesionale continue a angajaților. Instruirea profesională a jurnaliștilor este un obiectiv major al politicii de calitate a managerilor și se realizează în cadrul diferitor training-uri, mese rotunde sau seminare organizate de ONG-urile din domeniu: API și CJI. Acest lucru a fost posibil grație implementării mecanismelor noi de monitorizare și de evaluare a activității departamentelor redacționale, în general, și a fiecărui jurnalist, în particular, precum și datorită gestionării corecte a potențialului intelectual, a celui tehnic și a fondurilor ziarului. Grație performanțelor manageriale, ziarul *Unghiul* încă în anul 2001 a reușit să-și procure, din veniturile proprii, un sediu și o mașină a redacției, să ofere angajaților salarii mult mai bune, în comparație cu cele ale angajaților din alte redacții, să-și extindă tirajele comune în limbile română și rusă, care în anii 2001-2003 indicau cifre de 9.000 de exemplare, iar în prezent – de peste 11 000 de exemplare.

*Competența decizională.* Toți jurnaliștii din presa locală, indiferent de poziția lor ierarhică în redacție, trebuie să dețină această competență, întrucât aici, spre deosebire de presa națională, nu există o delimitare certă între poziția statutară a jurnaliștilor, iar majoritatea deciziilor privind organizarea curentă sunt colective. Competența decizională include:

- capacitatea de a decide (profunzimea procesului de analiză a informațiilor în baza cărora este luată decizia, modul în care sunt argumentate deciziile, capacitatea de a evalua alternativele, cooperarea cu șefii de departamente, cu întregul colectiv redacțional în procesul decizional, hotărârea de care dă dovadă atunci când este nevoie să ia decizii în condiții de stres/tensionate);
- calitatea deciziilor și efectele lor reale pentru eficiența activității instituției de presă;
- modalitatea în care apreciază impactul deciziilor;
- asumarea responsabilităților și riscurilor în procesul decizional;
- judecata financiară în procesul decizional (capacitatea de a conștientiza costurile).

*Eficacitatea profesională* este o altă componentă care trebuie luată în calcul la evaluarea performanțelor profesionale individuale. Ea se referă la:

- modul de planificare și de organizare a acțiunilor și sarcinilor;
- respectarea termenelor stabilite/convenite pentru realizarea misiunilor redacționale;
- responsabilitatea pentru resursele alocate în scopul realizării misiunii redacționale;
- rezistența la stres (capacitatea de acțiune și de efort fizic și intelectual al jurnaliștilor în condiții de stres, capacitatea de a executa activitate intensă și eficientă, capacitatea de menținere a calmului și discernământului în situații tensionate).

Din această perspectivă, opțiunile de creație în presa locală sunt orientate spre creșterea volumului materialelor jurnalistice, dar și a altor lucrări executate în cadrul redacției și spre sporirea calității acestora, precum și spre utilizarea eficientă și la capacitate maximă a resurselor pe care jurnaliștii le au la dispoziție pentru realizarea sarcinilor redacționale.

*Atitudinea profesională certifică:*

- maniera în care jurnaliștii răspund la solicitările profesionale și modalitatea de abordare a problemelor (operativitate, receptivitate, promptitudine);
- atitudinea față de schimbare;
- inițiativa și creativitatea;
- capacitatea jurnaliștilor de a înțelege și analiza informațiile recepționate, de a reacționa prompt și de a acționa constructiv.

*Cunoștințele și experiența profesională constituie componenta de bază a potențialului intelectual al unui jurnalist, acestea vizând:*

- nivelul cunoștințelor profesionale și abilităților practice în corelație cu cerințele postului;
- modalitatea de aplicare a instrumentarului jurnalistice;
- capacitatea de stabilire a contactelor informaționale și de formare a rețelelor proprii de surse de informare;
- capacitatea de a valorifica experiența dobândită;
- dorința și capacitatea de autoperfecționare.

Eficiența profesională depinde de cunoștințele și de experiența managerilor și jurnaliștilor, de aceea mecanismele de profesionalizare a angajaților pe care le aplică o redacție sau alta sunt extrem de importante în contextul schimbărilor conceptuale și funcționale la care este supusă în ultima perioadă de timp piața informațională autohtonă. În prezent, în sistemul mass-mediei autohton există variate oportunități de instruire continuă și de profesionalizare a jurnaliștilor, inclusiv a celor din presa locală. Profesionalizarea jurnaliștilor se realizează prin intermediul activităților organizate de diferite asociații obștești, profesionale și organizații nonguvernamentale din domeniu (naționale și internaționale), care cooptează în acest scop experți atât din mediul autohton, cât și din străinătate. Menționăm că de-a lungul anilor au existat proiecte de

profesionalizare concepute doar pentru jurnaliștii din presa locală. Unul dintre acestea a fost „Noi viziuni asupra informației: reflectarea și promovarea la nivel național a subiectelor de interes pentru membrii comunității”, organizat și finanțat de către USID IREX – Moldova. În perioada anilor 2005-2006, trainerii Vitalie Dogaru, la acel moment reporter la postul de radio *Europa Liberă* și Georgeta Stepanov, conferențiar universitar la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova au instruit circa 100 de jurnaliști din presa locală în vederea mediatizării realității socioculturale de nivel local. Și ONG-ul *Accesinfo* a organizat în perioada 2002-2012 mai multe seminare, training-uri și sesiuni dedicate accesului la informație și mecanismelor de documentare în presa locală. Training-uri și seminare anuale de instruire a jurnaliștilor din presa locală organizează până în prezent API.

*Disciplina muncii* – o altă componentă ce pune în valoare capacitatea jurnaliștilor de a respecta anumite norme în desfășurarea procesului de muncă, și anume:

- normele de disciplină a muncii;
- programul de lucru, care trebuie modelat în funcție de perioada, timpul și momentul producerii evenimentelor ce urmează a fi mediatizate. Din perspectiva parametrului temporal, el nu poate fi stric limitat și, de obicei, variază de la o zi la alta;
- relațiile pe cale ierarhică;
- principiile deontologice asumate de întregul colectiv redacțional.

*Integrarea în colectiv* este ultima componentă a activității profesionale, din perspectiva căreia se conturează opțiunile pentru:

- munca în echipă (capacitatea de a se integra în efortul colectiv depus de echipa din care face parte, modul în care își pune la dispoziția colectivului experiența și cunoștințele deținute);
- atitudinea constructivă în relațiile cu colegii (corectitudine, consecvență, echilibru comportamental, flexibilitate). Un jurnalist bun este un foarte bun membru al echipei, care „acordă întotdeauna sprijin celorlalți, încurajează cooperarea, participă la efortul colectiv în rezolvarea problemelor, manifestă fidelitate față de grup, realizează cele mai bune rezultate combinând munca individuală și munca în echipă în funcție de specificul sarcinilor; este echilibrat comportamental; este receptiv la greutățile altora, își oferă sprijinul din proprie inițiativă; este simpatizat și respectat de colectiv” [136].

Investiția în capitalul uman, în special în creșterea calității acestuia, înseamnă și creșterea capacității jurnaliștilor de a participa în mod eficient și creativ la procesul de dezvoltare economică, socială și culturală a regiunilor pe care le valorifică în plan mediatic. Or, în funcție de potențialul de creație al jurnaliștilor și de accentele pe care aceștia le pun în procesul de abordare mediatică a realității, depinde modul în care, într-un viitor apropiat, va reacționa

individul social: ce fel de comportament social va adopta, cum își va adapta modelul de consum la exigențele de protecție a mediului, ce relații va stabili cu semenii săi din același grup social sau din grupuri sociale diferite, cum va armoniza acțiunile sale cu cele comunitare etc. Prin urmare, dezvoltarea potențialului uman în presa locală este o componentă de natură instrumentală a dezvoltării durabile, un factor esențial al dezvoltării economiei bazate pe cunoaștere și în condiții de sustenabilitate. Punerea unui accent mai mare pe dezvoltarea umană, pe asigurarea condițiilor de realizare a acesteia este imperios necesară în presa locală din Republica Moldova. Dezvoltarea potențialului uman poate constitui unul dintre fundamentele șanseii dezvoltării durabile a presei locale autohtone, un motor al acesteia, fără de care viitorul acestui segment de presă este unul incert. „Dezvoltarea umană nu se poate realiza însă fără resurse materiale și financiare, astfel încât dezvoltarea economică este o condiție *sine qua non* a dezvoltării umane, această relație de dependență fiind mai evidentă și mai puternică decât cea care se manifestă în sens invers” [143].

Ultima dimensiune funcțională o reprezintă *rezervele tehnice și capacitățile de producție* ale instituției de presă. Capacitatea tehnică include: sediile, echipamentele tehnice tipografice necesare tipăririi ziarelor, echipamentele tehnice de birou necesare procesului de creație propriu-zis, echipamentele de recepție necesare asigurării legăturii instituției de presă cu publicul său și/sau cu alte instituții sociale, capacitatea de distribuire a producției mediatice finite etc.

Capacitatea de producție a presei locale este determinată de resursele și posibilitățile de care dispune o instituție, pentru a-și realiza obiectivele sale. Din perspectiva acestei componente, în presa locală se conturează următoarele opțiuni de producție:

- valorificarea integrală a unui anumit areal și extinderea acestuia sub aspectul abordării mediatice a realității din acest spațiu;
- extinderea arealului de diseminare a produsului finit;
- sporirea impactului și a efectelor pe care le produce produsul finit;
- creșterea influenței asupra opiniei publice;
- valorificarea unui diapazon tematic cât mai mare;
- exploatarea unei palete cât mai variate de mijloace și forme de expresie ale produselor mediatice;
- fortificarea relațiilor cu agenții de publicitate și cu cei economici și extinderea acestora;
- fortificarea relațiilor cu auditoriul său. Lipsa unor strategii de atragere a auditoriului în activitatea mass-mediei are efecte negative asupra reușitei ziarelor. Or, coparticiparea jurnaliștilor și a cetățenilor în actul jurnalistic, ultimii sugerând subiectele de reflecție, întotdeauna facilitează comunicarea mediativă, iar lipsa acesteia distanțează redacția de realitățile



sociale, de problemele vitale ale omului de rând și diminuează impactul și efectele produselor mediatice.

Așadar, eficiență publicațiilor periodice se datorează corelației reușite dintre dimensiunile funcționale ale lor, care influențează, direct și necondiționat, potențialul presei locale de reflectare a realității socioculturale dintr-un anumit teritoriu și de formare a atitudinilor și a acțiunilor sociale în raport cu problemele majore specifice acestui spațiu. „Conștientizarea profesională a beneficiilor pe care le poate avea societatea de pe urma activităților de calitate ale presei locale este un imperativ al timpului. Această constatare revalorizează necesitatea cercetării aspectelor conceptuale și ale celor funcționale ale acestui segment de presă [65, p. 186]. Or, acest lucru se face în vederea identificării noilor oportunități și standarde de activitate profesională, menite să faciliteze impactul și efectele publicațiilor periodice din teritoriu.

### **2. 3. Realitatea socioculturală – subiect prioritar de reflectare în presa locală**

Realitatea socioculturală, care include două mari domenii: social și cultural, reprezintă toate activitățile umane, precum și obiceiurile, normele, valorile și tradițiile specifice unui anumit mediu. Abordând aceste două domenii, presa locală reflectă viața dintr-un anumit teritoriu în dinamica dezvoltării sale: evenimentele, fenomenele, tendințele, practicile pozitive, realizările, problemele care afectează comunitatea etc. În linii mari, presa locală mediatizează întreaga activitate socială și culturală a indivizilor, o scoate din anonim și o aduce în atenția publică. Publicațiile periodice locale, datorită rolului lor de a informa, a comenta și a critica, precum și în calitatea lor de instrumente ale emancipării culturale constituind o latură a democratizării, sunt centrul vital al vieții publice [11, p. 253] dintr-o regiune sau comunitate, fără de care oamenii nu ar putea interacționa unii cu alții, iar instituțiile locale nu ar putea funcționa după regulile și tradițiile specifice locului.

Opțiunea presei locale pentru reflectarea preponderentă a dimensiunii socioculturale a realității este determinată de apropierea geografică dintre evenimentele de acest fel și publicul cititor căruia i se furnizează informația. Acest fapt face posibilă tratarea pluridimensională a realității sociale și culturale din zonele de acoperire mediatică a publicațiilor periodice locale, deoarece oamenii sunt interesați, întâi de toate, de ceea ce se întâmplă în proximitatea lor spațială și mai apoi în țară, în lume. Această opțiune se explică și prin existența unei realități, mai mult sau mai puțin, cunoscute fiecărui individ social din acest areal, dar și prin difuzarea unui conținut complex de informații, explicații, interpretări care facilitează înțelegerea acestei realități. Totodată, presa locală este un element distinct, personalizat, complementar și necesar din organismul general de informare, dar în niciun caz, o anexă sau o copie a presei naționale.

Tocmai din aceste considerente, presa locală abordează prioritar problemele de interes restrâns, care vizează necesitățile și cerințele omului concret și care se încadrează în dimensiunea socioculturală a realității.

Conform opiniei G.Stepanov, implicațiile în sfera socioculturală a mass-mediei, în general, și a presei locale, în particular, se manifestă prioritar pe trei dimensiuni: personalizarea problemelor sociale și formarea culturii sociale de implicare și de ajutor reciproc; oferirea soluțiilor practice pentru depășirea problemelor comunitare; discutarea și monitorizarea inițiativelor legislative și a deciziilor administrative. Cercetătoarea susține că anume tratarea consecutivă și cu regularitate a acestor trei planuri „transformă instituțiile de presă în portavoce a cetățeanului, fapt care impune necesitatea abordării complexe a evenimentului, dar și a contextului în care acesta s-a produs” [59, p. 82-83].

Pentru reflectarea complexă a realității socioculturale, presa locală își propune să realizeze un ansamblu de misiuni prin care să asigure:

- proiectarea și evaluarea experienței socioculturale;
- promovarea practicilor socioculturale pozitive și critica celor negative;
- crearea sistemelor de norme cognitive;
- favorizarea interacțiunii socioculturale, fapt ce permite unui număr mare de oameni să participe activ la soluționarea problemelor cu care se confruntă;
- facilitarea participării indivizilor, grupurilor și colectivităților la viața publică;
- promovarea valorilor socioculturale;
- medierea realității socioculturale, îndeosebi a problemelor din acest domeniu;
- proiectarea și modelarea dialogului social;
- conservarea patrimoniului sociocultural.

Prezența constantă presei locale în viața unei comunități contribuie la crearea anumitor sisteme de norme cognitive absolut necesare pentru înțelegerea realității și a realităților. Grație acestor misiuni, presa locală reușește să supravegheze viața socială, să identifice problemele existente și să condiționeze sau să faciliteze soluționarea publică a acestora. De aici, obligația jurnaliștilor din presa locală este de a provoca și de a conduce comunitățile la căutarea unor soluții comune de construire a realității socioculturale de nivel local.

Întrucât presa locală este legată direct de cetățean, de comunitate și pune în circuitul informațional materiale despre activitatea lui de zi cu zi, despre procesele în care el este antrenat, relațiile pe care le stabilește etc., dimensiunea socială a realității (care include aceste aspecte) constituie subiectul prioritar de reflectare a acestui segment de presă. Spre deosebire de cea națională, al cărei diapazon tematic este, cu precădere, domeniul politic și cel economic, pentru

presa locală este prioritară prezentarea informației sociale din și despre membrii comunității, despre viața și activitatea lor curentă. Tematica socială din presa locală autohtonă dezvăluie cele mai stringente probleme care afectează fiecare individ în parte, „indiferent de apartenență la grupuri și pături sociale” [58, p.85]. Temele sociale, care „generează pentru omul de rând cele mai multe și mai valoroase subiecte, sunt exploatate cu regularitate în toate instituțiile mediatic locale” [64, p. 28]. La acestea se referă: învățământul, sănătatea, religia, problemele mediului, dezastrele, procesele demografice, sărăcia, migrația etc.

Eroii materialelor jurnalistice din ziarele locale sunt oamenii de alături, de aceea ei trebuie tratați cu o responsabilitate aparte. Orice material jurnalistic, chiar dacă are ca protagonist o persoană relativ necunoscută, trebuie să pornească de la ideea că e scris despre cineva foarte apropiat și va fi citit de cineva la fel de apropiat. Jurnaliștii din presa locală, susține cercetătoarea Т.Фролова, nici pentru o clipă nu trebuie să uite de „aprecierea morală a situațiilor, acțiunilor, declarațiilor și întotdeauna să plaseze ideile umaniste și ale binelui mai presus decât interesele unor grupuri” [112, p.9]. Obiectivitatea și angajamentul civic trebuie să devină calitățile de bază ale jurnalistului care tratează mediatic domeniul social, iar informația socială, abordată preferențial din perspectiva cetățenilor, să ocupe cel mai prestigios spațiu util al ziarelor.

Alături de cea socială, realitatea culturală este și ea subiect prioritar de reflectare a presei locale. Cultura – expresie a civilizației unui popor – este și ea un domeniu vast ce cuprinde toate cunoștințele și activitățile umane în cele mai diverse dimensiuni, fiind mereu un indiciu important în ierarhia componentelor nivelului spiritual al unei societăți. Într-o primă accepțiune, termenul de cultură s-a utilizat, pentru a desemna setul de valori, sensuri etc. împărtășite în cadrul unui grup și înțelese de către toți membrii acestuia, care delimita identitatea grupului în raport cu alte grupuri. Mai târziu, această abordare esențialistă și structuralistă a fost abandonată „în favoarea accepțiunilor procesuale și constructiviste care, analizând cultura, își pun întrebări de genul: ce fac indivizii cu cultura lor, cum se produc sensurile, cum se construiesc diferențele, cum devin anumite sensuri, înțelesuri dominante la un anumit moment, cum anumite moduri de a fi și de a gândi se clasifică ca fiind deviante, marginale, inacceptabile. Astfel spus, politica culturii, funcția socială și politică a culturii au devenit temele majore ale cercetării [138], dar și a investigațiilor mediatic. UNESCO definește cultura drept un „ansamblu de trăsături distinctive, spirituale și materiale, intelectuale și afective ce caracterizează o societate sau un grup social. Ea înglobează, pe lângă arte și literatură, modul de viață, drepturile fundamentale ale ființei umane, sistemele de valori, tradițiile și credințele” [147, p. 163]. Același concept îl găsim și în *Dicționarul explicativ al limbii române*: „totalitatea valorilor materiale și spirituale create de omenire și a instituțiilor necesare pentru comunicarea acestor valori” [13, p. 320]. O definiție

privită dintr-o perspectivă mai restrânsă o găsim la Ph.Kotler, care susține: „Cultura este un ansamblu de valori fundamentale, percepții, dorințe și comportamente înălțate de un membru al societății, al familiei sau de reprezentanții unor instituții importante” [32, p. 120].

Toate definițiile referitoare la conceptul de cultură au ca punct principal de referință – omul, deoarece cultura este un rezultat al activității umane, dar totodată este și un indice, un parametru al calității acestei activități.

Așadar, realitatea socioculturală include aceste două tipuri de activitate umană – socială și culturală, iar mediatizarea ei presupune abordarea vieții sociale prin prisma normelor culturale și a principiilor morale. „Mass-media au menirea de a confirma, de a întări, prin activitatea lor permanentă și continuă, valorile și normele morale, etice, culturale ale unei societăți. Punând în circuit informații cu caracter general și practic, referitoare la diverse criterii și standarde socio-culturale, mijloacele de informare în masă își educă/formează, ghidează cititorii voluntar și involuntar. În cele mai dese cazuri, auditoriul care suportă efectele acestui ghidaj nu conștientizează prezența, impactul și limitele influenței mesajului mediatic, presa influențând, astfel, indirect conduita umană” [62, p. 171]. Aceste activități au generat opțiunea presei locale de a organiza relațiile de nivel local atât pe orizontală, cât și pe verticală, care, în opinia G.Stepanov: „dă măsură capacității mass-media de a solidariza indivizii, prin emisiuni, articole, campanii tematice și de a crea consensuri culturale. Ea are un caracter manifest-benefic, de la explicarea, pentru cele mai diverse categorii de cititori, a legilor, normelor, principiilor culturale ale societății sau comunității în care s-au născut și din care fac parte, până la familiarizarea auditoriului lor cu întregul sistem de valori culturale universale” [62, p. 170].

Așadar, nu există cultură în afara unei societăți și nici societate fără o anumită cultură. Conjugarea celor două domenii: social și cultural este deosebit de importantă, îndeosebi pentru societățile/ țările care trec prin mari transformări, precum Republica Moldova. În aceste teritorii, realitatea socioculturală este instabilă și chiar incertă, pentru că valorile socioculturale tradiționale și-au pierdut din actualitate sau chiar au dispărut, iar cele noi încă nu au obținut suficientă forță, ca să poată să se manifeste drept puncte de reper în activitatea umană. Cercetătorul D.Bodea susține că această realitate generează un model sociocultural relativ bine conturat, în care cei mai mulți indivizi sunt în doze semnificative:

1) duplicitari și cu tendințe manipulative, puternic centrați pe interesele personale și pe câștigul din orice situație;

2) construiesc scheme mentale prin care se mint pe sine cu privire la propria onestitate și integritate (de exemplu, fraudă mea este mai mică decât a celorlalți, este mai rezonabilă în comparație cu ceea ce se întâmplă la nivel general);

3) nu respectă regulile, pentru că sunt nepotrivite sau ciudate și pentru că nimeni nu le respectă;

4) valorizează persoanele care câștigă în orice situație, chiar dacă acest câștig presupune să calci pe cadavre, să faci compromisuri;

5) valorizează neîncrederea, plecând de la propria victimizare – suntem victime sigure ale societății și ale celorlalți, dacă avem încredere și suntem onești. Se impune, așadar, să luăm măsuri, să apelăm la acte de necinste, la trădare etc. [133].

În opinia cercetătorului, „avem de a face cu o viață socială, care se bazează pe alte valori decât cinstea, corectitudinea, adevărul și se traduce în plan concret, personal și profesional, prin aceea că 8 sau 9 persoane pe care le întâlnim nu sunt demne de încredere, nu împărtășesc în mod consecvent și coerent valorile și principiile legate de integritate și onestitate. Iar dacă ar fi să privim partea plină a paharului, putem spune că doar unul sau maxim doi din 10 români se comportă și acționează consecvent, în conformitate cu principiile legate de cinste, corectitudine, adevăr. Ne întrebăm retoric câtă încredere și ce fel de solidaritate ar putea să existe în această realitate socială. Pentru că, într-o astfel de realitate socială nu este exagerat să vorbim despre falimentul capitalului social” [133]. Aceste rezultate și constatări pot fi considerate drept argumente în favoarea ideii că presa, în general, și cea locală, în special, trebuie să se orienteze spre instruirea și culturalizarea publicului său, întrucât, nicio altă instituție socială nu poate mai bine să promoveze valori, să schimbe mentalități și comportamente. Tocmai din aceste considerente este important ca presa să-și concentreze atenția, prioritar, pe dimensiunea socioculturală a realității, s-o pună în valoare, s-o modeleze și s-o orienteze în direcția cuvenită. Ea trebuie să promoveze practicile pozitive și, totodată, să lupte cu cei care împărtășesc idei și convingeri ce calcă în picioare principiile și valorile sociale și morale. Mai mult, prin mediatizarea consecventă și consecutivă a acestei realități, mass-media trebuie să distrugă modelul sociocultural care permite reducerea moralității la un simplu utilitarism egoist – utilitarism specific individualist, exprimat de ceea ce îi convine unui individ și nu de ceea ce este bine și corect pentru întreaga comunitate.

Reflectarea mediatică obiectivă, echidistantă și corectă din punct de vedere etic a realității socioculturale în presa locală contribuie la:

- înțelegerea de către publicul-țintă a realităților, grație expunerii faptelor și a evenimentelor în contextele socioculturale în care s-au produs;

- conexiunea dintre diverse grupuri sociale;

- armonizarea relațiilor dintre aceste grupuri;

- democratizarea mediilor socioculturale;

- fortificarea și extinderea cunoștințelor despre valorile funcționale ale mediului sociocultural;

- proiectarea conduitelor umane;

- promovarea noilor modele de percepție socioculturală;

- modelarea acțiunii umane;

- promovarea noilor modele de comportament;

- facilitarea mobilității sociale;

- stimularea activității civice;

- stimularea reproducerii sociale a individului social, grupului social, societății etc.

Așadar, presa locală deține suficientă putere de a corecta realitatea socioculturală, de a forma opinia publică și cultura civică și de a cultiva comportamentele umane. Or, realitatea socioculturală îi afectează pe toți, pe fiecare individ în parte, întrucât exprimă gramatica vieții sociale a acestora, așa cum o numea E. Durkheim [89]. În opinia acestuia, viața socială este suma mediilor morale care înconjoară individul, suma ideilor cu valoare normativă, iar cultura este ansamblul regulilor, gramatica vieții sociale. Așa cum tipul de cultură este reprezentat de tipul solidarității sociale, în sarcina mass-mediei intră acțiunea de mediatizare a realității, în scopul asigurării solidarității sociale și promovării culturii favorabile integrității și onestității. Mediatizarea, împărtășirea, acceptarea și tolerarea unei culturi ce valorizează integritatea și onestitatea fortifică însăși esența capitalului social și economic – încrederea. Promovarea prin mass-media a modelului sociocultural ce favorizează cinstea și adevărul generează încrederea, care stă la baza unei societăți sănătoase, definite prin prezența solidarității sociale bine conturate, predictibilității și a încrederii într-un viitor mai bun. Promovarea modelului cultural axat pe onestitate și integritate poate duce la fortificarea a înseși esenței identității individuale și, în consecință, la formarea unui individ social puternic, activ, cu o accentuată stimă de sine, responsabil nu doar de propriul lui destin, ci și de destinele celor din jur.

Mass-media locală este, prin excelență, instrumentul care a extins limitele culturii sociale, a democratizat procesele socioculturale și a propus o analiză descriptivă a diversității socioculturale, urmărind să înțeleagă comportamentul uman în contextul sociocultural în care el se articulează, dobândește sens și semnificație. Mass-media locală, în general, și presa, în particular, utilizează realitatea socioculturală pentru a explica comportamentele individuale și colective, prin aceasta, optând în favoarea unei paradigme care integrează armonios socialul și culturalul – paradigmă care ajută indivizii și grupurile să se definească și să se identifice ca parte a unui tot întreg. „În această accepțiune, cultura nu mai este considerată a fi factorul explicativ ultim, ci ca element construit și utilizat la rândul său în practica socială, pentru a crea și justifica

o anumită ordine, ierarhie socială, în care pozițiile dominante ale unora se reproduc în detrimentul celor fără putere” [138].

Jurnaliștii din presa locală sunt conștienți de faptul că anume în contextele socioculturale de nivel local diferențele contează cel mai mult, ele fiind importante, iar uneori chiar prioritare pentru a ajunge la consens. În această ordine de idei, un rol al acestora este să analizeze diferențele, să explice publicului său cauzele care le-au generat și importanța construirii contextelor necesare depășirii constructive a acestora. Alt rol al jurnaliștilor din presa locală este să-și ajute publicul-țintă ca el să conștientizeze ce se întâmplă la intersecția diferitelor forme ale diferenței și să înțeleagă, spre exemplu, cum se distribuie puterea între indivizii sau grupurile sociale diferite ca etnie, religie, vârstă, orientare sexuală, poziție socială etc. Dar deosebit de important este rolul jurnaliștilor din presa locală de a explica consumatorului de produse mediatice importanța percepției tolerante a realității.

Conform *Dicționarului explicativ al limbii române*, termenul de toleranță este „faptul de a tolera; îngăduință, indulgență” [13, p. 1096]. Toleranța se manifestă în plan social, economic, politic, etic și religios și se aplică în raport cu un individ, cu un grup social sau cu anumite relații, atitudini sau acțiuni din interiorul acestui grup. Ea definește respectul libertății altuia, a modului lui de gândire și de comportare, precum și a opiniilor acestuia de orice natură. În opinia M. Bernhardt-Lörinczi, toleranța este unul dintre principiile de bază ale unei societăți democratice, întrucât anume grație toleranței oamenii reușesc să-și depășească prejudecățile, teama de tot ce e diferit, de tot ce nu corespunde reprezentărilor stereotipice ale majorității. „Ea este înțeleasă și se manifestă în diferite moduri, pentru că poate:

- fi adoptată în mod provizoriu sub forma unei concesi, ca manevră tactică;
- reprezenta o acceptare sau o permisiune, ca formă a unui dezinteres;
- presupune respectul opiniei contrare și este strâns legată de libertatea persoanei;
- înseamnă a „permite” ceva, ceea ce ar putea fi suprimat. Acest punct de vedere este adoptat de specialiștii în diferite tehnici persuasive și în războaie informaționale” [132].

Prin toleranță se ajunge la respectul pentru grupurile sociale, culturile și religiile diferite, pentru deciziile altor oameni, pentru alte puncte de vedere, moduri de gândire și de acțiune, stiluri și moduri de viață, care există într-un număr impunător de mare în orice societate modernă și chiar în orice comunitate. Tocmai din aceste considerente, educarea toleranței trebuie să fie una dintre opțiunile prioritare ale mass-mediei, în general, și ale presei locale, în particular, în procesul de mediatizare a realității sociale.

Așadar, cultura se întruchipează în practica socială și nu poate exista în afara acesteia, iar prin puterea sa de a defini sensuri și de a propune criterii de evaluare, ea influențează calitatea

acestei practici. Această realitate dizolvă tradiționala distincție dintre „cultură” și „societate”, generând dimensiunea socioculturală a existenței umane. Reflectarea în presa locală a dimensiunii socioculturale a existenței umane impune un mod de abordare în care cultura devine instrument al evaluării întregii vieți sociale, economice, politice a comunității. „Fiind o expresie care sintetizează experiența omului, cultura este implicată în toate formele concrete de existență socială, în toate mecanismele și manifestările esențiale care definesc societatea. Ca urmare, raportarea culturii la structurile societății este o cerință pentru înțelegerea conținuturilor sale valorice și pentru explicarea mecanismelor funcționale care-i asigură dezvoltarea istorică. În evoluția sa, o comunitate umană nu poate exista fără cultură, deoarece aceasta intermediază raporturile societății cu lumea înconjurătoare, asigurând satisfacerea nevoilor și aspirațiilor umane” [135].

Realitatea unei societăți include diferite medii socioculturale, a căror interacțiune constructivă este determinantă pentru bunul mers al lucrurilor și buna dezvoltare a acesteia. Mediul sociocultural reprezintă un anumit sistem de relații umane dintr-o comunitate sau societate, anumite condiții și legături sistemice bazate pe norme și valori, în care se manifestă interacțiunea dintre oameni și/sau grupuri sociale, în cadrul căruia apar și se manifestă relațiile socioculturale care generează conservarea, modificarea sau schimbarea a înseși realității. El include, de asemenea, natura organizării și mecanismul de funcționare a valorilor spirituale, culturale specifice unei anumite comunități sau societăți pe care individul social le utilizează în activitatea sa socială, în relațiile cu sine și cu alți membri ai comunității. Totodată, prin mediul sociocultural se subînțelege domeniul în care funcțiile sociale ale culturii sunt orientate spre culturalizarea (formarea spirituală) și socializarea omului, componenta de socializare incluzând procesele de integrare umană, iar cea culturală – conținutul și calitatea acestora.

Omul este elementul central al oricărui mediu sociocultural. El se formează ca personalitate într-un anumit mediu sociocultural, dar, totodată, prin relațiile pe care le stabilește cu semenii săi, prin conexiunile pe care le construiește, prin interesele, viziunile și opțiunile sale, este capabil să influențeze mediul sociocultural în care trăiește și din care face parte. Conștientizarea acestui lucru este foarte importantă pentru abordarea mediului sociocultural în presa locală, pentru că anume acest aspect orientează acțiunile jurnalistului în procesul de selectare a evenimentelor și de transformare a acestora în produse mediatice. Cercetătorul D.Popa susține că instituțiile mass-mediei pot fi considerate sisteme de conectare a indivizilor la câmpul sociocultural și la anumite elemente ale lui. El susține că indivizii sau subgrupurile sociale se conectează la mediul sociocultural, inclusiv prin mass-media, iar aceste conexiuni, în ansamblul lor, asigură echilibrul social. „Echilibrul social este precar în absența reflecției



profunde și sistematice asupra fenomenelor care țin de comunicare, adică asupra fermentului social care semnifică interdependența funcțională dintre indivizi, grupuri și asigură adaptarea lor reciprocă în ansamblul social” [145].

Jurnaliștii trebuie să cunoască faptul că gradul de interacțiune socială și nivelul de influență a mediului sociocultural asupra personalității variază de la om la om, de la grup la grup. Din aceste considerente, se impune necesitatea abordării tuturor grupurilor sociale care coexistă într-un mediu, luându-se în calcul activitatea exponenților acestor grupuri la nivel microsocial și macrosocial. „Aspectul macrosocial se referă la societatea din care face parte individul, în general, sau la grupul social căruia acesta îi aparține, în particular, iar aspectul microsocial se referă la mediul apropiat al fiecărui individ social” [152].

Macrosocialul include relațiile de interdependență dintr-un mediu, care se realizează în baza culturii generale și a experienței de viață a fiecărui membru, prin contactele interpersonale pe care el le stabilește cu cei din jurul său și cu grupul social sau cu societatea, precum și prin contactele pe care le stabilesc diferite grupuri sociale între ele. Macrosocialul, care este constituit din totalitatea de aspecte microsociale dintr-un anumit mediu, este subiectul principal de reflectare a mass-mediei, întrucât, el oferă posibilitatea abordării atât colective, cât și individuale a realității.

Pentru presa locală sunt prioritare, bineînțeles, contactele și relațiile dintre grupuri, prin care se materializează acțiunea socială, cu toate că nu pot fi neglijate, în mod categoric, nici relațiile interpersonale, ele având menirea să individualizeze și să personalizeze acțiunea socială propriu-zisă. Or, anume unicitatea aspectelor microsociale determină specificitatea grupurilor sociale, contribuind la formarea caracteristicilor și particularităților socioculturale ale acestora. Astfel, din perspectivă microsocială, mediul sociocultural poate fi definit și drept spațiu personal, apropiat unui individ social, în care și prin care el se implică în realitățile unui grup/unei societăți, stabilind relații de interdependență cu cei din jur. El include contactele pe care individul le stabilește, aleatoriu sau premeditat, modelele de comportament social pe care acesta le aplică în diferite situații, acțiunile lui sociale și rezultatele acestora. Altfel spus, este mediu natural și obiectiv care asigură deschiderea persoanei pentru interacțiunea cu societatea.

Mijloacele de informare în masă ca elemente constitutive ale unui mediu sociocultural sunt influențate direct de realitatea de aici, transformările socioculturale majore care se produc în acest mediu lăsându-și amprenta și asupra activității lor. În același timp, prin subiectele luate în discuție, accentele logice puse și prin modalitatea de abordare a acestora, mass-media influențează, la rândul ei, și modifică realitatea socioculturală din mediul în care activează. Mijloacele de informare în masă se manifestă ca un actor activ al câmpului sociocultural,

impactul și efectele lor în ansamblul relațiilor care se stabilesc în societate fiind de o importanță majoră.

Opțiunea de reflectare în și de către presa locală, prioritar, a mediului sociocultural se datorează faptului că anume abordarea acestuia face posibilă înțelegerea proceselor și clarificarea modurilor în care se dezvoltă relațiile sociale dintre diferite persoane și grupuri. Or, anume mediul sociocultural asigură condițiile necesare pentru formarea potențialului intelectual al individului, în particular, și al comunității, în general. Potențialul intelectual al unei comunități sau al unui grup social este dimensiunea care asigură, de rând cu altele, gradul de stabilire a contactelor sociale și de integrare în societate.

Opțiunea presei locale pentru realitatea socioculturală reiese și din specificitatea acestui gen de media care este pusă în serviciu și activează pentru un public concret, individualizat, dar nu pentru unul abstract, ca în cazul presei naționale. Această opțiune se datorează și faptului că jurnaliștii din presa locală nu sunt simpli cronicari sau evaluatori ai mediului sociocultural, ci sunt actorii sociali ai acestui mediu: aici trăiesc, aici activează, aici stabilesc contacte sociale. Ei cunosc foarte bine realitatea socială de aici, pentru că ei înșiși o trăiesc, dar tot atât de bine își cunosc și publicul pentru care scriu, pentru că acest public formează mediul lor de existență umană. Tocmai acest lucru și îi face pe jurnaliștii din presa locală să abordeze mai frecvent domeniul sociocultural, acesta fiind determinant pentru stabilitatea coexistenței și a coeziunii sociale a unei comunități.

Creșterea valorii conceptului de coexistență contribuie la reconsiderarea problemei privind natura relațiilor socioculturale în societățile moderne, în care relațiile dintre actorii sociali sunt interactive, din ce în ce mai controversate, iar numărul lor este în creștere. A pune coexistența în prim-planul comunicării mediatice și al spațiului public înseamnă a înțelege nevoia de gestionare și de control concomitent atât al diferențelor specifice unei societăți, cât și al respectării principiului unității, astfel încât în viitor să fie posibilă armonizarea diferitelor medii socioculturale existente în această societate.

Opțiunea de a mediatiza, prioritar, realitatea socioculturală se datorează, de asemenea, faptului că presa locală deține suficiente instrumente nu doar ca să reflecte mediul sociocultural, ci și ca să-l corecteze, să-l orienteze în direcția cuvenită, să-l catalizeze sau chiar să-l formeze. Or, mediul în cauză este nu doar al indivizilor care coexistă aici, ci și al instituțiilor care își desfășoară activitatea aici, inclusiv al presei locale, iar „umplutura” acestuia, calitatea interdependenței este foarte importantă pentru buna funcționare a tuturor acestor instituții sociale și culturale. Mediul sociocultural este, prin excelență, unul deschis, variat și foarte dinamic, care poate fi abordat mediativ ca:

- conglomerat de indivizi sociali și relațiile dintre ei, din care reiese specificitatea socioculturală a unor grupuri și/sau comunități;
- conglomerat de grupuri socioculturale și contactele dintre acestea în care se reflectă nivelul profund al vieții unei societăți;
- spațiu unde se realizează reproducerea socioculturală a populației;
- activitate propriu-zisă de reproducere socioculturală a populației și relațiile din cadrul acestei activități;
- mediu valoric și normativ al realității socioculturale;
- conglomerat de instituții prestatoare de diferite servicii care intervin în procesul de satisfacere a nevoilor socioculturale ale cetățenilor.

Mediul sociocultural constituie subiectul prioritar de reflectare în presa locală, pentru că anume aici se formează contextele necesare pentru socializarea indivizilor, aici se proiectează începuturile socializării ca fenomen social și anume din acest mediu derivă rezervele socioculturale care formează capitalul social al unei societăți. Alături de alte elemente ale mediului de viață, mediul sociocultural formează complexul de idei umane, de modele de percepții raționale și emoționale, de valori socioculturale pe care le împărtășește individul în raport cu cei din jurul lui. Acest mediu modelează viziunea individului asupra locului și rolului său în comunitate, îi afectează orientările morale și etice, îi oferă și îi formează anumite modele de comportament, într-un cuvânt, îi formează imaginea despre mediul lui apropiat și imaginea despre lumea întreagă. Reflectând influența mediului sociocultural asupra personalității umane, iar prin intermediul personalității, și asupra proceselor sociale, presa locală realizează o activitate de diagnosticare socială a realității.

Cercetătorul din Rusia Т.Адамьянц susține că mediul sociocultural poate fi abordat dintr-o perspectivă dublă: extinsă și restrânsă. În viziunea acestuia, mediul sociocultural, în interpretarea extensivă a termenului, este un set de valori culturale, norme acceptate, legi și regulamente, informații științifice și tehnologice ce determină individul să întreprindă acțiuni și interacțiuni eficiente cu toate componentele mediului lui de viață, inclusiv cu cea naturală, tehnologică, informațională, precum și cu componenta umană care include restul indivizilor sociali. În interpretarea intensivă a termenului, se pune accentul pe componenta de comunicare a mediului sociocultural [72, p.1-9]. Astfel, mediul sociocultural, *stricto sensu*, reprezintă circuitul informațional dintr-o societate și procesele sociale prin care se realizează comunicarea socială. În această ordine de idei, mediul sociocultural este atât subiect de reflectare al mass-mediei, cât și obiect asupra căruia ea își exercită influența. Tocmai din această abordare rezultă, de fapt, legitimitatea mass-mediei de a monitoriza, a evalua și de a oferi diagnoze sociale pentru mediul

sociocultural – sarcină care cel mai bine poate fi rezolvată de presa locală, ținând cont de considerentele expuse mai sus.

Transformările social-politice, economice și culturale care s-au produs în Republica Moldova în ultimele decenii au modificat substanțial felul de a fi al presei tipărite, precum și produsul ei finit. Transformările în cauză au generat liberalizarea actului comunicațional (liberul acces la informație și libertatea de exprimare) și au schimbat metodele de prelucrare și de transmitere a informației, care, la rândul lor, au dus la intensificarea circuitului informațional, la extinderea și diversificarea fluxului informațional, la schimbarea politicilor editoriale, a discursivității instituțiilor mediatică etc. Totodată, ele au generat și o serie de tendințe negative, legate, îndeosebi, de motivația jurnaliștilor și a managerilor din mass-media de a face jurnalism. Acestea au afectat, întâi de toate, presa națională, angajamentele sociale ale multora dintre instituțiile mediatică contemporane din acest segment de presă fiind subminate de interesele financiare, private ale patronilor. Astfel, unele dintre produsele mediatică cu acoperire națională, intens promovate și, deci, populare în rândurile oamenilor sunt orientate, în special, spre informare și divertisment, funcțiile de socializare și de culturalizare fiind lăsate cu desăvârșire în umbră. Și mai grav e faptul că acest fenomen a afectat nu doar publicațiile specializate în divertisment, ci și pe cele generaliste care au menirea, între altele, să analizeze realitatea, să socializeze cetățenii, să culturalizeze masele, să proiecteze viața spirituală a unei societăți etc.

Actualmente, în presa cu acoperire națională primează senzația și spectacolul. Tendința de senzaționalizare și spectacularizare a informației sociale și culturale se manifestă la nivelul unghiului de abordare a problemelor, care este conceput, astfel încât să scoată în evidență oroarea și absurdul situațiilor, dar nu să propună o analiză profundă a cauzelor și, mai ales, a efectelor acestora. Totodată, tendința în cauză se manifestă și prin amplasarea, de obicei, pe primele pagini ale publicațiilor periodice, a scandalurilor, crimelor, violențelor etc.

În presa cu acoperire națională se atestă și tendința de superficializare a informației, îndeosebi a celei culturale care în cele mai dese cazuri este amplasată în aceeași rubrică cu divertismentul, cu evenimentele mondene sau, în cazuri mai deosebite, cu educația și media. Aceasta ar trebui însă privită separat de restul fenomenelor sociale și tratată de către jurnaliști nu doar pentru a relaxa publicul, ci și pentru a-l informa, a-i forma gusturi estetice și comportamente adecvate. Cât privește oamenii de cultură, aceștia preferă să „emigreze” în televiziune sau la radio, unde, de multe ori, își schimbă eticheta din om ce servește cultură într-un „jurnalist al culturii”, cea din urmă asigurându-i o imagine mai durabilă în timp și chiar o supraviețuire financiară.

Selectarea unilaterală a evenimentelor și a eroilor materialelor de presă a dus la uniformizarea mesajului sociocultural general. Astfel, ani la rând, jurnaliștii de la instituțiile mediatice cu acoperire națională reflectă doar aceleași evenimente, cu implicația unora și acelorași actori. De exemplu, informațiile din și despre viața interpreților de muzică ușoară sau populară au devenit un element indispensabil al oricărui număr de ziar, în schimb foarte rar, apar materiale despre actori, pictori, profesori de artă și de muzică, dar și mai rar sunt abordate problemele profesionale cu care se confruntă aceștia.

Și frecvența abordării problemelor, îndeosebi a celor din domeniul culturii, precum și a arealului din care sunt selectate evenimentele socioculturale lasă de dorit. Or, majoritatea evenimentelor de acest fel, reflectate în publicațiile periodice cu acoperire națională, sunt organizate și au loc în Chișinău, în timp ce luni la rând acestea nu publică niciun material analitic despre starea de lucruri din raioanele țării sau despre evenimentele socioculturale de anvergură, care se produc în provincie. În schimb, informațiilor din și despre interpreții de peste hotare, preluate de la diverse agenții de știri, site-uri sau portaluri online, li se acordă un spațiu din ce în ce mai mare, ele fiind nelipsite în orice număr de ziar. Deși „...fără artă, o națiune e falimentară. Arta și cultura sunt o expresie a felului nostru de a fi, ele ne dau identitatea” [144], se creează impresia că informațiile din domeniul culturii sunt, de multe ori, „de umplutură”, apărând în această categorie de presă mai ales atunci când în domeniul politic, social sau economic nu se întâmplă nimic nou.

În prezent, publicațiile periodice cu acoperire națională au, în fapt, două probleme: prima, cui i se adresează și, cea de-a doua, ce reprezintă. În condițiile în care ele nu-și cunosc foarte bine publicul-țintă și când se aruncă în goană după audiență, sacrificând cu cinism calitatea și producând diverse materiale, care nici pe departe nu educă, societatea ajunge să fie „intoxicată” și manipulată. Suprasaturarea fluxului informațional cu produse de acțiune bazate pe scene de cruzime și de violență, strămutarea ideilor tradiționale despre dreptatea socială și despre răul social, despre ceea ce înseamnă binele social și ceea ce înseamnă răul social a devenit o practică tradițională pentru multe dintre publicațiile periodice, posturile de radio și TV cu acoperire națională, dar mai ales pentru instituțiile mediatice online. În aceste condiții vidul în domeniul reperelor etice, care este întreținut și de mass-media, duce la un haos între aspirațiile și nevoile socioculturale ale individului.

Din cauza acestor fenomene, presa tipărită din Republica Moldova pierde, pe an ce trece tot mai mult teren în fața altor mijloace de informare, iar viitorul ei este considerat a fi unul sumbru. Cel puțin aceasta o demonstrează datele *Barometrului Opiniei Publice* din noiembrie 2015, potrivit cărora 12% din populație susțin că ziarele sunt cea mai importantă sursă pentru

informare și doar 2% din ei au încredere în publicațiile periodice [5]. Aceste rezultate conturează niște ipoteze triste în ceea ce privește subiectul în cauză. Cu toate acestea, este foarte important să nu neglijăm faptul că, în cadrul studiilor de tipul *Barometrului de Opinie Publică*, se ia în calcul doar presa națională, nu și cea locală/regională. Or, presa locală, din contra, continuă să fie citită, să facă parte din comunitatea pentru care și pe al cărei teritoriu, activează adică pentru care se editează. Unele publicații periodice locale autohtone apar în tiraje chiar mai mari decât cele de talie națională, ceea ce denotă că ea își menține statutul de primă sursă de informare pentru populația din regiune. Publicul are încredere în presa locală, întrucât aceasta este aproape de fiecare individ sau grup social din această regiune, îi cunoaște necesitățile și acționează în numele și în interesul acestuia. Ea este, în opinia cercetătorului rus E.П.Прохоров o verigă analitică de legătură a relațiilor între diferite grupuri sociale [102].

În acest context, presa locală, datorită faptului că își concepe politica editorială și își construiește conținutul în funcție de nevoile informaționale și de așteptările publicului-țintă, propune o abordare localizată și personalizată a problemelor specifice mediului sociocultural pe care îl valorifică (și nu una generalizată, cum procedează, de obicei, alte categorii de media) și „pune în valoare locul și rolul individului social în comunitate, pune în corelație faptele și acțiunile cetățenilor și le raportează la necesitățile sociale ale majorității” [64, p. 160]. Ea se prezintă a fi unul dintre cele mai importante mijloace, dar și instrumente mediatice de monitorizare, de evaluare și de diagnosticare a realității socioculturale a unei societăți. Or, presa locală abordează procesele, condițiile și situațiile de ordin local, precum și relațiile care apar și se stabilesc între diferite grupuri și categorii sociale în mediile locale. Anume ea ajută diverselor grupuri și categorii sociale să se integreze în societate, sprijină stabilitatea mediilor locale și a societății în întregime, reduce tensiunile și contradicțiile interne, realizând, prin aceasta, socializarea indivizilor și a grupurilor comunitare. Valorificarea realității socioculturale impune presei locale anumite sarcini, de genul:

- să ajute cetățenii în situații concrete;
- să dezbată cele mai stringente probleme cu care se confruntă cetățenii;
- să aducă pe agenda publică noi fenomene sau tendințe socioculturale;
- să ofere o imagine integratoare a mediului sociocultural;
- să medieze constant realitatea socioculturală;
- să asigure condiții de afirmare a dialogului social;
- să ofere posibilități de exprimare a noilor opinii în situații tradiționale;
- să modeleze dialogul social;
- să ordoneze atitudinea publică și acțiunea socială;

- să asigure promovarea echilibrată a pozițiilor de viață a diverselor grupuri sociale;
- să realizeze evaluarea morală a situațiilor, a acțiunilor, a declarațiilor;
- să promoveze valorile general-umane și practicile pozitive;
- să plaseze ideile umaniste, ale binelui mai presus decât interesele de grup.

Așadar, „presa locală reflectă un spectru amplu de probleme importante și cu semnificație pentru cetățeanul de rând și, astfel, provoacă și conduce comunitățile la căutarea unor soluții comune. Ea asigură necesitățile comunicaționale ale indivizilor, identificarea lor cu o temă, cauză comună, răspunde nevoii de inserție în comunitate, contribuind, în mod direct, la solidarizarea și socializarea cetățenilor și la coagularea societății” [66, p. 274]. Actualmente, presa locală a devenit un mediator, un formator de opinie, care deschide noi direcții în asimilarea comunicării socioculturale, pentru că face selecția evenimentelor socioculturale, în funcție de importanța acestora pentru publicul-țintă, dat fiind faptul că le interpretează, le evaluează, le mediatizează, ținând cont de cultura generală medie a acestuia, de probabilitatea înțelegerii mesajului și de existența unui cronotop estetic, a unor reprezentări asupra normelor frumosului, utilului, binelui sau chiar a celor care vizează aspecte emoționale, șocante sau teribile.

## **2. 4. Concluzii la capitolul 2**

1. Transformările social-politice și economice care s-au produs în Republica Moldova după 1990 au modificat considerabil structura și tipologia vechiului sistem mediatic și au generat modificări conceptuale și funcționale care, au conturat, la rândul lor, noi tendințe de dezvoltare a publicațiilor periodice locale și noi opțiuni funcționale și de creație, fapt care a transformat acest segment de presă într-un element cu identitate distinctă al sistemului contemporan al mass-mediei.

2. După anii '90 ai secolului trecut, în Republica Moldova s-au afirmat cinci etape de dezvoltare a presei locale, în care au apărut mai multe categorii noi de presă. pe parcursul tuturor etapelor, cele mai influente au fost două categorii: presa locală, finanțată din banii publici și presa locală privată. Din punct de vedere conceptual și funcțional, acestea însă nu se deosebesc substanțial, diferită fiind doar forma de finanțare și dimensiunea economică a acestora.

3. Specificitatea normelor de concepere, de editare și de distribuție a unei categorii de presă definesc identitatea funcțională a acesteia, în raport cu alte tipuri de media. Identitatea funcțională a presei locale, în general, și activitățile ei curente, în particular, sunt influențate de un șir de factori, între care: proximitatea spațială, obiectivele, rolurile, funcțiile și opțiunile de creație ale acesteia.

4. Activitățile curente și principiile de funcționare ale ziarului local depind de gradul de aplicabilitate și de corelația care se stabilește între cele trei dimensiuni funcționale fundamentale ale unei instituții de presă: rezervele instituționale și potențialul de creație al colectivului redacțional, rezervele umane și managementul forței de muncă a publicației, rezervele tehnice și capacitățile de producție.

5. Obiectivele, rolurile și funcțiile pe care le cumulează și le realizează presa locală generează opțiunea ei pentru organizarea relațiilor socioculturale pe orizontală și pe verticală într-o comunitate creând, totodată, anumite condiții specifice în care se manifestă tendințele socioculturale ale acesteia.

6. Realitatea socioculturală constituie subiectul prioritar de reflectare în presa locală, a cărei abordare este importantă pentru clarificarea procesului și a modului în care se dezvoltă relațiile sociale, culturale, economice, de parteneriat etc. dintr-un anumit mediu, acestea fiind determinante pentru stabilirea contactelor sociale și integrarea socială a cetățenilor.

7. Opțiunea presei locale de a mediatiza, prioritar, mediul sociocultural se datorează faptului că anume abordarea acestuia face posibilă înțelegerea proceselor și clarificarea modurilor în care se dezvoltă relațiile sociale dintre diferite persoane și grupuri. Or, anume mediul sociocultural asigură condițiile necesare pentru formarea potențialului intelectual al individului, în particular, și al comunității, în general. Potențialul intelectual al unei comunități sau al unui grup social este dimensiunea care asigură, de rând cu altele, gradul de stabilire a contactelor sociale și de integrare în societate.

8. Opțiunea presei locale pentru realitatea socioculturală derivă din specificitatea acestui gen de media, care este pusă în serviciul și activează pentru un public concret, individualizat, și nu pentru unul abstract. Această opțiune se datorează și faptului că jurnaliștii din presa locală nu sunt simpli cronicari sau evaluatori ai mediului sociocultural, ci sunt chiar actanți ai acestui mediu. Ei cunosc foarte bine realitatea de aici, pentru că ei înșiși o trăiesc, dar tot atât de bine își cunosc și publicul pentru care scriu, pentru că acest public formează mediul lor de existență umană. Tocmai acest lucru îi și face pe jurnaliștii din presa locală să abordeze mai frecvent domeniul sociocultural, acesta fiind determinant pentru stabilitatea coexistenței și a coeziunii sociale a unei comunități.



### **3. DISCURSUL SOCIOCULTURAL AL PRESEI LOCALE DIN REPUBLICA MOLDOVA**

Ziarul local tinde să fie aproape de fiecare cititor al său și să valorifice cât mai veridic și mai obiectiv masivul informațional potențial din apropierea imediată a acestuia, creând, astfel, legătura dintre locuitor și comunitatea sa. Or, această opțiune de primă importanță constituie una dintre virtuțile pe care presa locală o pune permanent în evidență. Acest lucru se manifestă atât la nivel conceptual, cât și la nivel funcțional și se realizează prin armonizarea coerenței discursului mediatic cu aspectul grafic al spațiului în care acesta este amplasat. Capitolul în cauză își propune să analizeze produsul mediatic finit și modalitățile de structurare a fluxului informațional în ziar și de amplasare a materialelor în pagină. El are două mari axe de interes: pe de o parte, analiza structurii și compoziției arhitecturale a publicațiilor periodice locale, iar pe de altă parte, analiza produsului mediatic pus în circuit prin intermediul presei locale, în vederea reflectării realității socioculturale de nivel local. Or, produsul mediatic finit al presei locale, conceput pentru socializarea și culturalizarea cetățenilor, este determinant în formarea și orientarea percepțiilor acestora, în producerea imaginilor mediatice despre tot ce se întâmplă în jur, în proiectarea, construirea și modelarea realității, parte din care este însuși jurnalistul care activează în presa locală.

#### **3. 1. Elemente structurale și compoziționale ale publicațiilor periodice locale**

Tendința publicațiilor periodice, în general, și a celor locale, în particular, de a-și pune în evidență virtuțile le determină să-și diversifice practicile operaționale de concepere a ziarului, de producere a informației și de prezentare a produsului mediatic finit. Pentru realizarea acestui deziderat, angajații din presa locală își pun la încercare perspicacitatea și creativitatea jurnalistică, precum și tehnicile necesare dobândirii unui produs mediatic a cărui expresivitate semantică, compozițională și grafică să aibă capacitatea de a genera dorința individului de a procura acest produs. J.Lauterer susține: „Un design interesant ne face să ne simțim bine. Când privim o pagină cu un design bine realizat, conținutul acesteia ne atrage și ne trezim că citim aproape fără să depunem efort. În schimb, când avem în față o pagină de ziar cu un design deplorabil, avem tendința de a citi în fugă și de a ne orienta către subiectele banale, adică, de obicei, comicsuri sau programe TV” [33, p. 236].

Omul simplu, de la țară sau din orașele, tinde să cunoască ceea ce se întâmplă în țara lui și, în general, în lume, dar totuși mai mult îl interesează ceea ce se întâmplă în mediul lui apropiat și în perimetrul localității sale, odată ce acolo el trăiește și activează. Cititorul modern, în opinia lui M.Cernat, s-a schimbat foarte mult, a devenit, pe de o parte, mai pretențios, mai dificil de

satisfăcut sub aspect informațional, iar pe de altă parte, mai superficial. „În general, însă, nivelul de informare și de pregătire generală a cititorului modern e cu mult deasupra înaintașilor săi, așa cum și cunoștințele sale despre fenomenul mass media i-au sporit exigențele față de publicațiile pentru care optează (din interes, din curiozitate, din nevoia de a se informa) și pe care le cumpără, uneori cu bani nu tocmai puțini” [8, p. 159]. Acest lucru a provocat modificări procedurale nu doar la nivelul actului de creație propriu-zisă (selectarea evenimentului și mediatizarea acestuia), ci și la nivelul structurii și compoziției ziarului și al amplasării informației în pagina de ziar. A.Андреева susține că structura unei publicații periodice moderne trebuie să aibă caracter sistemic, în care să se îmbine armonios toate elementele constitutive ale ziarului, iar compoziția trebuie să fie concepută, astfel încât să ofere indicii certe ce ar putea ajuta cititorii să se orienteze în fluxul mediatic pus în circuit [73, p. 106]. Obiectivul principal al machetării unui ziar local este să ajute cititorul să se clarifice, fără mare efort și dificultate, în conținutul ziarului.

În primii ani de independență a Republicii Moldova, în condițiile extinderii și amplificării tot mai pronunțate a fluxurilor informaționale, au apărut și primele tendințe de reconceptualizare a practicilor tradiționale de modelare grafică a ziarelor locale și de definitivare a unui stil nou de aranjare în pagină a materialelor jurnalistice. Particularitățile funcționale ale noului stil tindeau să asigure creșterea gradului de percepere a materialelor de presă de către cititor și a impactului ziarului asupra întregii societăți. „Rolul fundamental al designului este de a rezolva o problemă sau de a răspunde unei provocări. Pentru designerul unui ziar, provocarea constă în aranjarea celor trei elemente – cuvinte, imagini și spațiu alb – într-o formă atractivă și expresivă. Iar aceasta necesită planificare” [33 p. 236]. La acea etapă, prezentarea grafică a ziarului trebuia să soluționeze două probleme principale: să pună în valoare conținutul ziarului și să facă atractivă forma acestuia. Realizarea acestor obiective a fost posibilă, grație unor remanieri grafice foarte importante, de genul:

- schimbarea manșetei, a fontului titlurilor și a literelor de rând;
- mărirea spațiilor dintre rânduri;
- micșorarea numărului de coloane – de la opt la șase și mai puțin;
- folosirea tiparului color, (ce-i drept, doar pentru anumite pagini);
- readucerea în pagină a fotografiilor cu conținut local și de dimensiuni mai mari;
- utilizarea graficii informaționale: diagrame, hărți, ilustrații simple etc.;
- includerea în paginile cu opinii a fotografiilor-portret;
- folosirea în mod creativ a spațiilor libere, numite „spații negre”;
- ierarhizarea informației și gruparea materialelor cu subiecte asemănătoare;

- asigurarea continuității, adică menținerea paginilor în aceeași ordine și poziție;
- folosirea antetelor pentru fiecare pagină;
- includerea în pagină a unor rubrici specializate, a casetelor cu rezumate, cu informații utilitare și de interes sporit, cu știri etc.

Astfel, după anii '90 ai secolului trecut, presa locală a trecut printr-un proces anevoios de constituire a identității sale, care a modificat conceptualizarea atât a conținutului, cât și a formei produsului jurnalistic finit. Aceste modificări au generat un concept nou care presupunea punerea în valoare a comunității și a comunicării cu membrii acesteia, atât prin intermediul problematicii abordate, a conținutului ziarului, cât și prin cel al prezentării grafice. Opțiunea jurnaliștilor din presa locală pentru schimbarea caracterului de literă în direcția majorării acestuia, pentru asigurarea calității imprimării, îndeosebi a iconografiei, precum și pentru înlocuirea machetării tradiționale cu cea de tip sistemic au dus la afirmarea unui nou stil de prezentare grafică și a unei arhitectonici noi a publicațiilor periodice locale. „Succesul noului concept al formatării ziarului s-a datorat, între altele, faptului că redacțiile raionale au început să folosească un caracter de literă mai mare pentru expunerea conținutului ziarului, că au asigurat lizibilitate imprimării textelor, că au aplicat tipul sistemic de machetare” [103 p. 43].

Actualmente, structura și compoziția unei publicații periodice locale, grație aspectului său estetic, a devenit nu doar un punct de atracție și de captare a interesului populației, ci și un element de orientare a acesteia în avalanșa de informații puse în circuit și de reglare a legăturilor funcționale ale ziarului cu publicul său țintă. „Manevrele și procedeele grafice la care apelează presa scrisă actuală, extrem de sensibilă față de forța de expresie a așezării în pagină a textelor, a titlurilor, a fotografiilor, a raportului dintre spațiile albe și cele negre, a culorii, au determinat pe unii specialiști să vorbească despre apariția unui nou fenomen, specific presei scrise, și pe care l-au numit „televiziune imprimată” [8, p. 158]. Tendințele de îmbunătățire a aspectului grafic a publicațiilor periodice locale au orientat opțiunile jurnaliștilor spre asigurarea aspectului estetic, precum și spre asigurarea coerenței dintre structura și compoziția acestora. Astfel, în prezent, ziarele locale au ajuns să fie atât produse cu valoare informativă, cât și cu valoare estetică.

Identificarea structurii și a compoziției spațiale a publicațiilor periodice din presa locală autohtonă, se face, în această ordine de idei, importantă pentru studiul nostru, întrucât ne oferă posibilitatea de a analiza locul și rolul relației conținut – formă în cadrul acestui segment de presă. Pentru a analiza cât mai obiectiv și a reliefa rolul de bază al acesteia pentru reușita unui ziar local, am selectat trei publicații periodice independente, locale/regionale, din diferite zone ale țării: de la nord – *Glia drochiană*, de la centru – *Unghiul*, de la sud – *Gazeta de Sud*. Toate aceste ziare au apărut la finele secolului trecut, având, astfel vechime semnificativă pe piața

mediatică din țară și rezistând tuturor obstacolelor timpului și sistemului politic. Mai mult decât atât, toate se declară independente și își demonstrează acest statut prin materialele publicate. Totodată, ele sunt membre ale *Asociației Presei Independente*, ceea ce fortifică orientarea echidistantă și nepărtinitoare a lor. Este important, de asemenea, că ziarele la care ne referim publică aceleași materiale realizate în cadrul diferitor programe organizate în colaborare cu *API* sau oferă spațiu unei pagini, intitulată *ACTIV*, realizată, la fel, ca urmare a conlucrării cu asociația respectivă.

Fiind ziare locale, independente și generaliste, ele apar cu aceeași frecvență, o dată pe săptămână, vinerea; se distribuie atât prin abonament, cât și prin vânzarea la bucată. În plus, sunt bilingve: *Glia drochiană* și *Gazeta de Sud* încorporează materialele în limba rusă chiar în paginile ziarelor, iar *Unghiul* editează aparte publicația în limba rusă. Pe lângă similitudinile pe care le cumulează, după cum e și firesc, între acestea există și deosebiri, precum: tirajul, ce variază de la un ziar la altul; cromatică, două dintre ele apărând în două culori, iar unul doar alb-negru și numărul de pagini: respectiv 8, 12 și 16. Pentru a înțelege mai bine trăsăturile comune și distinctive ale fiecărui ziar, vom face o prezentare succintă a acestora.

Ziarul *Glia drochiană* este o publicație periodică ce se editează în 8 pagini de format A3, este monocromatic (alb-negru) și are o periodicitate săptămânală, apărând în fiecare zi de vineri. A fost înregistrat la data de 27 septembrie 1999, drept „o organizație neguvernamentală, neafiliată la structurile de stat” [140], având statutul juridic de *PP Glia Drochiană*. Aria de difuzare a publicației este, bineînțeles, raionul Drochia. Inițial, a avut un tiraj de 250 de exemplare. Actualmente acesta a crescut până la 4 400 de exemplare. Echipa redacțională este formată din șapte persoane, al cărei redactor-șef este Liuba Bulgaru. Predominant, materialele din ziar apar în limba română, deși sunt publicate și materiale jurnalistice în limba rusă.

În cele ce urmează, vom analiza structura compozițională a ziarului, în general, și a fiecărei pagini, în particular.

În partea de sus a primei pagini se regăsește denumirea ziarului, precum și logoul acestuia. De asemenea, se indică faptul că este o ediție bilingvă, membră a *API*, informații referitoare la periodicitate, la numărul ziarului și data apariției. Mai jos, sunt prezentate titlurile a trei materiale jurnalistice de rezonanță, fiind urmate de o imagine ce reprezintă evenimentul vizat. La mijloc este amplasată o fotografie însoțită de începutul unui articol, al cărui conținut urmează a fi desfășurat în paginile ulterioare ale ziarului. Tot aici, sunt amplasate și câteva articole (circa 2-3 știri) de proporții mici sau începutul unor articole din interiorul ziarului. Un element esențial al primei pagini este rubrica permanentă „Post-scriptum”, semnată de Andrei Bulgaru, în cadrul

căreia este inclus editorialul săptămânii, de cele mai multe ori acesta având tentă politică. Tot aici uneori sunt amplasate mici anunțuri, felicitări sau publicitate, toate de dimensiuni mici.

Pagina 2, care deseori apare cu genericul *Local*, conține atât articole ce vizează activitatea conducerii locale/raionale, cât și practicile pozitive identificate pe teritoriul raionului Drochia. Aici înregistrăm două rubrici fluctuante, și anume: *Administrația publică și Sănătate și legislație*. Genericul paginii se schimbă de multe ori în: *Oficial, Eveniment, Legislație, Actual, Social*. Periodic, apare rubrica *Felicitări*, dar și căsuța tehnică.

Cea mai diversă din punctul de vedere al genericului este pagina 3, întrucât aproape în fiecare ediție aceasta valorifică teme noi din domeniul economiei, agriculturii, politicii externe etc. În cadrul acesteia, apare frecvent rubrica *Buletin Informativ* ce aduce la cunoștința publicului diferite decizii la nivel local, precum și *Cultură, Eveniment, Local, Administrația Publică, Social, Actual, Administrația Locală*. Uneori însă genericul lipsește, fiind înlocuit cu denumirea unei zilei profesionale, de exemplu *Ziua Lucrătorului Procuraturii* [22, 29.01.16].

Pagina 4 este, în cele mai multe cazuri, rezervată vieții sociale. Aici se regăsesc câteva rubrici fluctuante: *Cultura, Felicitări, Scrisoare la redacție*, precum și una în limba rusă – *Социальная сеть*. Sporadic această pagină își mai schimbă denumirea în: *Local, Educație, Actual, Investigație, Eveniment, Panorama*.

Genericile menționate mai sus se regăsesc și în pagina a cincea, doar că în fiecare ediție ele se schimbă, în funcție de domeniile pe care le reflectă. De obicei, se atestă rubrici de genul: *Cultură, Local, Actual, Investigație, Educație, Social, Panorama*. Se remarcă în mod special, rubricile *Eseu și Scrisoare la redacție*, semnate de cititorii ziarului care pun în circuit opinii, viziuni și variate puncte de vedere asupra realității din teritoriu.

Aceleași tematici se regăsesc și în pagina a șasea, a căror ordine se schimbă de la o ediție la alta, ca și în cazul paginilor a patra și a cincea. Aici sunt găzduite rubricile: *Justiție, Sănătate, Publicitate politică*. În cele mai dese cazuri însă, aici este amplasată pagină *ACTIV*, editată de către *API*.

Pagina 7, cu genericul *Glia Plus*, este rezervată publicității, aici fiind amplasate anunțuri și mica publicitate. Tot aici, ocazional, își găsește loc rubrica *In memoriam*, în care sunt publicate necrologurile sau mesajele de condoleanțe, dar și rubrica *Sport*. Uneori, atestăm câte-vreun articol care tratează probleme de natură socială sau culturală.

Programele TV sunt amplasate în pagina a opta, aceasta mai cuprinzând și una din rubricile *Publicitate* sau *Publicitate politică*.

Din cauza schimbării frecvente a genericului paginilor, căsuța tehnică este, de multe ori, amplasată în pagini diferite, fiind situată întotdeauna în partea de jos a acesteia.

Potrivit unui sondaj API, realizat în octombrie 2012, ziarul *Glia Drochiană* are o audiență de 14 690 de persoane [46, p. 12], raportat la numărul total de locuitori – 88 500, rezultă că fiecare al șaselea drochian citește această publicație. Conform ultimelor date furnizate de API, această stare de lucruri a rămas relativ constantă până în prezent, doar către anul 2016 înregistrându-se tendința de creștere a audienței acestuia.

Cea de-a doua publicație, supusă analizei, este ziarul *Unghiul*, care a fost înființat la 20 iulie 1997, a cărui formă de proprietate este SRL, fiind considerat unul de succes în presa locală autohtonă, mai ales ca afacere. Publicația apare în 12 pagini de format A3, în două culori: negru și albastru, culoarea albastră se regăsește în prima pagină, în paginile de mijloc și pe ultima. Presei locale îi este specifică periodicitatea săptămânală. Ziarul *Unghiul* nu face excepție, ieșind de sub tipar în fiecare zi de vineri. Ziarul apare atât în limba română, cât și în limba rusă, ambele ediții acumulând un tiraj de peste 10 000 de exemplare, iar uneori ajungând și până la 11 000. Inițial, ziarul apărea în doar 500 de exemplare. Aria de difuzare este, prioritar, raionul Ungheni, deși el se distribuie și pe teritoriile raioanelor Nisporeni și Călăraș. În cadrul redacției activează opt persoane, având în calitate de director pe Nicolae Sanduleac și de redactorii-șefi adjuncți pe Valentina Slotina și Tatiana Cuibaru.

Ziarul cuprinde 12 pagini, pe care le vom analiza în continuare, dat fiind faptul că ele reprezintă obiectul de cercetare al acestui subcapitol. Prima pagină conține, după cum este și firesc, titlul publicației, iar prima literă a acestuia constituie logoul. Deasupra, este amplasat motto-ul ziarului – *Vezi lumea așa cum este ea!* Sub titlu, este indicat numărul și anul periodicului, precum și data apariției, dar și site-ul pe care poate fi găsită versiunea online. Sus, în colțul din dreapta, se află rubrica permanentă *Cutia neagră*, în care directorul și redactorul-șef al ziarului, Nicolae Sanduleac publică, cu regularitate, editoriale de mici dimensiuni, adesea abordând problemele politice stringente pentru țara noastră. În restul paginii sunt publicate începuturile unor materiale jurnalistice ce urmează a fi detaliate în interiorul ziarului. De obicei, în centrul primei pagini este amplasată o imagine care reprezintă unul dintre cele mai importante evenimente despre care s-a scris. În partea de jos, găsim căsuța tehnică, ce include datele despre echipa redacției. Uneori, ca o rubrică fluctuantă, apare *Revenind la cele publicate*, în cadrul căreia se revine asupra unui material publicat anterior, la care a apărut o replică din partea autorităților sau a persoanelor implicate în subiectul articolului la care se referă. Precizăm că denumirea ziarului, precum și câteva titluri apar în culoarea albastră, iar restul în negru.

Pagina 2 cel mai adesea poartă genericul *Eveniment*, deși uneori (de exemplu în edițiile din 2016) acesta este înlocuit cu *Social*. Aici se oferă spațiu pentru cele mai recente știri ce vizează întregul raion, precum și pentru unele mici anunțuri.

Pagina 3 apare cu genericul constant *Analize, opinii* și este dedicată materialelor de opinie și comentative, prin care jurnaliștii iau în dezbateră și își expun părerile referitoare la anumite probleme sociale din localitățile raionului. Aici nu lipsește rubrica permanentă *Unghiul de veghe*, ce conține un editorial, semnat de către unul dintre cei doi redactori-șefi adjuncți și vizează, de obicei, o problemă socială, deși, mai rar sunt abordate și teme politice.

Pagina *Activ*, editată de către ONG-ul *API*, este amplasată, de regulă, în cea de-a patra pagină. Uneori pagina a patra include informații despre diferite acțiuni de binefacere sau campanii sociale, precum *Acces liber pentru toți*, lansate fie nemijlocit de către însăși echipa ziarului, fie de anumite organizații sau actori sociali din teritoriu. Alteori, pagina cuprinde materiale doar domeniul social în exclusivitate, având genericul *Social*. În mod frecvent, aici este amplasată marea publicitate, care ocupă circa jumătate de pagină, iar, în lipsa acesteia, spațiul se oferă rubricii fluctuante *STOP FALS*, realizată și ea de *API*, prin intermediul căreia se încearcă demascarea cazurilor de dezinformare a populației prin intermediul mass-mediei naționale.

Pagina 5 apare, de obicei, fără generic și conține diverse știri și reportaje, inclusiv rubrica permanentă *Consiliul raional Ungheni: planuri, acțiuni, rezultate*, în care sunt prezentate informații cu privire la activitatea Consiliului. Tot aici, uneori, apare rubrica fluctuantă *Cronică polițienească*, care prezintă succint crime și infracțiuni săvârșite pe teritoriul raionului sau de către locuitorii raionului. Uneori, publicitatea din pagina a patra migrează în această pagină.

Mica publicitate este, tradițional, amplasată în paginile șase și șapte, care apar cu genericul *Publicitate*. Aici sunt plasate anunțuri, necrologuri, oferte etc. Uneori, rubrica *Cronica polițienească* este trecută de la pagina cinci la pagina șase. Pagina a șaptea întotdeauna mai poate include și câte un articol. Întrucât paginile a șase și a șaptea constituie mijlocul ziarului, în unele locuri este utilizată culoarea albastră, fapt care le conferă aspect atractiv acestor două pagini.

Pagina 8 nu are un generic propriu-zis, deși aici este amplasată mica publicitate: felicitări, condoleanțe, mulțumiri aduse de către locuitorii raionului, precum și de către funcționarii diferitor instituții publice cu anumite ocazii. În cazurile în care în pagina 11 (care, tradițional, apare cu genericul *Programe TV*) este amplasată publicitatea politică, în pagina a opta este amplasată informația privind programele TV.

Pagina 9, de asemenea, nu are un anumit generic, dar conține o rubrică permanentă – *Primăria Ungheni zi de zi*, prin intermediul căreia cetățenii orașului Ungheni sunt informați referitor la evenimentele, activitățile, realizările din localități. Tradițional, partea a doua a paginii cuprinde publicitatea. În unele ediții din anul curent, în pagină au fost amplasate și materiale jurnalistice din diferite domenii de activitate.

Având genericul *Adresa*, pagina 10 este dedicată în totalitate cititorilor. Ea pune la dispoziția acestora două rubrici permanente  *Glasul poporului* și  *Epigrama de vineri*, prin intermediul cărora ei își pot manifesta încrederea, susținerea, dezacordul sau indignarea în legătură cu problemele social-politice din regiune și din țară. În plus, prin intermediul rubricii *Cititorul semnaleză* consumatorii de media au posibilitatea să pună în circuit informații care certifică existența în teritoriu a unor probleme, iar, prin intermediul rubricii *Telefonul încrederii cu Valentina Slotina*, ei pot pune întrebări și obține răspunsuri. Jurnalista Valentina Slotina încearcă să elucideze fiecare problemă pusă în discuție, apelând la sfaturile specialiștilor. Tot aici, cei care doresc să-și publice creațiile proprii, o pot face la rubrica *Din creația cititorilor*.

Pagină 11 găzduiește fie programa TV, fie publicitatea politică.

Ultima pagină, adică a douăsprezecea, apare în două culori: albastru și negru, având genericul *Mozaic*. Pagina nu diferă în principiu de la o ediție la alta, incluzând următoarele rubrici permanente: *Tête-a-tête*, în care este publicat un interviu; *Strada ta poartă numele lui...*, în cadrul căreia sunt prezentate date referitoare la personalitățile al căror nume îl poartă o stradă sau alta (din 2016 ea vine să înlocuiască rubrica *Istoria în date*, care prezenta calendarul săptămânal al evenimentelor istorice de anvergură care au avut loc în regiune sau în țară); *Calendar creștin*, care oferă informații referitoare la sărbătorile bisericesti din acea săptămână; *Astrologul prezice*, care prezintă horoscopul; *Știați că...*, care prezintă curiozități și informații interesante din diverse domenii; *Sfatul cititorului*, în care cititorii prezintă unele rețete și recomandări privind grădinăritul, alimentația sănătoasă, tratamentul naturalist etc.

Potrivit aceluiași sondaj realizat de API în octombrie 2012, ziarul *Unghiul* are 55 350 de cititori [46, p. 18], Astfel 47% din cei 117 400 de locuitori ai raionului citesc acest ziar, de unde rezultă că fiecare al doilea unghenean se informează din această publicație. Datele respective demonstrează poziția și ponderea ziarului pe piața media autohtonă, acesta fiind considerat un produs de calitate și chiar o afacere profitabilă. Ultimele măsurări realizate de API, demonstrează tendința de creștere a audienței acestuia, al cărui tiraj a depășit cifra de 11 000 de exemplare.

Ultimul ziar analizat cu scopul identificării specificității compoziției structurale și a arhitectonicii lui este *Gazeta de Sud*, care a fost „înființat la 3 mai 1995, cu denumirea *Business info*, al cărui formă de proprietate era instituție publică. Inițial, acesta apărea lunar, în 4 pagini, format A4, cu un tiraj de doar 1000 de exemplare, fiind distribuit gratuit, în special, în orașul Cimișlia” [139]. Ulterior, publicația a trecut prin varii schimbări, astfel încât, începând cu a doua jumătate a anului 2010, a fost lansată o nouă versiune a ziarului cu o nouă denumire – *Gazeta de Sud*, rămânând a fi – instituție publică. Actualmente ziarul conține 16 pagini, în format A3, apare săptămânal, respectiv vinerea, într-un tiraj de 5 000 de exemplare. Aria de distribuție a



publicației cuprinde mai multe raioane: Cimișlia, Cahul, Basarabeasca, Leova, Cantemir, Căușeni, Ștefan Vodă și Hâncești, ceea ce, din acest punct de vedere, îl apropie mai mult de un regional, decât local, dar cu aceleași trăsături distinctive. Sub aspect cromatic, publicația apare color, dar nu integral. Începând cu edițiile din anul curent, sunt utilizate doar două culori: roșu și negru, precum și numărul de pagini ce conțin aceste nuanțe a fost redus. Chiar dacă ziarul se publică în româna, sunt și materiale jurnalistice în limba rusă, doar că într-un număr mult mai mic. Publicația periodică este condusă de directorul Vladimir Javgureanu, iar în fruntea echipei redacționale, formate din opt membri, se află redactorul-șef Natalia Hadârcă.

Cele 16 pagini ale ziarului au o structură compozițională și un aspect grafic specific, ceea ce-l deosebește de alte produse mediatice similare. Prima pagină apare în două culori – negru și roșu. În partea de sus a ziarului este amplasată o fâșie roz, în care sunt tipărite două-trei dintre cele mai importante titluri ale ediției, urmate de câte-o imagine. Mai jos denumirea ziarului scrisă atât cu litere majuscule, cât și cu litere mici – *GAZETA de SUD*. Cuvintele scrise cu litere majuscule sunt de culoare roșie, iar prepoziția „de” – cu litere mici de culoare neagră. Urmează informații referitoare la statutul publicației periodice, anul apariției, numărul și data, scrise cu litere de culoare roșie dar și adresa site-ului pe care poate fi găsită versiunea online a ziarului.

Pe prima pagină, se află un material jurnalistice despre un eveniment deosebit sau foarte important pentru populația din această regiune, însoțit de o imagine de dimensiuni mari, precum și de un titlu impunător. În partea a doua a paginii este amplasată o imagine publicitară. Spre marginea de jos a paginii, de obicei, sunt publicate date despre starea vremii în următoarele zile.

Având genericul *Actual*, pagina 2 prezintă, după cum e și firesc, știrile din ultima săptămână, care au avut loc în raioanele pe care le acoperă în plan mediatice ziarul. Sporadic, apare rubrica *STOP FALS*, realizată de *API*, care se regăsește de altfel și în celelalte două publicații la care ne-am referit mai sus.

În mod clasic, pagina 3 apare cu genericul *Focus* și abordează, în mare parte, evenimentele politice din țară. Tot aici este înserată și rubrica permanentă *Evenimente speciale*, care cuprinde una-două știri, de cele mai dese ori, politice, de nivel național. Rubrica *STOP FALS* este transferată uneori de la pagina 2 la pagina 3. În a doua parte a paginii, deși foarte rar, pot fi incluse unele anunțuri publicitare.

În edițiile de anul 2015, pagina 4 apărea frecvent color, având diferite generice: *Interviu*, *Cultură*, *Obiectiv European*, *Eveniment*. De regulă, aici era amplasat câte un reportaj de proporții. În anul 2016, pagina este modificată, astfel încât ea nu mai apare color, iar cele mai frecvente generice sunt: *Social* și *Societate*, câteodată – *Investigație* sau *Actual*. Această pagină cuprinde un volum mai mare de informație de natură socioculturală.

Până în anul 2016 pagina 5, apărea uneori color, ulterior însă s-a renunțat la această practică. Genericul acesteia este *Autorități locale* sau *Administrație*, de unde rezultă că aici este abordată activitatea administrațiilor publice locale și a conducerii raioanelor. Uneori ea tratează unele probleme din domeniul culturii sau din cel al afacerilor, prin amplasarea comentariilor interpretărilor și analizelor.

Paginile 6 și 7 își schimbă adesea genericul, întrucât acestea nu mai au aceeași compoziție structurală de la o ediție la alta. Acestea înglobează cea mai variată gamă de probleme genericul paginilor respective fiind foarte divers: *Opinie*, *Obiectiv European*, *Femei de succes*, *Societate*, *Cultură*, *Social*, *Agricultură*, *Finanțe*, *Actual*, *Administrație*, *Investigație*, *Interviu*, *Realizări*, *Sport*, *Casa Ta*. Pagina 7, spre deosebire de cea cu numărul 6, include uneori și publicitate.

Până în anul 2016, pagina din mijlocul ziarului – pagina 8 – era și ea color și prezenta sfaturi utile cu privire la locuințe, motiv pentru care purta genericul *Casa Ta*. Alteori, acesta era înlocuit cu genericul *Sănătate* unde era amplasată rubrica *Rețeta Săptămânii*. Începând cu anul 2016, partea din mijloc al ziarului este rezervată, de obicei, agriculturii, sportului și, foarte rar, personalităților din teritoriu sau celor de talie internațională și națională, dar care au rădăcini în acest teritoriu.

Intitulată *Povești Adevărate*, pagina 9, care cândva era color, descrie situații de viață, în care s-au pomenit unele persoane. Protagoniste ale acestei rubrici sunt mai frecvent femeile. Din 2016, în această pagină sunt valorificate problemele din domeniul sănătății, fiind incluse, totodată, sfaturi și recomandări.

Divertismentul se regăsește în pagina zece, cu genericul *Logicon*, și include horoscopul, jocul *Sudoku*, integrale și bancuri.

Mica publicitate este concentrată în pagina 11, care cuprinde anunțuri, citații, felicitări, condoleanțe, precum și necrologuri. Începând cu anul curent, aici apar și unele articole ce abordează un subiect social. Căsuța tehnică se regăsește în partea de jos a acestei pagini.

Pagina 12, care în anul precedent reflecta diverse probleme privind cultura, integrarea europeană și sportul, apărând color, din 2016 apare alb-negru, uneori cu genericul *Sănătate*, de cele mai multe ori însă cu genericul *Publicitate politică*.

Pagina 13, care până în 2016 a apărut color și a găzduit rubrica *Sănătate* sau *Cultură*, actualmente apare în variantă alb-negru și include fie publicitate politică, fie marea publicitate.

Secțiunea Programe TV este amplasată cu regularitate, în paginile 14 și 15. Doar o singură dată, în pagina 14 a fost inclusă publicitatea politică.

Ultima pagină 14 are un generic constant – *Cocktail* și include, în fond, materiale de divertisment, având în vizor secvențe din viața și activitatea vedetelor autohtone, și

internaționale. În prezent aceasta apare doar în două culori: roz spre roșu și negru – nuanțe în care sunt tipărite unele titluri, cândva această pagină însă apărea intens colorată. Aici regăsim două rubrici permanente *Pe scurt* și *Bancul săptămânii*. În perioada monitorizată, această pagină nu și-a modificat niciodată genericul, la fel nici arhitectura sa.

Ținând cont de datele obținute în urma sondajului efectuat de API [46, p. 22], audiența ziarului *Gazeta de Sud* este de 20 000 de cititori, fiind de mai mult de două ori mai mică decât cea a săptămânalului *Unghiul*, și asta în pofida faptului că ultimul acoperă doar trei raioane, iar primul, opt. Raportând cifra respectivă la numărul total de locuitori din cele opt raioane (613 200 de persoane), respectiv doar 3% dintre aceștia citesc acest ziar, adică fiecare a 31-a persoană folosește acest ziar drept sursă de informare.

Analizând și sintetizând rezultatele cercetării privind structura celor trei publicații periodice – *Glia drochiană*, *Unghiul* și *Gazeta de Sud*, putem face următoarele constatări referitoare la ziarele locale din țară:

- au periodicitate săptămânală, apărând de regulă, în ziua de vineri;
- sunt tipărite în format A3. Cele tipărite în format A4 sunt, de obicei, de circuit închis: ziare școlărești sau comunitare;
- sunt diferite din punctul de vedere al numărului de pagini. Conform acestui criteriu, există câteva categorii de ziare locale: 1) care apar în 4-8 pagini, 2) care au 10-16 pagini, 3) care apar în peste 40 de pagini. Ziarele din ultima categorie (de exemplu, *SP* din Bălți și *Cahul Express*) sunt reduse ca număr, constituind, astfel, o excepție în presa locală autohtonă;
- prezintă, per ansamblu, tiraje reduse, în comparație cu cotidienele naționale, nu și cu săptămânalele naționale. Or, dacă tirajul ziarelor locale oscilează între 2000 și 11 000 de exemplare, cele mai multe dintre săptămânalele naționale nu ajung nici până la 8 000;
- sunt realizate de echipe mici, numărul de angajați în majoritatea redacțiilor locale oscilând între patru și unsprezece persoane (excepție făcând săptămânalele *SP* din Bălți și *Cahul Express*, au mai mult de 12 angajați);
- sunt distribuite, în marea lor majoritate, prin abonare, vânzările cu amănuntul fiind ne semnificative, ele înregistrându-se doar în centrele raionale;
- își acoperă cheltuielile mai mult din publicitate decât din vânzări sau abonamente. Sursa primordială de venit a presei locale rămâne a fi vânzarea spațiului publicitar, întrucât numărul de locuitori din teritoriul pe care îl valorifică în plan mediatic un ziar local este relativ mic, iar capacitatea de cumpărare a populației este foarte redusă;
- beneficiază periodic de granturi din partea donatorilor străini, acestea fiind foarte importante pentru buna funcționare, dar mai ales, pentru dezvoltarea presei locale ca afacere.

Tabloul general al structurii unui număr de ziar local, care a rezultat din analiza structurală a celor trei ziare – *Glia drochiană*, *Unghiul* și *Gazeta de Sud* – este confirmat și de alte cercetări. Astfel, în studiul *Mass media din Republica Moldova 2004*, cercetătorii autohtoni V.Moraru și G.Stepanov susțin că presa locală privată din RM reprezintă un „săptămânal independent de informație și opinie de tip local sau regional, forma de organizare – SRL, o echipă a redacției formată în medie de 5-8 membri. Structura și tematica cuprinde, de obicei: primele două pagini – știri operative din teritoriu; paginile 3-4 – articole de problemă, schițe, opinii, comentarii; pagina 5 – știri despre cele mai importante evenimente din Moldova și din lume, care s-au produs în săptămâna curentă; pagina 6 – sfaturi, consultații utile; pagina 7 – programe TV; pagina 8 – felicitări, poezie, umor, horoscop etc.” [39, p. 32].

Cercetarea de mai sus a demonstrat că specificitatea unui ziar reiese atât din conținutul lui propriu-zis, cât și din structura și prezentarea grafică a acestuia. Dacă conținutul ziarului local autohton este influențat de maniera de abordare a realității curente (care va fi analizată în subcapitolul următor), structura și prezentarea grafică este influențată de o seamă de elemente care asigură, pe de o parte, continuitatea structurii, iar pe de altă parte, individualitatea, ce o deosebește de alte publicații de acest gen. Printre elementele care au devenit punctele de reper pentru cititori în „găsirea” publicației preferate și, din aceste considerente, s-au regăsit în toate trei publicații periodice analizate, se numără: capul ziarului, titlurile, subtitlurile, simbolurile grafice ale rubricilor, tipologia iconică, explicațiile foto, graficele, schemele, colonajul paginilor, numele autorilor, culoarea, aspectul primei pagini. „Există și alte elemente, mai subtile, pe care cititorul le percepe în mod „subconștient”, așa cum observa B.Clark: deviza ziarului, culoarea, textura și formatul hârtiei, numărul de pagini, data, prețul, numărul fasciculelor de ziar, adresa ziarului, caseta redacțională, linii, chenare, iconuri sau alte elemente grafice speciale, distanța dintre rânduri, întrebuințarea spațiului alb, dimensiunea fonturilor din corpul textului, alinierea textului (la dreapta, la stânga, rând plin sau centrat), stilul de literă (bold, cursiv, de rând sau verzale), folosirea fontelor sau a rastelelor, chenare sau umbre la imagini” [8, p. 163].

Totodată, analiza realizată mai sus a scos în evidență opțiunile jurnaliștilor de a pune în valoare structura și compoziția unei publicații periodice locale prin intermediul unei serii de simboluri grafice, precum:

- titlurile de rubrică;
- maniera de titrate;
- proiectarea zonelor pentru diferite tipuri de produse jurnalistice (de informare sau de opinie și comentative);

- evidențierea într-un mod specific a informațiilor utilitare și de avertisment de cele cu caracter general;

- stabilirea unei structuri a paginilor și menținerea acesteia de la o ediție la alta;
- cromatică, axată pe o simbolistică a culorilor.

Cercetătorul M.Cernat susține în studiul *Conceperea și elaborarea ziarului*: „Personalitatea și individualitatea unui ziar se conturează anevoios și, apoi, se mențin cu eforturi deosebite. Coerența mesajului publicistic trebuie să se armonizeze cu cea a aspectului grafic pentru a putea contribui la păstrarea segmentului de cititori pentru care a fost creată publicația, dar și la atragerea altora, chiar dacă numai ocazional” [8, p. 162]. Aspectul grafic ordonează structura unei publicații periodice, o face atractivă pentru publicul cititor și îi conferă logică editorială. El are valoare, întrucât:

- atrage atenția cititorului și îl provoacă să cumpere acest produs, fiind și unul dintre elementele de care depinde tirajul unei publicații periodice;

- ajută cititorul să se orienteze în fluxul informațional al publicației periodice, astfel încât acesta să parcurgă cât mai ușor conținutul și să asimileze un volum cât mai mare de informație.

Cu referire la acest subiect, C.Frost susține că aspectul grafic, îndeosebi al primei pagini „este vital ca instrument de vânzare a produsului. Deși mulți cititori își cumpără cu regularitate ziarul sau revista, care li se aduce acasă, mulți alții preferă să le cumpere de la chioșcul de ziare și să poată alege în fiecare zi ceva deosebit, în funcție de ce le fură ochiul” [19, p. 215-255]. Totodată, acest autor specifică importanța aspectului grafic nu doar pentru exteriorul ziarului, ci, mai ales, menționează rolul acestuia în structurarea interiorului lui. În opinia acestuia, o publicație cu un aspect grafic adecvat nu numai că va arăta așa cum se așteaptă cititorii să arate, dar va și prezenta materialele care îi interesează într-un mod adecvat. Publicația și fiecare pagină a ei îl vor direcționa pe cititor către articolele care îl interesează, prezentate într-un format la îndemâna sa. Or, rolul aspectului grafic care asigură organizarea structural-compozițională a materialelor jurnalistice este să fie un fel de ghid al publicației, să îl ajute pe cititor, arătându-i exact ceea ce de ce el are nevoie și ceea ce el vrea să vadă. Și, întrucât publicul acestui segment de presă este corespunzător arealului lui de influență, adică este unul restrâns, structurarea conținutului materialelor jurnalistice, a materialelor jurnalistice în pagină, iar a paginilor în peisajul general al ziarului întotdeauna se concepe și se proiectează în funcție de caracteristicile publicului-țintă și de cultura lui generală.

Așadar, tandemul concurențial, pe de o parte, cu audiovizualul, iar, pe de altă parte, cu publicațiile periodice de talie națională a generat faptul că, în prezent, presa locală cunoaște o dramatică zbatere pentru păstrarea, dar, îndeosebi, pentru sporirea audienței. Acest fapt a

determinat-o să-și revadă nu doar practicile de mediatizare a realității, ci și modalitățile de structurare a fluxului informațional în ziar, precum și a celor de amplasare a materialelor în pagină. Majoritatea publicațiilor periodice locale au adoptat un stil de prezentare nou, axat pe coerență, logică și aspect estetic, care urmărește realizarea a două mari obiective: pe de o parte, să faciliteze consumul produsului mediatic, iar, pe de altă parte, să atragă oamenii și să-i transforme în consumatori reali ai acestuia. De menționat, îndeosebi, importanța celui de-al doilea obiectiv, de realizarea căruia depind vânzările, tirajul, venitul și, în ultimă instanță, profitul ziarului. Astfel, structura compozițională și arhitectonica unei publicații periodice a devenit „cărțica de vizită” a acesteia, elementul care asigură identitatea vizuală și care nu doar orientează cititorul, ci și îl determină să procure acest produs mediatic.

### **3. 2. Opțiunea socioculturală a presei locale**

Presă locală din Republica Moldova, în pofida crizei prin care trece presa în general, actualmente, este una dintre cele mai importante și mai credibile surse de informare la nivel local și unul dintre cele mai valoroase instrumente de proiectare a imaginii mediatică a realității, îndeosebi a dimensiunii ei socioculturale. Ea își menține și chiar își extinde tirajele, întrucât își structurează discursul, astfel încât să asigure legătura într-o comunitate pe verticală și pe orizontală, iar prin acesta, să influențeze felul de a fi al fiecărui individ în parte și al comunității, în general. Discursul presei locale este orientat să influențeze pozitiv viața celor din jur, să-i inspire și să-i motiveze să facă schimbări. Astfel, discursul presei locale, de regulă, este de natura inspirațională, utilitară sau critică.

Natura inspirațională a discursului presei locale, indiferent de subiectul pe care îl abordează, rezidă în faptul că el reunește cititorii într-o nouă viziune comună, le cultivă simțul apartenenței la comunitate, îi face să aibă o nouă atitudine față de subiect, le catalizează și le orientează acțiunile, în vederea producerii schimbării. De regulă, discursul inspirațional creează o conexiune cu sentimentele, temerile sau obiectivele cititorilor, motivându-i și provocându-i să adopte alte sentimente, valori personale sau obiective, absolut necesare pentru schimbare. El se construiește pe ideea că jurnaliștii trebuie să mediatizeze cazuri concrete, nevoi sau aspirații, care să trezească sentimente și să determine oamenii din jur să acționeze conform principiului: „Toți pentru unu și unul pentru toți”.

Natura utilitară a discursului presei locale rezidă în faptul că, de regulă, majoritatea subiectelor reflectate sunt axate pe anumite nevoi ale cititorilor. Nevoile pot fi de ordin fiziologic sau psihologic și pot viza siguranța sau starea oamenilor, problemele ce țin de respectul propriu și al celorlalți, de încrederea în sine, reputația, statutul fiecărui individ în parte, precum și de

dezvoltarea propriului lui potențial. Discursul presei locale, fie că se referă la ceva pozitiv, fie la ceva neutru sau chiar negativ, ține cont de nevoile definite ale cititorilor, adaptându-se priorităților de moment ale audienței.

Natura critică a discursului presei locale rezidă în analizele critice asupra unor situații, stări sau unor acțiuni sociale, în vederea producerii schimbării în bine a lucrurilor. Acest tip de discurs își propune să le explice cititorilor ce s-a întâmplat, de ce s-a întâmplat, cine se face vinovat sau poartă responsabilitate și ce trebuie de făcut pentru a ameliora situația creată. De regulă, discursul critic punctează dificultățile și problemele care trebuie rezolvate, riscurile neimplicării comunității și, totodată, arată oamenilor ce pot întreprinde ei, pentru a face schimbarea sugerată și ce beneficii le va aduce aceasta. El convinge cititorul să adopte atitudini, sentimente și dorințe noi, să-și definească noi valori și roluri în viață și să conștientizeze avantajele pe care le va avea comunitatea în urma implicării fiecărui cetățean în soluționarea unei probleme comune.

Discursul diverselor tipuri de presă locală este diferit, iar aceste diferențe sunt vizibile, în deosebi, în discursurile presei private și a celei de stat (ziarele finanțate de consiliile raionale), care au opțiuni de creație diferite. Deși navighează într-un spațiu comun, ele pun în circuit imagini mediatică și discursuri, oarecum, diferite despre realitatea de aici, iar accentul logic al produsului mediatic finit deseori punctează diferite probleme și situații, pe care le reflectă din unghiuri de abordare diferite. Din această cauză, și realitatea pe care ele o valorifică în plan mediatic obține o proiecție diferită, fapt care, uneori, dezorientează cititorul. Dar, în pofida acestui lucru, opoziția mediatică și la acest nivel este un fenomen pozitiv, întrucât omul de rând este liber să se informeze și să compare lucrurile, fenomenele din mai multe surse. Între discursurile celor două tipuri de publicații periodice locale există atât similitudini, cât și disimilitudini, la fel precum acestea există între înseși aceste tipuri de presă locală. De menționat că publicațiile locale de stat și cele private se aseamănă sub aspectul structurii, design-ului, periodicității, zilei de apariție, numărului de angajați etc., dar diferă din punctul de vedere al tirajului, întrucât cele de stat nu tipăresc la fel de multe exemplare. Există totuși câteva diferențe esențiale între cele două:

- presa privată, după cum reiese din însăși denumirea acesteia, are drept fondator și aparține unei persoane private, în timp ce cea de stat este fondată și se află în subordinea consiliilor municipale/raionale;

- presa privată subzistă din banii câștigați sau investiți de patron, deci este la autofinanțare și autogestiune, în timp ce presa de stat este finanțată/susținută din banii publici;

- funcțiile de bază ale presei private sunt: de informare, de socializare și de divertisment, iar funcțiile de bază ale presei de stat sunt: de informare, de agitație și de propagandă (în favoarea majorității partinice care se află la cârma raionului);

- discursul produsului integral. Subiectul de reflectare, care reprezintă realitatea dintr-o anumită unitate administrativ-teritorială, doar în aparență, pare să fie comun pentru ambele tipuri de presă locală. În realitate însă, fiecare dintre acestea reflectă diferite aspecte ale realității. Astfel, dacă presa privată se axează, prioritar, pe dimensiunea socioculturală a realității, presa de stat dă prioritate acțiunilor forțelor politice și celor economice din teritoriu;

- modul de abordare a realității. Ziarele private, de obicei, țin în atenția lor omul de rând, abordând realitatea prin prisma intereselor și așteptărilor acestuia, care este beneficiarul prim și deci finanțatorul principal al acestei categorii, în timp ce ziarul de stat abordează realitatea prin prisma autorităților publice locale și a factorilor de decizie din teritoriu;

- obiectivul general. Presa privată își propune să informeze și să explice realitatea din teritoriu din perspectiva relațiilor care se stabilesc între indivizii sau grupurile sociale care coexistă aici, în timp ce presa de stat își propune să fortifice, să păstreze și să promoveze imaginea cât se poate de bună a conducerii localității.

Pentru elucidarea discursului presei locale, se impune cercetarea conținutului și a tipului de informație pe care ea, prioritar, o pune în circuit. Întru realizarea acestui obiectiv, am apelat din nou la cele trei publicații periodice – *Glia drochiană*, *Unghiul* și *Gazeta de Sud* – care au constituit obiectul de cercetare al capitolului precedent, în care am încercat să demonstrăm (în baza genericelor paginilor și a denumirii rubricilor) că presa locală acordă o atenție deosebită dimensiunii socioculturale a realității, atât ca importanță tematică, cât și ca volum. Identificarea tendințelor și opțiunilor socioculturale ale presei locale impune realizarea analizei comparate a discursului sociocultural al ei în perioade de timp diferite. Astfel, pentru cercetare, am selectat două perioade (1) 01.10.2010 – 31.03.2011 și (2) 01.10.2015 – 31.03.2016. Pentru realizarea acestui deziderat, am selectat pentru analiză următoarele variabile:

- tematica: socială sau culturală;
- mesajul materialelor jurnalistice;
- categoria de vârstă a protagoniștilor;
- sexul protagoniștilor;
- mediul în care s-a produs evenimentul;
- genul jurnalistic al produselor mediatice.

Analiza cantitativă a produsului sociocultural al presei locale demonstrează că aceste trei publicații periodice au produs, în prima perioadă cercetată – 01.10.2010 – 31.03.2011 –



materiale care vizează domeniul sociocultural, în număr de 1 122 din totalul de 2 067 de materiale jurnalistice (Figura A 1.1). În cea de-a doua perioadă – 01.10.2015 – 31.03.2016 – aceste publicații au pus în circuit 1 104 materiale pe domeniul sociocultural din totalul de 2 013 materiale jurnalistice (Figura A 1.2). Timp de 12 luni numărul total al materialelor jurnalistice care vizează domeniul sociocultural produse de ziarul *Glia drochiană*, *Unghiul* și *Gazeta de Sud* a constituit 2 226.

Observăm că numărul materialelor socioculturale care au fost puse în circuit în prima perioadă supusă analizei este puțin mai mare decât cel al materialelor puse în circuit în perioada a doua, diferența constituind doar 18 materiale. Convertite în procente, cifrele în cauză proiectează următorul tablou: materialele socioculturale care au apărut în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 reprezintă 54,28% din numărul total de materiale jurnalistice, iar materialele socioculturale care au apărut în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 constituie 54,84% din numărul total de materiale jurnalistice. Aceste rezultate, aproape similare, demonstrează că opțiunea socioculturală a presei locale este constantă, ponderea acestui gen de materiale în contextul general al publicațiilor periodice fiind și ea, cu mici și neînsemnate fluctuații, aceeași.

Prima variabilă a cercetării noastre a constituit-o tematica produsului mediatic sociocultural. Rezultatele analizei cantitative pe perioade au fost expuse în *Tabelul 1*.

**Tabelul 1. Fluxul informațional analizat din perspectiva tematicii materialelor jurnalistice**

Instituții media	Materiale publicate		Tematică socială		Tematică culturală	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	267	298	232	261	35	37
Unghiul	391	490	346	435	45	55
Gazeta de Sud	464	316	310	293	154	23
<b>Total materiale</b>	<b>1 122</b>	<b>1 104</b>	<b>888</b>	<b>989</b>	<b>234</b>	<b>115</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>79,14</b>	<b>89,58</b>	<b>20,86</b>	<b>10,42</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

Analiza din perspectiva tematicii materialelor din domeniul sociocultural, care au fost puse în circuit în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, dovedește faptul că coraportul dintre materialele domeniul cultural și cele din domeniul social este de circa 1 la 4 (Figura A 2). Din totalul de 1 122 de materiale, 234 de materiale valorifică realitatea culturală, ceea ce constituie 20,86% din 100, iar restul – 888 de materiale, adică 79,14% abordează realitatea din sfera socială. Cele mai multe materiale de ordin social au fost publicate în ziarul *Unghiul* – 346, apoi în *Gazeta de Sud* – 310, iar cele mai puține – 232, în *Glia drochiană*. Convertirea în procente a acestor cifre nu

schimbă clasamentul, întrucât și cea mai mare cotă-parte a materialelor ce vizează domeniul social din produsul total îi revine tot publicației periodice *Unghiul*, cu 38,96%, urmată de *Gazeta de Sud*, cu 34,91%, apoi de *Glia drochiană*, cu 26,13%. În total, materialele sociale publicate de cele trei ziare analizate constituie mai mult de trei sferturi din totalul informației socioculturale, care a fost pusă în circuit în această perioadă.

La capitolul materiale din domeniul cultural, sub aspect cantitativ, întâietatea îi revine publicației *Gazeta de Sud*, care a produs și a difuzat 154 de materiale de acest fel (din totalul de 464), pe locul al doilea se situează *Unghiul*, cu 45 de materiale (din totalul de 391) și pe locul al treilea – *Glia drochiană*, cu doar 35 de materiale (din totalul de 267). Nici în acest caz convertirea în procente a acestor cifre nu schimbă clasamentul, întrucât cea mai mare cotă parte a materialelor din și despre cultură se atestă în ziarul *Gazeta de Sud*, aceasta constituind 65,81%, urmat de *Unghiul*, în care ea constituie 19,23%, la final situându-se *Glia drochiană*, cu 14,96%, de materiale de acest fel.

Analiza materialelor socioculturale produse de aceste publicații în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 demonstrează faptul că coraportul dintre materialele din domeniul cultural și cele din domeniul social este 1 la 10 (Figura A 2). Din totalul de 1 104 de materiale, doar 115 materiale valorifică realitatea culturală, ceea ce constituie 10% din 100%, iar restul – 989 de materiale, adică 90% abordează realitatea din sfera socială. Cele mai multe materiale de ordin social au fost publicate în ziarul *Unghiul* – 435, apoi în *Gazeta de Sud* – 293, iar cele mai puține – 261 – în *Glia drochiană*. Constatăm însă că cea mai mare cotă-parte a materialelor ce vizează domeniul social din produsul total îi revine publicației periodice *Gazeta de Sud*, cu 92,72%, urmată de *Unghiul*, cu 88,78%, apoi, la o diferență minoră, este și *Glia drochiană*, cu 87,58%. Acest fapt este, oarecum explicabil, întrucât numărul de pagini al fiecărui ziar diferă, *Gazeta de Sud* având cele mai multe, iar *Glia drochiană*, cele mai puține. Totuși întâietate la cantitatea de materiale o deține săptămânalul *Unghiul*, atât per ansamblu, cât și separat pentru social. Conținutul materialelor din și despre domeniul social ocupă mai mult de trei sferturi din totalul informației socioculturale, publicate în această perioadă de timp.

La capitolul materiale din domeniul cultural, din punct de vedere cantitativ, întâietatea îi revine tot publicației *Unghiul*, care a produs și a difuzat 55 de materiale de acest fel (din totalul de 490), pe locul al doilea se situează *Glia drochiană* cu 37 de materiale (din totalul de 298) și pe locul al treilea – *Gazeta de Sud* cu doar 23 de materiale (din totalul de 316). Cu toate acestea, observăm că cea mai mare cotă-parte a materialelor din și despre cultură se atestă în publicația *Glia drochiană*, aceasta constituind 12,42%, fiind urmată de ziarul *Unghiul*, cu 11,22%, și, din nou, ultima în clasament este *Gazeta de Sud* cu 7,28%.

Analiza comparativă din punct de vedere cantitativ a activității publicațiilor locale în cele două perioade demonstrează că, practic, nu există diferențe între numărul total de materiale socioculturale realizate într-o perioadă sau alta. Dacă în prima perioadă – 01.10.2010 – 31.03.2011 publicațiile periodice analizate au produs 1 122 de materiale, în cea de-a doua perioadă – 01.10.2015 – 31.03.2016, ele au pus în circuit 1 104, diferența constituind doar 18 materiale. Acest lucru demonstrează opțiunea constantă a presei locale pentru realitatea socioculturală și, respectiv, rolul pe care aceasta îl atribuie domeniului în cauză. De asemenea, acest lucru reiese și din faptul că, din numărul total de materiale jurnalistice care apare într-o ediție, ce variază între 20 și 30 de materiale, cel puțin jumătate valorifică domeniul sociocultural.

În baza analizei cantitative, am identificat tendința de creștere în timp a numărului de materiale pe teme sociale: de la 888 de materiale, în prima perioadă – la 989, în cea de-a doua, și, totodată, tendința de descreștere a numărului de materiale din domeniul culturii: de la 234 de materiale în prima perioadă, la 115, în cea de-a doua. Observăm că în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 numărul materialelor pe teme sociale au crescut cu 11,37%, în timp ce numărul materialelor din domeniul culturii, s-a redus cu 50,85%, fapt care denotă tendința jurnaliștilor de a da prioritate domeniului social, cel cultural constituind unul din punctele vulnerabile ale procesului de mediatizare a realității în presa locală. Deși aceste două domenii formează împreună dimensiunea socioculturală a realității, dat fiind că cultura este rezultatul practicii sociale, element al acțiunii sociale și parte a domeniului social, discrepanța dintre volumul materialelor dedicate tematicii sociale și al celor dedicate tematicii culturale este foarte mare. Evident, acest lucru demonstrează ponderea domeniilor în interesele profesionale ale jurnaliștilor de la publicațiile periodice locale și prioritățile acestora în procesul de valorificare a masivului informațional potențial din teritoriu. Numărul mic de subiecte culturale mediatizate poate fi explicat prin faptul că ziarul local este ziarul comunității, al omului de rând, care nu este altcineva decât elementul-cheie al societății. Drept consecință, publicația acordă mai multă atenție anume domeniului social, lăsând, oarecum, în umbră domeniul cultural. Totodată, constatăm că neglijarea sferei culturii poate duce la crearea unui vid valoric și cultural, fapt care poate influența negativ populația din regiune, îndeosebi generațiile tinere.

Analiza calitativă a materialelor din domeniul sociocultural, produse în cele două perioade în care ne referim, a demonstrat opțiunea presei locale pentru valorificarea, prioritar, a trei tipuri de evenimente: cele curente, de actualitate, numite și „evenimente fierbinți”; cele care se repetă periodic, de obicei de la un an la altul; și așa-numitele „evenimente reci” care constituie părți componente ale unor chestiuni, probleme ce se manifestă într-o perioadă mai mare de timp. Presa locală atât informează cetățenii despre existența și amploarea evenimentelor, problemelor,

cât și le analizează, și le dezbate, implicând în acest proces factori de decizie, experți, reprezentanți ai societății civile și simpli cetățeni. Din multitudinea de materiale care valorifică realitatea curentă și care au fost puse în circuit în perioadele monitorizate, ies în evidență următoarele titluri: „Daruri pentru cei mai triști ca noi” [22, 15.01.16], „Campanie media privind drepturile omului” [22, 12.02.2010 ], „Stolniceniul are o casă mare” [68, 1.10.2010 ], „Vânatul se încheie la 28 februarie. De la 29 încep sancțiunile” [22, 22.01.2016], „Biblioteca de la Ungheni tinde spre excelență” [68, 13.11.15], „Judecătorul Vasile Lupu și-a lansat primul volum de poezii” [68, 23.10.15], „O întâlnire de suflet” [22, 19.02.2010 ], „Bunica de la Văleni promovează tezaurul cultural din sudul Moldovei” [21, 09.10.15], „Conducerea raionului Cimișlia, alături de veteranii războiului din Afganistan” [21, 29.01.16].

Materialele dedicate evenimentelor care au o frecvență anuală, apar ocazional-constant în presa locală. Cele mai multe dintre acestea sunt dedicate unor personalități, unor sărbători laice sau religioase sau reflectă modul în care sunt organizate diferite festivaluri, competiții, campanii de binefacere etc. Printre cele mai semnificative materiale de acest fel se numără: „La sud, Crăciunul întotdeauna s-a serbat pe stil nou” [21, 24.12.2010], „Pedagogul anului din Ștefan Vodă” [21, 26.02.16], „Mihai Eminescu – preotul deșteptării noastre” [68, 22.01.16], „Festivalul tradițiilor de iarnă” [22, 15.01.16], „Omagiu adus lui Dimitrie Cantemir într-un liceu care-i poartă numele” [21, 06.11.15], „166 de ani de la nașterea lui Mihai Eminescu” [22, 15.01.16], „Grigore Vieru, omagiat prin cântec și vers” [68, 30.10.15], „Versurile lui vor dăinui cât va exista neamul românesc” [22, 06.11.15], „Sfătosul bunic de la Humulești” [22, 12.02.16] etc.

Cele mai multe materiale însă abordează evenimentele-problemă, extinse în timp, sau problemele din teritoriu. Semnificative, în acest sens, sunt următoarele titluri: „Apeductul Zagarencea-Cornești nu are încă un stăpân” [68, 12.11.2010], „Prima zăpadă – izvor de bucurii sau de probleme?” [68, 15.01.16], „Primarii, îndemnați să nu ia mită” [68, 05.12.16], „S-au scumpit benzina și motorina, se vor scumpi și gazele naturale: „Cadouri” de Crăciun pentru moldoveni” [21, 10.12.2010], „Conacele Moldovei” [21, 30.10.15], „Virusul pandemic e perfid, dar poate fi învins” [22, 15.01.2010], „Ofițeri din Cahul, reținuți pentru trafic de influență și luare de mită” [21, 16.10.15], „Violența în familie ne costă milioane de lei” [22, 12.03.2010], „Căușeni: Au rămas fără case în urma unor alunecări de teren” [21, 23.10.15]. Menționăm că unele materiale sunt semnate nu de colaboratorii redacțiilor, ci de cititorii acestor ziare, lucru deosebit de important pentru activitatea eficientă a unei publicații periodice locale.

Mesajul materialelor jurnalistice este cea de-a doua variabilă de cercetare. Datele obținute în urma cercetării cantitative efectuate în baza acestora au fost expuse în *Tablelul 2*.

**Tabelul 2. Fluxul informațional pe domeniul sociocultural analizat din perspectiva mesajului materialelor jurnalistice**

Instituții media	Materiale publicate		Materiale ce abordează probleme socioculturale		Materiale ce abordează practici pozitive		Materiale ce abordează faptul divers	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	267	298	93	125	117	95	57	78
Unghiul	391	490	146	244	203	121	42	125
Gazeta de Sud	464	316	121	153	219	102	124	61
<b>Total materiale</b>	<b>1122</b>	<b>1 104</b>	<b>360</b>	<b>522</b>	<b>539</b>	<b>318</b>	<b>223</b>	<b>264</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>32,09</b>	<b>47,28</b>	<b>48,04</b>	<b>28,81</b>	<b>19,87</b>	<b>23,91</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

Variabila în cauză este importantă pentru înțelegerea specificității discursului sociocultural în presa locală autohtonă, întrucât, ea proiectează contextul în care pot fi identificate conținutul și tipurile de mesaje care formează acest discurs mediatic și în care poate fi apreciată calitatea jurnalismului sociocultural autohton local. Pentru realizarea cercetării în baza acestei variabile, mesajele materialelor au fost clasificate în trei categorii: materiale care abordează problemele socioculturale, cele care mediatizează faptul divers și cele care promovează practicile pozitive.

Analiza cantitativă realizată în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 a demonstrat că ziarele locale, în acest răstimp, au pus în circuit 539 de materialele ce promovează practicile pozitive, ceea ce constituie 48,04%, adică aproape jumătate din totalul de 1 122 materiale socioculturale. Pe a doua poziție, se situează materialele ce abordează problemele sociale, care au fost produse în această perioadă în număr de 360, ceea ce constituie 32,09% din produsul total, iar pe a treia poziție – cele despre faptul divers, ce se încadrează în categoria așa-zisului divertisment social, care au apărut în număr de 223 și reprezintă 19,87%, adică mai puțin de o treime din numărul total (Figura A 3.1).

Analiza cantitativă din perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 a demonstrat o altă realitate: cele mai multe materiale care au apărut în acest răstimp – 522 – au reflectat problemele socioculturale, acestea constituind 47,28%, adică aproape jumătate din totalul de 1 104 materiale socioculturale. Pe a doua poziție, se situează materialele ce promovează practicile pozitive, care au fost produse în această perioadă în număr de 318, ceea ce constituie 28,81% din produsul total, iar pe a treia poziție – cele despre faptul divers, ce se încadrează în categoria așa-zisului

divertisment social, care au apărut în număr de 264 și reprezintă 23,91%, adică mai puțin de o treime din numărul total (Figura A 3.2).

Observăm că dacă în prima perioadă de cercetare cele mai multe materiale au reflectat anumite practici pozitive, în cea de-a doua, înțâietatea le revine materialelor axate pe problemele socioculturale, faptul divers fiind pe poziția a treia și într-un caz și în altul. Creșterea cu 45 la sută a materialelor ce abordează problemele socioculturale și, respectiv, descreșterea cu 41 la sută a celor ce promovează practicile pozitive în cea de-a doua perioadă reflectă starea reală de lucruri din societatea moldovenească. Or, fenomenele negative, precum sunt corupția, migrația, violența domestică etc., împreună cu managementul defectuos al administrației publice centrale și locale și cu furtul miliardului au condus la scăderea nivelului de trai și a calității vieții populației, fapt care s-a reflectat și asupra activității presei locale, modificând fluxul informațional și discursul acesteia.

În prima perioadă de monitorizare, cele mai multe materiale centrate pe o problemă socială sau culturală au fost publicate de *Unghiul* – 146, ceea ce constituie 40,56%, apoi, de *Gazeta de Sud* – 121, ceea ce constituie 33,61% și, în final, de *Glia drochiană* – 93, ceea ce constituie 25,83%. Observăm că clasamentul rămâne neschimbat chiar și atunci când aceste cifre sunt convertite în procente.

În cea de-a doua perioadă de monitorizare, cele mai multe materiale centrate pe o problemă socială sau culturală au fost publicate de *Unghiul* – 244, apoi de *Gazeta de Sud* – 153, după care urmează *Glia drochiană*, cu 125. Clasamentul rămâne neschimbat chiar și atunci când aceste cifre sunt convertite în procente. Cu toate acestea, deși atestăm un decalaj semnificativ între numărul de materiale-problemă, care apar într-un ziar sau altul, în toate trei publicații periodice locale cota-parte a acestora din totalul informațional caracteristic domeniului cercetat este aproximativ aceeași: 49,80% în ziarul *Unghiul*, 48, 41% în *Gazeta de Sud* și 41,95% în *Glia drochiană*.

În perioadele cercetate, ziarul *Unghiul* a valorificat publicând prin astfel de materiale realitatea socioculturală din următoarele domenii:

- sănătate – „La spital mai rămâne o victimă” [68, 09.10.15], „Cine-i mai rapid, gripa sau vaccinul” [68, 11.12.15];
- educație – din domeniul social: „În grădinițele din orașul Ungheni, copiii mănâncă terci cu ulei și apă” [68, 22.01.2016], din domeniul culturii: „Bisericile din lemn au dispărut din raionul Ungheni” [68, 09.10.15];
- agricultură – „Amenință capriciile vremii recolta viitoare?” [68, 22.01.16], „Toamna, sezonul afacerii cu butoaie” [68, 09.10.15];

- instituții publice/administrație publică locală – „Problemele din raionul Ungheni, rezolvate în 20 de minute” [68, 30.10.15], „La Petrești: tata – consilier, mama – contabil-șefă, fiica – secretar al consiliului local” [68, 19.02.16], „Cade teracota de pe pereți” [68, 13.11.15];

- discriminare – investigația jurnalistică: „Romii sunt discriminați pe criterii de etnie în cluburile de noapte” [68, 23.10.15];

- infracțiuni/încălări – „Taxa de 2 lei este, de fapt, 5 lei” [68, 20.11.15], „Fântâna arteziană e privată, dar al cui e apeductul?” [68, 19.02.15] ș. a.

Ziarul *Gazeta de Sud* s-a concentrat, prioritar, pe aceleași domenii:

- sănătate: „Otravă la kilogram vândută copiilor” [21, 06.11.15], „Punct de asistență medicală urgentă, deschis la Gura Galbenei” [21, 02.10.15];

- educație: „Tot mai puțini elevi în clasele liceale din Mereni” [21, 13.11.15], „Conacele Moldovei – uitate în paragină” [21, 30.10.15], „Locuitorii dintr-un sat uitat de lume și de Dumnezeu se trag la carte” [21, 09.10.15];

- agricultură: „Secetă hidrologică în toată țara” [21, 02.10.15], „Implementarea unui proiect necesar viticultorilor și vinificatorilor” [21, 16.10.15];

- instituții publice/administrație publică locală – „Ofițeri din Cahul, reținuți pentru trafic de influență și luare de mită” [21, 16.10.15], „Un fost polițist s-a făcut gospodar, după ce a devenit primar” [21, 05.02.16];

- discriminare – „Trebuie înlăturate discrepanțele de gen” [21, 02.10.15];

- infracțiuni/încălări – „Contrabandă la postul vamal Cahul” [21, 15.01.16], „Vicecomisarul de la Vulcănești, prins beat la volan” [21, 19.02.16], „A fost descoperit un grup criminal specializat în producerea și comercializarea drogurilor” [21, 11.03.16] ș.a.

Și ziarul *Glia drochiană* a valorificat aproximativ același spectru de probleme, cum ar fi:

- educație – „Deconexiune în învățământul drochian” [22, 09.10.15];

- sănătate – articolul: „Fumatul de țigări și sănătatea” [22, 16.10.15] și știrea: „Atenție la ciuperci!” [22, 20.11.15];

- instituții publice/administrație publică locală – „Despre „nepotism” și „cumătrism” cu funcționarii primăriilor” [22, 23.10.15], „Corupția poate fi diminuată prin activismul și efortul comun al cetățenilor, ONG-urilor și jurnaliștilor” [22, 11.03.16], „Un judecător din Drochia reținut, fiind bănuit de corupere pasivă” [22, 25.03.16];

- șomaj – „Numărul șomerilor crește” [22, 05.02.16];

- infracțiuni/încălări – „Sesizări cu privire la infracțiuni și contravenții” [22, 02.10.15], „Beat la volan, a dărâmat peretele casei” [22, 22.01.16] etc.

În general, observăm că problemele abordate în ziare sunt de același gen, cu același unghi de abordare, întrucât acestea reprezintă problemele stringente cu care se confruntă nu doar anumite regiuni, comunități sau grupuri sociale, ci populația întregii țări, ele fiind, în mare parte, de ordin național.

Cât privește materialele ce promovează practicile pozitive, în prima perioadă de monitorizare, cele mai multe au apărut în ziarul *Gazeta de Sud* – 119 materiale, apoi în *Unghiul* – 103 materiale, urmat de *Glia drochiană* – cu 117 materiale de acest fel. În pofida cantității numerice, cota-parte răstoarnă aceste poziții, odată ce 22% din informația social-culturală din *Gazeta de Sud* vine să promoveze practicile pozitive din comunitate. La o distanță minoră – 21,71% se situează *Glia drochiană*, iar pe ultimul loc este *Unghiul*, cu 19,11%, acoperind, astfel, doar circa un sfert din totalul materialelor.

În cea de-a doua perioadă, situația se prezintă astfel: *Unghiul* deține întâietatea, cu 121 de materiale puse în circuit, urmând *Gazeta de Sud* – cu 102 materiale, după care, *Glia drochiană* – cu 95 de materiale de acest fel. În pofida cantității numerice, cota-parte modifică aceste poziții, odată ce 32,28% din informația social-culturală din *Gazeta de Sud* vine să promoveze practicile pozitive din comunitate. La o distanță nesemnificativă, cu – 31,88%, se situează *Glia drochiană*, iar pe ultimul loc este *Unghiul*, cu 24,69%, acoperind, astfel, doar circa un sfert din totalul materialelor.

Menționăm că toate trei publicații periodice au mediatizat și promovat practici pozitive din cele mai diverse domenii. Iată câteva titluri semnificative, puse în circuit de:

- ziarul *Gazeta de Sud*: „Afaceri la sate dezvoltate de femei” [21, 14.10.16], „Femeile de afaceri din raioanele Cimișlia și Basarabeasca” [21, 18.03.16], „Primărița care a deschis noi orizonturi pentru satul Selemet” [21, 09.10.15], „Livada de migdali din apropierea satului Dubovca” [21, 06.11.15], „Scoutismul, o formă de exprimare a egalității” [21, 20.11.16], „Un liceu din Cimișlia a fost dotat cu robotică” [21, 15.01.16], „Laborator de fizică performant la un liceu din Cantemir” [21, 12.02.16], „Au demarat lucrările de construcție a noului sediu al Teatrului din Cahul” [21, 04.03.16] etc.

- ziarul *Glia drochiană*: „Tinerii învață comunicarea cu APL” [22, 20.11.15], „Dezvoltăm jurnalismul on-line” [22, 27.11.15], „Prieten vreau să fiu și eu” [22, 04.11.15], „Reală perspectivă de muncă și de activitate” [22, 12.02.16], „Drochienii curăță merii” [22, 18.03.16], „Trofeele au venit prin muncă” [22, 16.10.15], „Prin tradiție, dăinuim ca popor” [22, 30.10.15], „Un arbore prin dăinuire” [22, 20.11.15] etc.

- ziarul *Unghiul*: „În sfârșit, spitalul din Ungheni are lift” [68, 09.10.15], „Armenii și georgienii au învățat din experiența unghenenilor” [68, 16.10.15], „Cei mai buni struguri sunt



creșcuți la Ungheni” [68, 30.10.15], „Șanse de dezvoltare a abilităților în muncă” [68, 06.11.15], „Un nou sistem de instruire pentru aleșii locali” [68, 20.11.15], „Cea mai mare fabrică din estul Europei va fi construită în raionul Ungheni” [68, 11.12.15], „Fapta bună a Personalităților anului 2015” [68, 22.01.16], „Le suntem recunoscători voluntarilor” [68, 29.01.16], „Livrarea agentului termic pe bază de biomasă” [68, 05.02.16], „Un proiect ce va aduce migrații mai aproape de orașul natal” [68, 26.02.16] ș.a.

Materialele despre faptul divers sunt cele mai puține la număr în presa locală. În prima perioadă de cercetare, au fost produse 234 de materiale de acest fel, ceea ce constituie 19,87% din volumul total, iar, în cea de-a doua perioadă, au fost produse 264 de materiale de acest fel, ceea ce constituie 23,91% din volumul total. În particular, în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 cele mai multe materiale – 124 – au apărut în ziarul *Gazeta de Sud*, fiind urmat de *Glia drochiană* cu 57 de materiale și de *Unghiul* cu 42 de materiale. Totodată, iese în evidență faptul că cea mai mare cotă-parte a acestui tip de materiale revine ziarului *Gazeta de Sud*, ea constituind 55,61% din volumul total de informație socioculturală. Pe a doua poziție se situează ziarul *Glia drochiană*, a cărui cota-parte constituie 25,56% din produsul sociocultural total, iar cea mai mică cotă-parte a materialelor ce reflectă faptul divers se regăsește în ziarul *Unghiul*, în care ea reprezintă doar 18,83% din produsul sociocultural total.

În particular, în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 se proiectează următorul tabloul: cele mai multe materiale – 125 – au apărut în ziarul *Unghiul*, fiind urmat de *Glia drochiană*, cu 78 de materiale și de *Gazeta de Sud*, cu 61 de materiale. Totodată, iese în evidență faptul că cea mai mare cotă-parte a acestui tip de materiale revine ziarului *Glia drochiană*, ea constituind 26,17% din volumul total de informație socioculturală. Puțin peste o pătrime – 25,51% – o constituie materialele axate pe faptul divers, publicate în ziarul *Unghiul*, iar cea mai mică cotă-parte este în *Gazeta de Sud*, or, doar 19,30% din produsul sociocultural total revin acestei categorii de materiale.

Faptul divers, în toate cele trei ziare, ia forma mai tuturor genurilor jurnalistice expuse în această cercetare, cu excepția editorialului și comentariului. El este prezent în fiecare ediție a publicațiilor, după cum este și firesc, iar informația pe care o prezintă are drept scop informarea, în primul rând, cu privire la evenimentele socioculturale care au avut loc în realitatea imediată a indivizilor sociali, fără a implica problemele din acest spațiu. Este tipul de materiale care prin informația ce înglobează diverse aspecte ale socialului sau culturalului, relaxează cititorul și reduce din impactul dur, generat de multiplele probleme specifice acestor domenii. Drept exemplu ne pot servi următoarele titluri din ziarul:

- *Unghiul*: „Ce activități extrașcolare preferă copiii” [68, 09.10.15], „Echipa Colegiului de Medicină e campioana orașului Ungheni” [68, 23.10.15], „Toată viața scriu despre și pentru femei” [68, 11.03.16], „Au sărbătorit bogăția toamnei” [68, 30.10.15], „Au alergat cu mic și mare” [68, 13.11.15], „Cartea – simbol al Universului” [68, 15.01.16], „Aceștia-s dansatorii din Ungheni” [68, 12.02.16], „Din suflet, primăvara-n dar” [68, 26.01.16];

- *Glia droghiană*: „Au dat căldura în grădinițe” [22, 16.10.15], „Radio Moldova a fost la Drochia” [22, 23.10.15], „Ai noștri pe podium” [22, 20.11.15], „Coconada a adunat femei frumoase și de succes” [22, 11.03.16], „Am pășit în Postul Mare” [22, 18.03.16], „Pictura bizantină ne cheamă la credință” [22, 04.12.15], „24 de ani de amare amintiri” [22, 04.03.16], „Activitate consacrată triumfului dreptății” [22, 29.01.16];

- *Gazeta de Sud*: „O călătorie la 40 de metri sub pământ” [21, 09.10.15], „Teatrul, locul perfect unde poți cultiva, dar și culege cultură” [21, 23.10.15], „A fost dat startul sezonului de vânatoare a animalelor răpitoare” [21, 15.01.16], „Ziua Națională a Vinului, sărbătorită într-un format nou” [21, 02.10.15], „Leova, în epicentrul unor evenimente culturale” [21, 22.01.16], „Cvadrupleții soților Arseni de la Cantemir” [21, 12.02.16], „Expoziție – târg de măștișoare la Ștefan Vodă” [21, 04.03.16], „Culturi profitabile care se pot înființa primăvara” [21, 11.02.16].

Cercetarea a demonstrat că în prezent, procesul de reflectare a realității socioculturale în presa locală se axează, prioritar, pe problemele sociale, apoi pe practicile pozitive și, în cele din urmă, pe faptul divers. Acest lucru etalează, pe de o parte, multitudinea și complexitatea problemelor socioculturale existente în provincii, iar, pe de altă parte, felul de a fi al presei locale care pune accentul mai mult decât orice pe utilitatea produselor jurnalistice puse în circuit, fapt care proiectează însuși caracterul utilitar al acesteia.

Următoarea variabilă a cercetării noastre este categoria de vârstă a protagoniștilor materialelor jurnalistice sau a celor implicați în evenimentele mediatizate. Importanța acestei variabile pentru studiul în cauză este determinată de faptul că percepțiile indivizilor sociali în raport cu problemele mediatizate și, respectiv, reacțiile și acțiunile lor sociale, variază în funcție de vârsta acestora. De asemenea, ea se face importantă în contextul identificării atenției pe care o acordă presa locală persoanelor de diferite vârste, periodicității abordării habitatului lor, a modului în care ei se raportează la realitatea din care fac parte. Or, în paralel cu problemele comune, fiecare categorie de vârstă se confruntă și cu probleme specifice.

Analiza cantitativă a materialelor din presa locală, realizată în baza variabilei categoria de vârstă a protagoniștilor a scos în evidență o situație aproape similară și în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, dar și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016. Tabloul se prezintă în felul următor: cele mai numerice au fost produsele mediatice care nu indică categoria de vârstă – 672 de

materiale au fost puse în circuit în prima perioadă monitorizată și, respectiv, 530 de materiale în cea de-a doua; pe locul al doilea se situează materialele pentru adulți – 328 de materiale au apărut în prima perioadă și, respectiv, 407 materiale în cea de-a doua; iar pe locul al treilea s-au clasat cele despre minori, cu 122 de materiale ce au apărut în prima perioadă și cu 167 de materiale care au apărut în cea de-a doua perioadă de monitorizare (Figura A 4). Menționăm că în categoria adulților se includ atât persoanele apte de muncă, cât și pensionarii.

Rezultatele cercetării realizate prin prisma acestei variabile sunt expuse în *Tabelul 3*.

**Tabelul 3. Fluxul informațional pe domeniul sociocultural analizat din perspectiva categoriilor de vârstă a protagoniștilor**

Instituții media	Materiale publicate		Materiale ce relatează despre persoanele adulte		Materiale ce relatează despre persoanele minore		Materiale în care nu este indicată categoria de vârstă	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	267	298	97	87	20	42	150	169
Unghiul	391	490	81	180	54	91	256	219
Gazeta de Sud	464	316	150	140	48	34	266	142
<b>Total materiale</b>	<b>1 122</b>	<b>1 104</b>	<b>328</b>	<b>407</b>	<b>122</b>	<b>167</b>	<b>672</b>	<b>530</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>29,24</b>	<b>36,87</b>	<b>10,87</b>	<b>15,13</b>	<b>59,89</b>	<b>48</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

Așadar, analiza cantitativă din perspectiva acestei variabile a demonstrat că cele mai multe materiale nu fac referință la categoria de vârstă. În prima perioadă, au apărut 672 de materiale de acest fel, ceea ce constituie 59,89% din numărul total, iar, în perioada a doua – 530 de materiale, ceea ce constituie 48%. Faptul că jumătate din numărul total al materialelor socioculturale analizate nu face referire la categoria de vârstă, etalează că problemele abordate au un caracter general și se referă sau afectează întreaga populație, indiferent de vârsta acesteia.

În particular, la prima etapă de monitorizare, publicațiile periodice au pus în circuit un număr diferit de materiale care nu fac referire la categoria de vârstă:

- *Gazeta de Sud* – 266 de materiale, ceea ce reprezintă 57,33% din numărul total;

- *Unghiul* – 256 de materiale jurnalistice de acest fel, ceea ce constituie 65,47% din totalitatea articolelor jurnalistice publicate;

- *Glia drochiană* – 150, ceea ce reprezintă 56,18% din numărul total.

Observăm că ziarul care a produs cel mai mare număr de materiale în care nu este specificată vârsta protagoniștilor ajunge pe al doilea loc, iar atunci când vorbim de acoperirea informațională în termeni de procente, pe primul loc situându-se *Unghiul*.

În cea de-a doua perioadă de monitorizare, ziarul *Unghiul* a publicat 219 materiale jurnalistice care nu fac referire la categoria de vârstă, ceea ce reprezintă 44,69% din totalitatea articolelor jurnalistice publicate. Următorul este ziarul *Gazeta de Sud*, cu 142 de materiale, a cărui cotă-parte este de 44,94%, urmat de *Glia drochiană*, cu 169, ceea ce reprezintă 56,71%. Observăm că ziarul care a produs cel mai mare număr de materiale în care nu este specificată vârsta protagoniștilor ajunge pe ultimul loc, atunci când vorbim de acoperirea informațională în termeni de procente.

Conținutul acestor materiale jurnalistice este variat, adesea axat pe o problemă, motiv pentru care accentul se pune mai mult pe problema propriu-zisă decât pe persoanele implicate, dacă sunt. Pentru a argumenta cele afirmate, ținem să prezentăm câteva titluri de materiale de acest fel: „Sezonul virozelor se declară deschis” [22, 09.10.15], „La Drochia au fost depistate 3 cazuri de turbare” [22, 13.11.15], „Gheața de pe bazinele acvatice este fragilă” [22, 04.12.15], „Din februarie plătim mai puțin pentru gazele naturale” [22, 05.02.16], „Pilonii de la baza activității Inspectoratului de poliție Drochia” [22, 11.03.16], „Cireada s-a rărit” [68, 16.10.15], „Schimbări se fac, dar cu pași mărunți” [68, 13.11.15], „Pauză tehnică pentru camerele de supraveghere” [68, 11.12.15], „Amenință capriciile vremii recolta viitoare?” [68, 22.01.16], „Un oficiu poștal nou la Cornești” [68, 12.02.16], „Problema deșeurilor, pe cale de a fi rezolvată la Cahul” [21, 09.10.15], „E nevoie de un singur lucru, să se respecte legea” [68, 11.03.16], „Republica Moldova, țara celor peste 100 de muzee necunoscute” [21, 06.11.15], „A fost reparat un drum local” [21, 18.12.15], „Potop alb în sudul Moldovei” [21, 22.01.16].

Pe al doilea loc s-au situat materialele ce relatează despre persoanele adulte. În particular, la prima etapă de monitorizare clasamentul publicațiilor periodice se prezintă în felul următor:

- *Gazeta de Sud* – 150 de materiale, ceea ce reprezintă 33,63% din numărul total;

- *Glia drochiană* – 97, ceea ce reprezintă 36,33% din numărul total.

- *Unghiul* – 81 de materiale jurnalistice de acest fel, ceea ce constituie 20,72% din totalitatea articolelor jurnalistice publicate.

Observăm că ziarul care a produs cel mai mare număr de materiale dedicate populației adulte ajunge pe al doilea loc. Atunci însă când vorbim de acoperirea informațională în termeni de procente, pe primul loc se situează *Glia drochiană*.

La cea de-a doua etapă de monitorizare, clasamentul publicațiilor periodice realizat în baza numărului de materiale despre populația adultă este următorul:

- *Unghiul* – 180 de materiale jurnalistice de acest fel, ceea ce constituie 22,04% din totalitatea articolelor jurnalistice publicate;
- *Gazeta de Sud* – 140 de materiale, ceea ce reprezintă 44,30% din numărul total;
- *Glia drochiană* – 87, ceea ce reprezintă 29,19% din numărul total.

Observăm că *Gazeta de Sud* și *Glia drochiană*, și la prima și la cea de-a doua etapă de monitorizare, au produs aproximativ același număr de materiale, în timp ce ziarul *Unghiul* a înregistrat o evoluție spectaculoasă în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, în care numărul produselor despre și pentru populația adultă a crescut de mai bine de două ori. Printre cele mai semnificative titluri de materiale din această publicație periodică se numără: „Ne străduim, dar oamenii să ne ierte că nu putem face mai mult” [68, 1.10.2010], „Domnilor nu le pasă de nevoile noastre” [68, 1.10.2010], „De s-ar dezvolta toate astfel” [68, 11.02.2011], „Condiții mai bune pentru pacienți și angajați” [68, 8.10.2010], „Indiferența!” [68, 8.10.2010], „Vor „lupta” pentru un salariu decent” [68, 29.10.2010], „Statistica de la naștere până la praznic” [68, 28.01.2011], „Situația privind gripa în raionul Ungheni” [68, 28.01.2011] ș.a.

Numărul și cota-parte a materialelor despre minori (în care se includ copiii și adolescenții) publicate și în prima perioadă de monitorizare, dar și în cea de-a doua, sunt semnificativ mai reduse: 122 de materiale, ceea ce constituie 10,87% din numărul total și, respectiv, 167, ceea ce reprezintă 15,13 %.

După cum afirmă și cercetătoarea G.Stepanov, această categorie de populație este abordată tangențial, în contextul unor evenimente în care, prioritar, se vorbește despre cei maturi. Materialele care au ca protagoniști minorii, de regulă, relatează despre situații ieșite din comun: violuri, omucideri, sinucideri, crime, jafuri, tâlhării comise de către aceștia, abuzuri sexuale și fizice etc. [60, p.107]. Minorii apar în contexte mediatice pozitiv, de regulă, atunci când jurnaliștii reflectă evenimentele organizate la nivel de școală sau de comunitate.

Următoarea variabilă este sexul protagoniștilor materialelor jurnalistice. Această variabilă se face importantă în vederea identificării atenției pe care o acordă presa locală femeilor și bărbaților ca actori sociali, periodicității abordării problemelor cu care ei se confruntă, locului acestora în discursul mediatic local etc. Or, în paralel cu problemele generale, comune pentru întreaga societate, fiecare dintre aceste două categorii își are problemele sale specifice, care

solicită abordări diferențiate și la nivel de mediatizare, și la nivel de soluționare. Rezultatele analizei cantitative realizate prin prisma acestei variabile au fost expuse în *Tabelul 4*.

**Tabelul 4. Fluxul informațional pe domeniul sociocultural analizat din perspectiva sexului protagoniștilor**

Instituții media	Materiale publicate		Materiale ce relatează despre ambele sexe		Materiale ce relatează despre bărbați		Materiale ce relatează despre femei		Materiale în care nu este indicat sexul	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	267	298	17	10	74	32	66	16	110	240
Unghiul	391	490	10	37	130	52	63	36	188	365
Gazeta de Sud	464	316	17	44	131	63	115	28	201	181
<b>Total materiale</b>	<b>1 122</b>	<b>1 104</b>	<b>44</b>	<b>91</b>	<b>335</b>	<b>147</b>	<b>244</b>	<b>80</b>	<b>499</b>	<b>786</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>3,92</b>	<b>8,24</b>	<b>29,86</b>	<b>13,32</b>	<b>21,75</b>	<b>7,25</b>	<b>44,47</b>	<b>71,19</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

În perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, cele mai multe materiale – 499 – nu fac referință la sexul protagoniștilor, acestea constituind 44,47% din totalul de 1 122 materiale; pe locul doi se situează materialele despre și pentru bărbați, care au apărut în număr de 335, ceea ce constituie 29,86%; pe locul trei – cele care relatează despre femei/sunt destinate femeilor – 244 de materiale, ele constituind 21,75%; iar cele mai puține – 44 la număr – fac referință la ambele sexe, ceea ce constituie doar 3,92% din totalul de materiale (Figura A 5.1).

Rezultatele cercetării dovedesc că în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 cele mai multe materiale – 786 – nu fac referință la sexul protagoniștilor, acestea constituind 71% din totalul de 1 104 materiale; pe locul doi se situează materialele despre și pentru bărbați, care au apărut în număr de 147, ceea ce constituie 13%; pe locul trei – cele care fac referință la ambele sexe – 91 de materiale, ele constituind 9 %; iar cele mai puține – 80 la număr – relatează despre femei/sunt destinate femeilor, ceea ce constituie 7% din totalul de materiale (Figura A 5.2).

Generalizând cele expuse până acum, concluzionăm că în procesul de mediatizare a realității socioculturale în presa locală se proiectează tendința de a mediatiza bărbații mai frecvent și într-o lumină mai favorabilă și mai pozitivă decât femeile, întrucât, între

materialele despre bărbați și cele despre femei există un decalaj izbitor atât din punct de vedere cantitativ cât și calitativ. Deși portretul social al femeii și al bărbatului în orice societate se conturează în percepția generală, grație activității mass-mediei, rezultatele analizei demonstrează faptul că, în jurnalismul sociocultural de provincie, egalitatea de gen încă nu este o valoare profesională. Totodată, iese în evidență o altă tendință, cea de mediatizare neutră (fără referire la sexul subiecților) a realității. Acest tip de mediatizare se utilizează în cazul în care sunt reflectate evenimentele fără implicare umană directă, când mediatizarea poartă un caracter informativ-generalist, când sexul protagoniștilor nu are importanță pentru subiect, când protagoniștii materialelor sunt reprezentanți ai diverselor profesii, meserii, confesiuni religioase, minorități naționale, sexuale etc.

În concluzie, presa locală încearcă să transforme egalitatea de sex într-o valoare profesională, or ea pune în circuit materiale care scot femeia din tiparele stigmatizate, conform cărora femeile sunt slabe și neputincioase, cele mai potrivite activități pentru ele sunt treburile casnice și educația copiilor, iar cele mai bune domenii de activitate profesională sunt educația și, mai rar, medicina. Iată doar câteva exemple de astfel de materiale: „Primărița care a deschis noi orizonturi pentru satul Selemet” [21, 09.10.15], „Sculpturi dulci, afacerea unor tinere din Ungheni” [68, 19.02.16], „Coconada a adunat femei frumoase și de succes” [22, 11.03.16], „Flori de la buget” [68, 18.03.2011], „Înălțare pedagogică!” [22, 12.03.2010], „Evaluarea formativă în context curricular” [22, 29.01.2010] etc.

Constatăm că marginalizarea femeii în presa locală este nu atât rezultatul atitudinii jurnaliștilor față de această categorie, cât o consecință a fenomenului de marginalizare socială a femeii în societatea moldovenească. Tocmai din acest motiv, jurnaliștii de la publicațiile locale sunt antrenați foarte frecvent în diferite proiecte și training-uri de formare continuă, în cadrul cărora ei sunt instruiți pentru a promova în scrierile lor egalitatea de gen și pentru a crea o imagine pozitivă a femeii contemporane.

Despre materialele ce vizează ambele sexe, care, din punct de vedere cantitativ, sunt mai multe decât cele despre femei, dar mai puține decât cele despre bărbați, putem spune că acestea deseori vizează un cuplu, o familie ș.a., ambii parteneri devenind protagoniști ai materialului, ca de exemplu în: „Cvadrupleții soților Arseni de la Cantemir” [21, 12.02.16], „Familia – cea mai mare realizare a lui Vasile Grădinaru” [21, 15.01.2010], „Afacere cu urecheați” [68, 23.01.15].

Penultima variabilă o constituie mediul în care s-a produs evenimentul. Importanța acestei variabile pentru cercetarea noastră este determinată de faptul că percepțiile indivizilor sociali în raport cu realitatea urbană și cu cea rurală, respectiv, reacțiile și acțiunile lor sociale, variază, în funcție de modul și frecvența abordării mediatice a realității din aceste medii. De asemenea, ea

este importantă în ceea ce privește identificarea atenției pe care o acordă presa locală problemelor din mediul rural și celor din mediul urban. Or, în paralel cu problemele comune, fiecare mediu își are problemele sale specifice, care solicită abordări diferențiate și la nivel de mediatizare, și la nivel de soluționare. Totodată, trebuie să specificăm că, în acest studiu, dat fiind faptul că vorbim despre presa locală, în mediul de trai urban se încadrează centrul raional, iar în cel rural – toate satele din componența raionului respectiv. Rezultatele analizei cantitative realizate prin prisma acestei variabile au fost expuse în *Tabelul 5*.

**Tabelul 5. Fluxul informațional pe domeniul sociocultural analizat din perspectiva mediului de trai al protagoniștilor**

Instituții media	Materiale Publicate		Materiale ce relatează despre mediul rural		Materiale ce relatează despre mediul urban		Materiale în care nu este indicat mediul de trai	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	267	298	42	27	120	68	105	203
Unghiul	391	490	88	71	201	154	102	265
Gazeta de Sud	464	316	94	56	236	89	134	171
<b>Total materiale</b>	<b>1 122</b>	<b>1 104</b>	<b>224</b>	<b>154</b>	<b>557</b>	<b>311</b>	<b>341</b>	<b>639</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>19,97</b>	<b>13,95</b>	<b>49,64</b>	<b>28,17</b>	<b>30,39</b>	<b>57,88</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

Analiza presei locale din perspectiva acestei variabile în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, a demonstrat că, din totalul de 1 122 de materiale socioculturale, cele mai multe – 557 – relatează despre realitatea din mediul urban; pe locul doi, se situează materialele ce nu specifică mediul de trai al protagoniștilor, care au apărut în număr de 341; pe locul trei – cele despre realitatea din mediul rural – 224 de materiale (Figura A 6.1).

Iar în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, din totalul de 1 104 materiale socioculturale, cele mai multe – 639 – nu specifică mediul de trai al protagoniștilor; pe locul doi, se situează materialele despre realitatea din mediul urban, care au apărut în număr de 311; pe locul trei, cele despre realitatea din mediul rural – 154 de materiale (Figura A 6.2).

În particular, în prima perioadă de cercetare, cele mai multe materiale despre realitatea din mediul urban au fost puse în circuit prin intermediul ziarului *Gazeta de Sud* – 236 de materiale, ceea ce reprezintă 50,86% din numărul total de materiale socioculturale produse de acest ziar; pe locul doi se situează ziarul *Unghiul*, cu 201 materiale, ceea ce constituie 51,41%; iar pe locul



trei – *Glia drochiană*, cu 120 de materiale, ceea ce constituie 44,94% din numărul total de materiale socioculturale produse de acest ziar.

Dintre produsele mediatice care nu indică mediul de trai al protagoniștilor, cele mai multe au fost publicate în *Gazeta de Sud* – 134 de materiale, ceea ce reprezintă 28,88% din numărul total de materiale. *Glia drochiană* a publicat 105 materiale de acest fel, ceea ce reprezintă 39,33% din numărul total, iar *Unghiul* a publicat 102 materiale, ceea ce reprezintă 26,09%. Clasamentul diferă însă atunci când convertim datele în procente. Astfel, *Glia drochiană* se situează pe primul loc, pe al doilea – *Gazeta de Sud*, iar pe al treilea – *Unghiul*, între cotele-părți ale produselor mediatice care nu indică mediul de trai al protagoniștilor din ultimele două publicații existând o diferență neînsemnată, de circa 3%.

Cele mai puține la număr sunt materialele ce relatează despre mediul rural – 224, ele constituind circa a cincea parte din cele peste 1122 materiale publicate în total. Și-n acest caz întâietatea îi revine ziarului *Gazeta de Sud*, cu 94 de materiale, urmat de *Unghiul*, cu 88, iar apoi ziarul *Glia drochiană* cu 42. Cea mai mare cotă-parte a produsului mediatic despre mediul rural îi revine însă ziarului de la sud, aceasta constituind 41,96 la sută, urmat de ziarul de la centru – cu 39,29% și apoi de publicația din nordul țării – cu doar 18,75%.

În cea de-a doua perioadă de cercetare, cele mai multe materiale care nu indică mediul de trai al protagoniștilor au fost publicate în *Unghiul* – 265, urmat de *Glia drochiană*, cu 203 și, în final, de *Gazeta de Sud*, cu 171 de materiale. Clasamentul diferă însă atunci când convertim datele în procente. Astfel, în *Glia drochiană* acest tip de materiale constituie 68,12% din totalul de materiale socioculturale, în *Gazeta de Sud* acesta constituie 54,11%, iar în *Unghiul* – 54,08%.

Pe al doilea loc, se situează materialele ce relatează despre realitatea din mediul urban, adică despre centrele raionale propriu-zise. Cele mai multe de astfel de materiale – 154 la număr – au fost publicate în ziarul *Unghiul*, cota-parte a acestora constituind 31,43%. Din punct de vedere cantitativ, pe locul doi se situează *Gazeta de Sud*, cu 89 de materiale, echivalentul a 28,16% din produsul total, iar pe locul trei – *Glia drochiană*, cu 68 de materiale ceea ce constituie 22,81%.

Cele mai puține la număr sunt materialele ce relatează despre mediul rural, doar 154 din cele peste o mie publicate în total. Și-n acest caz întâietatea îi revine ziarului *Unghiul*, cu 71 de materiale, urmat de *Gazeta de Sud*, cu 56, iar, apoi, de *Glia drochiană* cu doar 27. Cea mai mare cotă-parte a produsului mediatic despre mediul rural îi revine însă ziarului de la sud, aceasta constituind 17,72 la sută, urmat de ziarul de la centru – cu 14,49% și mai apoi, de publicația din nordul țării – cu doar 9,06%.

Observăm că în prima perioadă de monitorizare, cele mai multe materiale sunt realizate din mediul urban, în timp ce în cea de-a doua, întâietatea le revine materialelor în care nu este specificat mediul de trai al protagoniștilor. Considerăm că tendința de a aborda neutru realitatea, adică de a nu face referire la mediul în care s-a produs evenimentul, ce s-a conturat în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 este una pozitivă, întrucât acest fapt extinde limitele parametrului spațial al evenimentelor, măbind astfel numărul grupurilor-țintă de destinatari ai informației. Totodată, acest lucru poate fi și un indiciu al faptului că presa locală se axează, prioritar, pe problemele de nivel local, care sunt importante, în egală măsură atât pentru locuitorii din centrele raionale, cât și pentru cei din satele din împrejurimi. Cu toate acestea, în cazul în care vorbim despre divizarea informației în baza acestui criteriu, presa locală își concentrează atenția, preponderent, pe realitatea urbană, deoarece intensitatea producerii evenimentelor sociale și culturale este mai mare în orașele-centre raionale decât în sate. Totodată, aici se află și majoritatea instituțiilor raionale, responsabile pentru politicile sociale locale și cele abilitate cu dreptul de a gestiona și soluționa problemele de ordin raional. În al treilea rând, redacțiile acestor ziare activează în centrele raionale, respectiv, mediatizarea evenimentelor din acest mediu este mai operativă, întrucât necesită mai puțin timp.

În încheiere, considerăm oportun să facem câteva referințe și cu privire la varianta online a acestor ziare, odată ce publicul le accesează și-n acest format, mai ales că trăim în era digitală, când suportul tehnic tradițional – hârtia – este tot mai mult înlocuit cu mediul virtual. Menționăm că datele care vor fi expuse în cele ce urmează se referă strict la activitatea presei locale în perioada 1.10.2015- 31.03.2016, datorită faptului că în perioada 1.10.2010- 31.03.2011 ziarul încă nu avea variantă on-line interactivă, ci doar site-uri, în care era inclusă informația despre ziar și unele informații despre activitățile locale care au fost inițiate sau în care au fost implicate colectivele redacționale. Dat fiind acest fapt, a fost imposibil de realizat analiza comparativă a produselor online puse în circuit în aceste două perioade.

Ca și în varianta print a ziarelor analizate, la fel și în varianta online a acestora, cele mai multe materiale se referă la domeniul sociocultural. Cu toate acestea, variantele online nu conțin același număr de materiale, ci mult mai puține, motivând, astfel, cititorul să procure, într-un final, și varianta print, dacă este posibil. Iată cum se prezintă din punct de vedere cantitativ și compozițional produsul mediatic online al celor trei ziare analizate pe parcursul a șase luni:

- *Glia drochiană*, al cărei website este [www.gliadrochiana.info](http://www.gliadrochiana.info), a postat 143 de materiale, dintre care: pe teme sociale – 88, pe teme culturale – 16, din domeniul politic – 35, de divertisment – 6 (Figura A 7.1);

- *Unghiul*, al cărei website este [www.unghiul.info](http://www.unghiul.info), a pus în circulație 275 de materiale, dintre care: sociale – 197 materiale, pe teme culturale – 30, politice – 48 (Figura A 7.2);

- *Gazeta de Sud*, al cărei website este [www.gazetadesud.md](http://www.gazetadesud.md), a publicat 237 de materiale, tematica valorificată fiind mult mai vastă decât tematica abordată de celelalte două. Cantitativ, compoziția produsului online al acestui ziar este următoarea: materiale din sfera socială – 89, din domeniul culturii – 10, din cel politic – 62, din economie – 23, de divertisment – 35, din realitatea internațională (acestea sunt din toate domeniile) – 18 (Figura A 7.3).

Această analiză ne-a permis să conturăm o viziune de ansamblu asupra dimensiunii socioculturale actuale a presei locale din Republica Moldova, care este baza materialelor publicate atât în ziar, cât și în varianta online. Astfel, în mediu, într-o ediție a ziarului *Glia drochiană* sunt publicate între 15-20 de materiale, 11-15 dintre acestea fiind din domeniul sociocultural; într-o ediție a ziarului *Unghiul* sunt publicate circa 30 de materiale, dintre care 20 aparțin acestei sfere, iar într-o ediție a ziarului *Gazeta de Sud* apar aproximativ între 30-35 de materiale, dintre care jumătate se încadrează în categoria socioculturalului.

Dat fiind faptul că ultima variabilă de cercetare – genurile jurnalistice puse în circuit în vederea reflectării dimensiunii socioculturale a realității – este deosebit de importantă pentru studiul nostru, vom prezenta rezultatele analizei produselor jurnalistice din această perspectivă în subcapitolul următor.

Generalizând rezultatele cercetării efectuate în acest subcapitol, concluzionăm că tematica unui număr de ziar local, deși pare diversă: socială, culturală, politică, economică, de divertisment etc., se axează, prioritar, pe domeniul social și pe cel cultural. Or, anume acestea din urmă formează dimensiunea socioculturală a realității – dimensiune care pune în valoare individul social sau grupul social ca actor al unui anumit mediu, scoate în evidență și abordează problemele cu care se confruntă omul de rând, proiectează agenda mediatică și modelează dialogul social etc.

În presa locală, selectarea evenimentelor care urmează a fi mediatizate se face ținându-se cont, în primul rând, de interesul publicului față de anumite subiecte, astfel încât locuitorii din regiune să fie interesați să le citească și să caute ziarul pentru aceste informații. În al doilea rând, ea trebuie să aibă o utilitate majoră pentru locuitorii din această regiune, astfel încât această informație să pună în valoare publicația respectivă, să atragă atenția cititorilor și să-i determine să procure ziarul. Ziarul local tinde să fie aproape de fiecare cititor al său și să-i prezinte informațiile cât mai veridic și obiectiv, creând astfel legătura dintre locuitor și comunitatea sa, pentru că aceasta este o misiune de primă importanță a acestui segment de presă. Or, încă din denumirile de pagini ale ziarelor locale iese în evidență și, respectiv, putem deduce faptul că

presa locală acordă o atenție deosebită dimensiunii socioculturale, atât sub aspectul importanței tematicii, cât sub aspectul volumului.

### **3. 3. Genurile jurnalistice în publicațiile periodice locale: tendințe de manifestare**

Presa locală, la fel ca și toate celelalte elemente ale sistemului mass-mediei, pune în circuit produse, care aduc pe agenda publică subiecte noi și informează publicul despre tot ceea ce se întâmplă în mediul lor sociocultural, precum și produse care analizează și dezbat realitatea din acest mediu. Pentru reflectarea realității și producerea materialelor mediatice, presa locală, la fel ca cea națională și cea multinațională, utilizează o varietate mare de forme de expresie, specifice atât jurnalismului de informare, cât și celui analitic.

Jurnalismul de informare în categoria căruia se încadrează știrea, interviul, reportajul, relatarea își propune să realizeze mai multe obiective, de genul: transmiterea faptelor și prezentarea lor, relatarea evenimentelor sau punerea în circuit a informației ce anticipează anumite evenimente, scoaterea în evidență a persoanelor, semnalarea problemelor etc. Textele informative în presa locală constituie o zonă prioritară de interes public, ele având drept scop principal informarea operativă și obiectivă a auditoriului despre cele mai noi evenimente din teritoriu. În textele informative, indiferent de genul în care sunt ele realizate, nu pot să se regăsească opinia, judecata de valoare, aprecierea, deprecieră, sentimentul, emoția, starea de spirit etc. Acest obiectiv însă este foarte greu de realizat, întrucât însuși procesul de filtrare a informațiilor, în vederea includerii lor în text, precum și cel de ierarhizare și de includere a acestora în textul propriu-zis implică anumite judecăți de valoare. Efectele acestora sunt amplificate și de procesul de aranjare a textului în ziar, de amplasare a acestuia în pagină, fapt care face foarte dificilă misiunea jurnalistului de a fi obiectiv sută la sută. Datorită faptului că trăiesc într-un mediu social care reprezintă și obiectul investigației lor profesionale, jurnaliștii din presa locală sunt produsul acestui mediu, de aceea abordarea mediatică a realității se pliază pe sistemul lor de valori. Obiectivitatea, care este o problemă de morală și de onestitate profesională, poate fi respectată de jurnalist prin atitudinea echidistantă față de realitate în ansamblul ei, față de fiecare eveniment în parte și față de toate forțele implicate în acest eveniment.

Textele informative sunt utile, chiar esențiale pentru presa tipărită, deoarece ele pun în circuit informații de natură utilitară și de avertisment, atât de mult apreciate de publicul din provincie. Or, mai mult decât orice, oamenii din mediul rural au nevoie de informație instrumentală, care să-i poată ajuta să-și orienteze acțiunile în mediul lor apropiat și în timpul apropiat. Grație jurnalismului de informare, aceștia obțin cunoștințele necesare și dobândesc

instrumentele informaționale prin care controlează mediul apropiat, își gestionează resursele și pe baza cărora își organizează viața de zi cu zi.

În presa locală, acest gen de informație constituie punctul de atracție a cititorilor, întrucât, de regulă, anume ziarele locale o produc și o diseminează. De obicei, textele informative care ghidează viața curentă a indivizilor sociali au o utilitate sporită, fapt care îi determină pe jurnaliști să le insereze în ziar, în rubrici speciale. Textele informative vizează datele punctuale, necesare în mod practic vieții cotidiene. Ele au efecte directe asupra auditoriului și o valoare de utilizare imediată, deoarece ameliorează și eficientizează activitatea zilnică a individului social, punând la dispoziția acestuia date privind programele culturale, starea vremii, serviciile publice, prețurile, programarea examenelor, întreruperea apei sau a circulației mijloacelor de transport în comun, modificările transportului urban etc. Acest tip de informații semnalează oportunități, ajută oamenii să obțină instrumente informaționale cu care să se orienteze și prin care să controleze mediul înconjurător, organizându-și, astfel, viața de zi cu zi. La fel de importante în presa locală sunt și informațiile de prevenire a diverselor anomalii, de genul: epidemii, inundații, incendii, alunecări de teren, cutremure, secetă, accidente rutiere, explozii tehnice, scurgeri de gaze, emanații radioactive, infestarea apelor sau a solului etc.

Deseori, textele informative constituie originile, premisele unor analize ample, constituie punctele de pornire pentru realizarea textelor analitice, de opinie și comentative.

Jurnalismul de opinie și comentativ, spre deosebire cu cel informativ, nu se limitează la simpla expunere a faptelor și la simpla reflectare a realității. El își propune mai multe obiective, printre care: să dezvolte și să explice idei, să răspundă la întrebări, să livreze opinii, să afirme poziții, să critice decizii, să formeze atitudini, să catalizeze acțiuni etc. Unul dintre obiectivele jurnalismului de opinie și comentativ, conform opiniei lui D.Popa, este ghidarea auditoriului: „...un ziar poate determina reacții publice și poate chiar genera realizarea de noi programe, la nivel macrosocial, poate oferi lideri, poate fi o forță a schimbării. Obligația ziarului este, de fapt, îmbunătățirea vieții comunității, iar acest lucru nu se poate realiza numai printr-un criticism constructiv, ci și prin emiterea unor alternative, prin sugerarea unor soluții. Promovarea corectă a acestor direcții poate asigura publicației un respect deosebit într-o comunitate” [43, p. 2]. În opinia noastră, obiectivul în cauză este unul primordial pentru presa locală, întrucât anume acesta validează statutul ziarului de formator de opinie la nivel local și îi legitimează implicațiile lui în comunitate. Totodată, grație acestui obiectiv, poate fi menținut constant sau chiar poate fi extins interesul publicului pentru produsele mediatice puse în circuit prin intermediul acestui ziar, precum poate fi fortificată și legătura între ziar și publicul său.

În categoria jurnalismului de opinie și comentativ se încadrează: editorialul, tableta, analiza, critica, comentariul, recenzia, cronică, dosarul etc. – genuri care, prin firea lucrurilor, sunt, de regulă, articole subiective. Cele mai frecvente forme de expresie de natură analitică utilizate în presa locală sunt articolele de analiză, comentariile și editorialele. Însă, indiferent de genul prin care este abordată realitatea, jurnalismul de opinie și comentativ din presa locală poate fi eficient doar dacă abordează problemele locale într-o manieră apropiată publicului său. Autorul de articole analitice „trebuie să reflecte pe marginea valorilor recunoscute ale comunității din care face parte, potențându-le prin publicare. E un subterfugiu, dar aproape singurul care merită a fi încercat în politica editorialelor” [43, p. 3].

Textele analitice în ziarurile locale sunt solicitate și așteptate de către publicul cititor, întrucât ele asigură disecarea faptelor, temelor, problemelor și a consecințelor acestora. Ele oferă explicații despre ceea ce se întâmplă în prezent în localitate sau a ceea ce urmează a se petrece în viitor, oferind concluzii argumentate. Discursul analitic în presa locală reprezintă un studiu al părților și al actorilor implicați în problemă, al beneficiilor pentru diverse categorii sociale și al riscurilor posibile, al mizelor aflate în joc etc. Cercetătorul D.Popa susține că intenția analizei este să ofere, printr-o cercetare atentă a tuturor factorilor determinanți, înțelesuri și viziuni noi, asupra lucrurilor, evitându-se pronosticurile și luările de poziție. Dincolo de a fi doar o serie de aserțiuni, accentul cade în analiză pe interpretare și explicare, acest demers necesitând, prin definiție, autorități sau experți identificați ca atare.

Specific pentru jurnalismul de opinie și comentativ din presa locală este și faptul că el conține elemente care aduc informație nouă, ce reiese fie din rezultatele investigației proprii a jurnalistului, fie din sondajele de opinie, fie din studiile realizate de experți. Elementul de noutate este utilizat pentru a demonstra o anumită practică, a argumenta o anumită tendință sau a explica un anumit fenomen.

Problema genurilor jurnalistice folosite în presa locală este actuală și foarte importantă, or, în opinia cercetătoarei Э.Худякова, aspectul estetic al conceptului și al structurii numărului de ziar, impactul lui asupra cititorului și eficiența activității redacționale depind, inclusiv, de varietatea de genuri jurnalistice, prin care este reflectată realitatea [113, p. 65]. O ediție de ziar poate reprezenta un produs mediatic finit, complex și integral doar în cazul în care publicația periodică îmbină armonios diferite genuri publicistice. Existența diversității de genuri jurnalistice în ziar este o dovadă a profunzimii abordării mediatice și a conceptualizării fiecărei ediții în parte.

Identificarea tipurilor de produse mediatice ca gen și a coraportului dintre jurnalismul de informare și cel analitic este importantă, pentru că etalează implicațiile publicațiilor periodice

locale în realitatea socioculturală din care ele fac parte, dar care, totodată, face subiectul lor prioritar de reflectare: obiectivele și prioritățile acestora în procesul de valorificare a masivului informațional potențial, funcțiile și rolurile pe care le îndeplinesc, ceea ce proiectează specificitatea presei locale ca element mediatic cu identitate distinctă.

Ultima variabilă a cercetării noastre vine să pună în valoare activitatea presei anume din perspectiva genurilor jurnalistice pe care le utilizează pentru reflectarea realității socioculturale. Analiza celor trei publicații: *Unghiul*, *Glia drochiană* și *Gazeta de Sud* a demonstrat că în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, din totalul de 1 122 de materiale pe domeniul sociocultural, 746 se încadrează în categoria genurilor informative, ceea ce reprezintă 66,49%, iar în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, din totalul de 1 104 materiale pe domeniul sociocultural, 759 se încadrează în categoria genurilor informative, ceea ce constituie 68,75% (Figura A 8.1). Devine vizibil faptul că și în prima perioadă de monitorizare, dar și în cea de-a doua, publicațiile periodice au produs de mai mult de două ori materiale ce se încadrează în jurnalismul de informare, decât cele care pot fi atribuite jurnalismului de opinie și comentativ. Rezultatele cercetării se regăsesc în *Tabelul 6*.

**Tabelul 6. Fluxul informațional pe domeniul sociocultural analizat din perspectiva genurilor informative**

Instituții media	Total materiale		Total materiale informative		Știri		Interviuri		Reportaje	
	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016	2010-2011	2015-2016
Glia drochiană	286	298	178	217	154	163	20	35	4	19
Unghiul	404	490	252	289	204	227	29	29	19	33
Gazeta de Sud	432	316	316	253	226	196	8	11	82	46
<b>Total materiale</b>	1122	1104	<b>746</b>	<b>759</b>	<b>584</b>	<b>586</b>	<b>57</b>	<b>75</b>	<b>105</b>	<b>98</b>
<b>%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>78,28</b>	<b>77,21</b>	<b>7,64</b>	<b>9,88</b>	<b>14,08</b>	<b>12,91</b>

*Sursa: Elaborat de autor*

Potrivit analizei cantitative, și în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, dar și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, știrile ocupă mai bine de jumătate din produsul informativ sociocultural, expus în ziarurile locale cercetate. Acest gen jurnalistic se află pe primul loc față de oricare alt gen în fiecare publicație (Figura A 8.2-8.3). În prima perioadă, ziarul *Unghiul* a

publicat 204 știri, ceea ce constituie 80,95% din totalul de 252 de materiale informative, iar în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 227, ceea ce reprezintă 78,55% din totalul 289 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5). *Gazeta de Sud* în prima perioadă a produs 226 de știri, ceea ce constituie 71,52% din totalul de 316 materiale informative, iar, în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 196 știri, ceea ce reprezintă 77,47% din totalul de 253 de materiale realizate în genuri informative (Figura A 8.4-8.5). Publicația periodică *Glia drochiană* a produs 154 știri, ceea ce constituie 86,52% din totalul de 178 de materiale, iar, în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 163 de știri, ceea ce reprezintă 75,12% din totalul 217 de materiale realizate în genuri informative (Figura A 8.4-8.5).

Observăm, în cazul ziarelor *Unghiul* și *Glia drochiană*, că numărul de știri puse în circuit în cea de-a doua perioadă de monitorizare este mai mare, în comparație cu prima, situația fiind inversă în cazul ziarului *Gazeta de Sud*. Numărul de știri produse de publicația *Unghiul* a crescut în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 cu 11,27% față de prima, iar numărul de știri publicate în *Glia drochiană* a crescut cu 5,84% în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, în comparație cu prima. Ziarul *Gazeta de Sud*, a înregistrat în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 o descreștere a numărului de știri cu 13,27% față de prima. Comparăm numărul total de știri care au apărut în toate cele trei publicații în prima perioadă de monitorizare cu cele care au fost publicate în cea de-a doua perioadă, constatăm o diferență de doar 2 știri, cifră ce demonstrează că numărul acestora a crescut cu 0,34%. Nu putem însă vorbi de o creștere semnificativă, per ansamblu, a numărului de știri publicate în cea de-a doua perioadă, întrucât s-a micșorat doar numărul de știri din ziarul *Gazeta de Sud*, în celelalte publicații numărul acestora fiind în creștere. Constatăm, astfel, că în presa locală se atestă o situație, mai mult sau mai puțin, constantă a utilizării știrii pentru reflectarea realității socioculturale de nivel local.

Analiza calitativă scoate în evidență faptul că știrile din presa locală vizează oamenii concreți, din imediata vecinătate a cititorului, precum și modul în care realitatea înconjurătoare, aflată în permanentă mișcare, le influențează sau le schimbă viața acestora, în particular, și viața comunității, în general. Ele reprezintă evenimente personalizate și au, de regulă, o dimensiune umană semnificativă. Știrile, într-un fel, „înregistrează” condiția schimbătoare a oamenilor și oferă o imagine corectă și fidelă a ceea ce s-a întâmplat sau urmează să se producă. Obiectivul de bază al știrilor locale este să încadreze omul în comunitate, iar comunitatea, în societate.

Deși apar o dată în săptămână, ziarele supuse analizei exploatează din plin știrile, deoarece evenimentele din teritoriu despre care acestea relatează, nefiind mediatizate de alte instituții de nivel local sau național, rămân actuale pentru public. Totodată, acest lucru se datorează și faptului că multe știri din presa locală au o structură desfășurată, ceea ce le apropie mult de



relatări sau chiar de reportaje. În urma analizei, am constatat că știrile publicate în ziarele locale sunt de două tipuri: știri clasice, de dimensiuni mici și știri desfășurate, de dimensiuni mai mari, ultimele regăsindu-se în mod frecvent în paginile ziarelor cercetate. În continuare, vom prezenta câteva titluri de știri clasice ce se încadrează în prima categorie: „Paza de Stat Drochia are un nou director” [22, 09.10.15], „Trofeele au venit prin muncă” [22, 16.10.15], „Ploaia și-a făcut prezența la Drochia” [22, 23.10.15], „Târgul Mărțișoarelor de la Drochia”, o adevărată expoziție de artă” [22, 04.03.16], „Harlampie Roșca, șef la ecologie” [22, 18.03.16], „La spital mai rămâne o victimă” [68, 02.10.15], „În sfârșit, spitalul din Ungheni are lift” [68, 09.10.15], „Pompierii fac verificări” [68, 13.11.15], „Cea mai mare fabrică din estul Europei va fi construită în raionul Ungheni” [68, 11.12.15], „Strada Alexandru cel Bun a intrat în reparație” [68, 18.12.15], „Un nou președinte” [68, 19.02.16], „O amplă campanie de informare europeană în Regiunea de Sud a luat sfârșit” [21, 02.10.15], „Cahul va fi un oraș mai curat cu suportul USAID” [21, 30.10.15], „Primarii din Galați și Cahul își dau mâna” [21, 27.11.15], „774 de grădinițe renovate cu susținerea României” [21, 18.12.15], „Un liceu din Cimișlia a fost dotat cu echipamentele roboticii” [21, 15.01.16], „Expoziție – târg de mărțișoare de la Ștefan Vodă” [21, 04.03.16] și multe altele. Indiferent de titlurile și subiectele pe care le abordează, aceste tipuri de știri au o trăsătură comună, și anume – descrierea succintă a evenimentului produs sau care urmează să se desfășoare și încadrarea lui într-un text de proporții mici. În raport cu primele, știrile desfășurate sunt realizate într-un volum mai mare, respectiv, ele solicită și un spațiu mai mare în pagină. Specificul acestora rezidă și în faptul că ele relatează detaliat evenimentul, îl expun din mai multe unghiuri de vedere și-n ordine cronologică. Cu ajutorul acestui tip de știri, cititorul se simte mai aproape de eveniment, întrucât, în astfel de expuneri se aplică, uneori, tehnica care generează așa-numitul „efect al prezenței”. Între cele mai semnificative știri desfășurate care au fost puse în circuitul informațional în perioada cercetată se numără: „Liderii mondiali au căzut la înțelegere: „Noi trebuie să înlăturăm discrepanțele de gen” [22, 02.10.15], „Результат может быть только общим” [22, 16.10.15], „Cu privire la totalurile concursului raional: „Cea mai bună organizare și desfășurare a lucrărilor agricole în 2015” [22, 04.12.15], „Investițiile capitale și necesitățile Drochiei” [22, 12.02.16], „Noutăți de la primăria Drochia” [22, 19.02.16], „Tinerii drochieni optează pentru un oraș curat” [22, 15.03.16], „Punct de asistență medicală urgentă, deschis la Gura Galbenei” [21, 02.10.15], „Implementarea proiectului: Gestionarea integrată a deșeurilor menajere solide în raionul Cimișlia” [21, 16.10.15], „Ziua Armatei Române, sărbătorită și în sudul Republicii Moldova” [21, 30.10.15], „Festivalul – concurs Cântec, joc și voie bună ca la noi în sat” [21, 13.11.15], „Cahulenii, prezenți la sărbătoarea de sfințire a apelor” [21, 22.01.16], „Femeile de afaceri din raioanele Cimișlia și Basarabeasca vor să se

asociaze” [21, 18.03.16], „La Cahul a fost lansat proiectul de aprovizionare cu apă și de canalizare” [21, 05.02.16]. Menționăm că, spre deosebire de *Glia drochiană* sau *Gazeta de Sud*, ziarul *Unghiul* produce un fel de știri-hibrid, care include elemente structurale, specifice altor genuri, cum ar fi relatarea, darea de seamă sau reportajul. Iată câteva exemple de astfel de știri-hibrid: „Sărbătoare mare la Grădinița Andrieș” [68, 02.10.15], „Studiu: Moldova este departe de a avea o alimentație sigură” [68, 30.10.15], „Cincizeci de ani împreună” [68, 26.02.16], „Biblioteca din Dănuțeni a fost în sărbătoare” [68, 06.11.15], „Consiliul Raional are rampă, chiar două...” [68, 20.11.15], „Raionul Ungheni e pregătit să înfrunte zăpada?” [68, 18.12.15], „Iresponsabilitatea pune viața în pericol” [68, 22.01.16], „Ungheneni au întrebat, autoritățile locale – au răspuns” [68, 04.03.16] ș.a.

Din punct de vedere cantitativ, atât în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, cât și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, în jurnalismul de informare din presa locală pe locul doi se situează, după frecvența de utilizare, reportajul (Figura A 8.2-8.3). În prima perioadă, ziarul *Unghiul* a publicat 19 reportaje, ceea ce constituie 7,54% din totalul de 252 de materiale informative, iar, în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 33, ceea ce reprezintă 11,42% din totalul 289 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5). *Gazeta de Sud*, în prima perioadă, a produs 82 de reportaje, ceea ce constituie 25,95% din totalul de 316 de materiale informative, iar în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 46 reportaje, ceea ce reprezintă 18,18% din totalul de 253 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5). Publicația periodică *Glia drochiană* a produs, în prima perioadă, 4 reportaje, ceea ce constituie 2,25% din totalul de 178 de materiale informative, iar, în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 19, ceea ce reprezintă 8,76% din totalul 217 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5). Observăm că cel mai frecvent apelează la reportaj pentru mediatizarea realității socioculturale publicația *Gazeta de Sud*, care are cel mai mare număr de pagini, pe locul doi se situează *Unghiul*, iar pe al treilea – *Glia drochiană*, care are cel mai mic număr de pagini. Clasamentul indică faptul că frecvența utilizării reportajului poate fi pusă în corelație cu numărul de pagini și cu spațiul util al ziarelor: cu cât numărul de pagini și spațiul util al unei publicații periodice este mai mare, cu atât mai mare este și numărul de reportaje publicate. Comparând numărul total de reportaje care au apărut în toate cele trei publicații în prima perioadă de monitorizare cu cele care au fost publicate în cea de-a doua perioadă de monitorizare, constatăm o diferență de doar 7 reportaje, cifră ce demonstrează că numărul acestora a scăzut cu 6,67%. Nu putem însă vorbi de o reducere semnificativă, per ansamblu, a numărului de reportaje publicate în cea de-a doua perioadă, întrucât s-a micșorat doar numărul de reportaje din ziarul *Gazeta de Sud*, în celelalte publicații numărul acestora fiind în creștere.

Constatăm, astfel, că în presa locală atestă o situație, mai mult sau mai puțin, constantă a utilizării reportajului pentru reflectarea realității socioculturale de nivel local.

Observăm că în ziarele *Unghiul* și *Glia drochiană*, ca și în cazul știrii, numărul de reportaje puse în circuit în cea de-a doua perioadă de monitorizare este mai mare, în comparație cu prima, situația fiind inversă în cazul ziarului *Gazeta de Sud*. Numărul de reportaje produse de publicația *Unghiul* în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, practic, s-a dublat față de prima, iar numărul de reportaje publicate în *Glia drochiană* a crescut de circa cinci ori în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 în comparație cu prima. Ziarul *Gazeta de Sud*, din contra, a produs în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 puțin mai mult de jumătate din numărul reportajelor publicate în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011. Scăderea numărului de reportaje în *Gazeta de Sud* poate fi explicată prin faptul că, în prezent, această publicație se confruntă cu anumite dificultăți, în primul rând, legate de lipsa cadrelor de jurnaliști, dovadă a faptului fiind numirea în funcție de redactor-șef a unui jurnalist care locuiește în orașul Chișinău. Totuși, făcând abstracție de această publicație, putem afirma că, în general, în presa locală se menține tendința de a folosi pentru reflectarea realității socioculturale din ce în ce mai des reportajul.

Subliniem că cele mai multe dintre reportajele care au apărut și în prima perioadă de monitorizare, dar și în cea de-a doua nu sunt axate pe evenimentele curente, de o actualitate sporită, ci pe anumite situații sau probleme cu o durată mai mare de existență în timp. Per ansamblu, reportajele care apar în presa locală sunt atemporale, de dimensiuni mai mici decât reportajele din presa națională, valorifică fie o problemă, fie o practică pozitivă, asigură efectul prezenței și urmăresc scopul de a socializa sau de a culturaliza cititorii. Toate aceste caracteristici le găsim în reportajul „La „Tehnogradas” situația e ținută sub control” [22, 09.10.15], care îl transpune pe cititor în gospodăria lui Ion Dascăl, protagonistul materialului, care se dedică cu trup și suflet agriculturii, mai exact, creșterii diferitor culturi. Pe o notă similară sunt scrise și reportajele: „Afacere cu urecheați” [68, 23.10.15], care expune, în dinamica dezvoltării sale, o istorie de succes a unei familii care crește iepuri; „Sculpturi dulci, afacerea unor tinere din Ungheni” [68, 19.02.16], ce relatează despre două tinere, care reușesc să creeze adevărate capodopere din fructe; „Pe ploaie, pe vânt, la Ungheni se sărbătorește” [68, 16.10.15], care evidențiază felul de a fi al moldovenilor; „Șuri. O oră academică la semănat” [22, 23.10.15], datorită căruia cititorii au posibilitatea să meargă virtual pe colinele satului Șuri, pentru a vedea cum se desfășoară semănatul etc.

Cele mai multe reportaje, dar și cele mai mari ca volum au apărut, și în prima, și în a doua perioadă de monitorizare, în *Gazeta de Sud*. Datorită faptului că apare într-un număr mai mare de pagini decât celelalte două ziare, *Gazeta de Sud* a publicat aproape de două ori mai multe

reportaje decât fiecare ziar luat în parte, spațiul rezervat fiecărui material de acest gen fiind și el mult mai mare. Mai mult decât atât, datorită proiectului „Consolidarea independenței în mediile de comunicare din Moldova”, ziarul are o pagină specială cu genericul „Moldova +”, în cadrul căreia publică reportaje cu subiecte sociale și culturale. În această categorie se încadrează: „O călătorie la 40 de metri sub pământ” [21, 09.10.15], „Livada de migdali din apropierea satului Dubovca” [21, 06.11.15], „Scoutismul, o formă de exprimare a egalității” [21, 20.11.15], „Ferma de prepelițe cu livrare la domiciliu” [21, 29.01.16], „Business mic, dar cu talent, în sudul Moldovei” [21, 19.02.16] și alte patruzeci de reportaje. Nu toate, desigur, sunt amplasate în această pagină, dar toate au drept scop să prezinte fapte, evenimente pozitive, frumoase sau, dimpotrivă, să sensibilizeze publicul față de anumite situații sau probleme, precum locurile pitorești lăsate fără grijă sau lupta pentru egalitatea de gen.

Analiza a demonstrat că, în afară de punctele forte ale reportajului din presa locală, există totuși și unele carențe în ceea ce privește realizarea acestui gen. Astfel, unor reportaje le lipsește dinamismul expunerii, cadrul acțional al actorilor implicați în problemă, detaliile semnificative care pot reda atmosfera evenimentului, uneori fiind chiar dificil de sesizat efectul prezenței jurnalistului la eveniment. Și diapazonul tematic al reportajelor este unul destul de redus, el limitându-se, de regulă, la problemele sezoniere din regiune. Puține sunt reportajele care abordează probleme ascunse sau cele care conturează portrete sociale și destine umane, oamenilor însă le plac poveștile reale ale semenilor lor. „Un jurnalist local, cu orizont larg adoptă filozofia lui Kuralt (a identifica și a descrie viețile unor oameni adevărați, despre care puțini știi, dar care există și reprezintă „laturile pozitive ale unei națiuni” n. a.) și face un pas înainte, ajungând la concluzia că nu există cititori, ci numai oameni, că oamenii sunt cei care contează. Iar oamenilor le plac poveștile interesante” [33, p. 200]. Totodată constatăm că, din păcate, unele texte inserate în rubrica rezervată reportajelor nici pe departe nu corespund rigorilor acestui gen jurnalistic. Ele nu sunt reportaje, ci simple relatări despre anumite evenimente ordinare sau chiar știri dezvoltate.

Din punct de vedere cantitativ, atât în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, cât și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, în jurnalismul de informare din presa locală pe locul trei se situează, după frecvența de utilizare, interviul (Figura A 8.2-8.3). În ambele perioade de monitorizare, ziarul *Unghiul* a publicat câte 29 de interviuri, în prima perioadă acestea constituind 11,51% din totalul de 252 de materiale informative, iar, în cea de-a doua perioadă – 10,03% din totalul 289 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5). *Gazeta de Sud*, în prima perioadă, a produs 8 interviuri, ceea ce constituie 2,53% din totalul de 316 de materiale informative, iar, în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 11 interviuri, ceea ce reprezintă 4,35% din totalul de 253 de

materiale informative (Figura A 8.4-8.5). Publicația periodică *Glia drochiană* a produs 20 interviuri, ceea ce constituie 11,24% din totalul de 178 de materiale informative, iar în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 35, ceea ce reprezintă 16,13% din totalul 217 de materiale informative (Figura A 8.4-8.5).

Observăm în cazul ziarelor *Gazeta de Sud* și *Glia drochiană* că numărul de interviuri puse în circuit în cea de-a doua perioadă de monitorizare este mai mare, în comparație cu prima, iar numărul de interviuri care au apărut în ziarul *Unghiul* a rămas același – 29 și în prima, și în cea de-a doua perioadă. Numărul de interviuri produse de publicația *Gazeta de Sud* a crescut în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 cu 37,50% față de prima, iar numărul de știri publicate în *Glia drochiană* a crescut cu 75% în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016. Comparând numărul total de interviuri care au apărut în toate cele trei publicații în prima perioadă de monitorizare cu cele care au fost publicate în cea de-a doua perioadă, constatăm că diferența o constituie 18 interviuri, cifră care demonstrează că numărul interviurilor a crescut cu 31,58%. Faptul că numărul interviurilor în cea de-a doua perioadă a crescut cu circa o treime față de numărul acestora din prima perioadă confirmă tendința presei locale de a folosi pentru reflectarea realității socioculturale din ce în ce mai des interviul.

Deși în presa locală apar destul de des și interviuri pur informative, cele mai multe însă sunt centrate pe o problemă, fapt care solicită utilizarea elementelor de comparație, analiză și sinteză, ceea ce situează aceste produse la confluența dintre jurnalismul informativ și cel analitic.

O tendință specifică presei locale este faptul că interviurile sunt concepute frecvent pentru a pune în circuit exemple de atitudine, de acțiune socială, prin care poate fi cultivat sentimentul de apartenență la colectiv și la comunitate, de implicare și ajutor reciproc, care duc la formarea culturii civice a cetățenilor. Elocvente, în acest sens, sunt: „Satul Nou, să fie prosper, curat și mai aproape de Europa” [21, 15.01.16], „Statul are grijă de tinerii specialiști” [22, 20.11.15], „Activismul este cheia succesului” [22, 19.02.16], „Primărița care a deschis noi orizonturi pentru satul Selemet” [21, 09.10.15], „Grijă pentru casa răposaților” [22, 13.11.15], „Tot ce e mai bun abia urmează să realizăm” [68, 19.02.16], „Concediul e plin de munci și de griji” [68, 23.10.15], „Îmi iubesc satul ca pe propria familie” [22, 02.10.15] ș.a.

Alte interviuri elucidează o problemă, ca de exemplu: „Banii alocați pentru educație pot fi utilizați mai echilibrat” [22, 04.03.16], „Ajutor social pentru perioada rece” [22, 16.10.15], „Confuzie generală în legislație” [22, 30.11.15], „Numărul șomerilor crește” [22, 05.02.16], „Reală perspectivă de muncă și de activitate” [22, 12.02.16], „Cum vede o franțuzoaică viața moldovenilor” [22, 23.10.15], „Infecțiile de sezon rămân în vogă” [22, 18.03.16], „Noi nu știm a comunica” [68, 11.03.16], „În căutarea resurselor financiare pentru dezvoltarea orașului

Ungheni” [68, 06.11.15], „Dacă nu va vâsli spre Uniunea Europeană, țara noastră va lua o direcție greșită” [21, 16.10.15], „Abuzul și neglijența îi lasă fără copii” [22, 29.01.16] ș.a.

Din cele câteva titluri prezentate, observăm că problematica interviurilor este foarte variată, fapt care îi conferă acestui gen un loc aparte în presa locală. Foarte atractive sunt subiectele pe care jurnaliștii le pun în discuție cu specialiști din diferite domenii, care vorbesc despre acțiuni concrete, cu impact pozitiv asupra societății, de genul: „Vom avea zona Metropolitană Drochia?” [22, 26.02.16], „Statul ar trebui să motiveze polițiștii” [68, 18.12.15], „Copilul este un miracol” [68, 12.02.16], „Tinerii care au ales Drochia” [22, 30.10.15], „Cursuri în Coreea de Sud” [22, 15.01.16], „Паспорт за сутки в Дрокий” [22, 22.01.16], „În domeniul culturii nu se lucrează pentru bani, ci din dragoste” [68, 22.01.16], „Teatrul, locul perfect unde poți cultiva, dar și culege cultură” [21, 23.10.15] ș.a.

Nelipsite în presa locală sunt și interviurile-portret, câteva dintre ele: „Toate sunt posibile de îndeplinit” [68, 02.10.15], „Acum trăiesc cu mișcarea și comunicarea” [68, 09.10.15], „Aș ori nu, dar mă străduiesc să cresc” [68, 16.10.15], „Cred că am realizat visul tatei” [68, 11.12.15], „Îmi place de șapte ori să mășor și o dată să tai” [68, 30.10.15], „Când merg la serviciu, uit de vârstă” [68, 13.11.15], „Nu țin supărare, nu adun ofensele” [68, 05.02.16], „Să nu-ți pierzi niciodată cumpătul” [68, 20.11.15], „Niciodată nu m-am plâns de soartă” [68, 29.01.16], „Лариса Воронюк: Лидер внутри меня”, [21, 06.11.15], „Tânărul care știe cum să colaboreze armonios și eficient cu natura în agricultură” [21, 18.03.16] ș.a.

Pentru valorificarea realității socioculturale, presa locală apelează și la unele genuri analitice. Analiza a demonstrat că în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, din totalul de 1 122 de materiale din domeniul sociocultural, 376 se încadrează în categoria genurilor analitice, ceea ce reprezintă 33,51%, iar în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, din totalul de 1 104 materiale din domeniul sociocultural, 345 se încadrează în categoria genurilor informative, ceea ce reprezintă 31,25% (Figura A 9.1). De remarcat că, în ambele perioade de monitorizare, materialele care se încadrează în jurnalismul analitic constituie puțin peste o treime din numărul total de materiale socioculturale.

Potrivit analizei cantitative, atât în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, cât și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, cele mai puține la număr au fost editorialele, acest gen jurnalistic se află pe ultimul loc, în raport cu oricare alt gen în fiecare publicație (Figura A 9.2-9.3). În prima perioadă, ziarul *Unghiul* a publicat 31 de editorialele, ceea ce constituie 20,39% din totalul de 152 de materiale analitice, iar în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 10, ceea ce reprezintă 4,98% din totalul 201 materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). *Gazeta de Sud* a produs în prima perioadă 8 editorialele, ceea ce constituie 6,90% din totalul de 116 materiale analitice, iar, în cea

de-a doua perioadă, a pus în circuit doar 1 editorial, ceea ce reprezintă 1,59% din totalul de 63 de materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). Publicația periodică *Glia drochiană*, nici în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, și nici în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, nu a produs niciun editorial sociocultural (Figura A 9.4-9.5).

Rezultatele cercetării se regăsesc în *Tabelul 7*.

**Tabelul 7. Fluxul informațional din domeniul sociocultural analizat din perspectiva genurilor analitice**

Instituții media	Total materiale		Total materiale analitice		Comentarii		Editoriale		Articole	
	2010- 2011	2015- 2016	2010- 2011	2015- 2016	2010- 2011	2015- 2016	2010- 2011	2015- 2016	2010- 2011	2015- 2016
Glia drochiană	286	298	108	81	18	6	0	0	90	75
Unghiul	404	490	152	201	20	28	31	10	101	163
Gazeta de Sud	432	316	116	63	16	15	8	1	92	47
<b>Total materiale</b>	1122	1104	<b>376</b>	<b>345</b>	<b>54</b>	<b>49</b>	<b>39</b>	<b>11</b>	<b>283</b>	<b>285</b>
<b>%</b>	100	100	100	100	14,36	14,20	10,37	3,19	75,27	82,61

*Sursa: Elaborat de autor*

Observăm că numărul de editoriale puse în circuit în cea de-a doua perioadă de monitorizare este considerabil mai mic, în comparație cu prima, el reducându-se cu 71,79%. Acest fapt demonstrează tendința presei locale de a utiliza, pentru mediatizarea realității socioculturale, alte genuri decât editorialele, acestea fiind folosite mai des pentru reflectarea domeniului politic și celui economic.

După cum reiese din analiza cantitativă a produsului analitic, editorialele axate pe dimensiunea socioculturală a realității sunt o raritate în paginile ziarelor cercetate. Or, cele mai multe editoriale care au apărut în această perioadă, au abordat probleme de ordin politic sau economic. De exemplu, în ambele perioade de monitorizare, *Glia drochiană* nu a publicat niciun editorial din acest domeniu, iar *Gazeta de Sud* a produs în total doar 9 editoriale. Publicația periodică *Unghiul* a pus în circuit, în ambele perioade de monitorizare, un număr mult mai mare de editoriale – 41, cele mai multe dintre care au fost inserate în două rubrici: „Cutia neagră” și „Unghiul de veghe”. Printre cele mai relevante titluri de editoriale, care au apărut în ziarul *Unghiul* se numără: „Ca la noi, la nimeni” [68, 02.10.15], „Instituțiile școlare și preșcolare sunt

pregătite către perioada rece” [68, 06.11.15], „Așa suntem noi” [68, 20.11.15], „Adio, Anul Caprei, bun venit, Anul Maimuței” [68, 18.12.15], „Cu dispoziție în noul an” [68, 15.01.16], „Bucură că a luat amploare caritatea” [68, 22.01.16], „Am nevoie de puțin” [68, 26.02.16] ș.a.

Editorialul este un gen puțin exploatat în presa locală, deoarece el impune anumite riscuri, generate de proximitatea spațială. Or, cititorii unui ziar local îi cunosc foarte bine pe jurnaliștii care activează la această publicație, știu unde să-i găsească și cum pot ajunge la ei. „A scrie editoriale pentru un ziar local este cu totul altceva decât a le publica într-un ziar metropolitan, unde deciziile sunt luate de un consiliu redacțional securizat, izolat și anonim. Acolo, consiliile editoriale construiesc politica editorială și e posibil ca autorii editorialelor să nu fie cunoscuți de cititorii lor” [33, p. 164].

În presa locală, editorialul este în dificultate nu doar sub aspect cantitativ, dar și calitativ. Astfel, nu sunt rare cazurile în care acesta este înlocuit fie cu texte jurnalistice, secundate de o fotografie de proporții, care atrage ochiul cititorului, fie cu un comunicat oficial sau cu o adresare către cititori. Această practică nu este una bună, ba chiar deloc reușită, pentru că substituirea editorialului cu alte texte-hibrid diminuează posibilitățile publicațiilor periodice de a aduce pe agenda publică cele mai stringente probleme locale, de a le aborda combatant și de a reliefa cert propria poziție, a autorului materialului, în raport cu realitatea din teritoriu. Totodată, ea privează cititorii de posibilitatea de a înțelege lucrurile și de a-și crea propria opinie, în raport cu situația din mediul în care locuiesc. Cercetătorul Г.Жирков susține că această practică este vicioasă și demonstrează caracterul preponderent informativ al ziarelor locale. „Editorialul trebuie să reflecte ideea de bază a numărului de ziar, să inițieze campanii de dezbateri, să mobilizeze auditoriul, în vederea soluționării problemelor etc. El are o importanță deosebită, întrucât generalizează starea de lucruri existentă într-un anumit domeniu și analizează modul în care în raion se soluționează o problemă sau alta” [92, p. 12].

Comentariile în presa locală, fie realizate de jurnaliști, fie de experți, fie de oamenii simpli, întotdeauna abordează o problemă de ordin local, actuală și stringentă pentru regiune. Potrivit analizei, nici în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, dar nici în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016 în ziarele *Unghiul* și *Gazeta de Sud* nu s-au înregistrat devieri cantitative semnificative referitor cu frecvența valorificării comentariilor, numărul acestora fiind, mai mult sau mai puțin, constant. În prima perioadă, ziarul *Unghiul* a publicat 20 de comentarii, ceea ce constituie 13,16% din totalul de 152 de materiale analitice, iar, în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 28 de comentarii, ceea ce reprezintă 13,93% din totalul 201 materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). *Gazeta de Sud* a produs, în prima perioadă, 16 comentarii, ceea ce constituie 13,79% din totalul de 116 materiale analitice, iar, în cea de-a doua perioadă a pus în circuit 15 comentarii, ceea ce



reprezintă 23,81% din totalul de 63 de materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). Cu totul alta este însă situația în cazul ziarului *Glia drochiană*, în care numărul de comentarii, în cea de-a doua perioadă de monitorizare, s-a micșorat de trei ori față de prima: în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011 ea a produs 18 comentarii, ceea ce constituie 16,67% din totalul de 108 materiale analitice, iar perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, ea a pus în circuit 6 comentarii, ceea ce reprezintă 7,41% din totalul 81 de materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). Comparând numărul total de comentarii care au apărut în toate cele trei publicații în prima perioadă de monitorizare cu cele care au fost publicate în cea de-a doua perioadă constatăm că diferența o constituie doar 6 comentarii (Figura A 9.2-9.3). Convertind cifra în procente, deducem că numărul comentariilor a scăzut cu 9,26% în perioada a doua, în raport cu prima, ceea ce ne determină să afirmăm că interesul jurnaliștilor din presa locală pentru comentariu, ca formă de expresie a realității socioculturale, este în scădere. La fel ca și în cazul editorialelor, cea mai mare parte a comentariilor care apar în presa locală se referă fie la domeniul economic, fie la cel politic.

Ziarului „*Unghiul*” abordează, prin intermediul comentariilor, o gamă largă de probleme specifice teritoriului pe care îl acoperă în plan mediatic. Semnificative, în opinia noastră, sunt următoarele titluri: „Bisericile din lemn au dispărut din raionul Ungheni” [68, 02.10.15], „Vânzare pe datorie, salarii în plicuri?” [68, 09.10.15], „O nouă grădiniță pentru copii – vis sau realitate” [68, 16.10.15], „Rampe de acces: de nevoie sau din necesitate” [68, 18.12.15], „Cine are grijă de copiii părinților plecați peste hotare” [68, 22.01.16], „Scutiri la grădiniță nu numai pentru familii cu venit mic” [68, 29.01.16], „Corupția poate fi diminuată prin activismul și efortul comun al cetățenilor, ONG-urilor și jurnaliștilor” [68, 11.03.16] ș.a. În *Unghiul*, deși este un ziar regional, majoritatea comentariilor tratează problemele, argumentează situațiile, explică consecințele sau fac prognoze referitoare la realitatea din raionul Ungheni, realitățile din celelalte raioane devenind însă foarte rar subiecte de reflectare. Considerăm mai puțin reușită această practică, deoarece ea poate reduce interesul niporenienilor, călărășenilor, strășenenilor pentru informația din acest ziar, ceea ce poate conduce la pierderea unui anumit segment de public din localitățile respective.

Prin intermediul comentariilor, *Gazeta de Sud* abordează alte probleme, specifice realității socioculturale din sudul țării. Prezentăm unele titluri care reliefează diapazonul de probleme abordate în comentariile din acest ziar: „Societatea manifestă interes față de fraudele din domeniul achizițiilor publice” [21, 23.10.15], „Satele din Moldova nu se pot moderniza fără un plan urbanistic bine întocmit” [21, 30.10.15], „Președinți de raioane, între năzuința de a trăi pe picior mare și a rezolva problemele comunității” [21, 18.12.15], „Mierea, o afacere nu prea dulce în Republica Moldova” [21, 04.03.16], „Tomberoane folosite pentru murături” [22, 25.03.16].

*Glia drochiană* a pus în circuit, în acest răstimp, 18 comentarii, printre care: „S-a stins din viață ca o lumânare” [22, 29.01.2010], „Expertiza mai durează” [22, 12.03.2010], „Societatea simte lipsa de implicare a tinerilor” [22, 22.01.2010], „Amenzi mari pentru funcționarii care tănuiesc informațiile de interes public” [22, 25.03.16] ș.a.

Cercetările au demonstrat faptul că, deși jurnaliștii de la ziarele locale apelează relativ rar la comentariu ca formă de expresie a realității mediatizate, ei nu evită să aducă în discuție subiecte sensibile și importante, referitoare la comunitate. Uneori astfel de subiecte generează dezbateri, determinând cititorii să-și exprime punctele de vedere și să se implice activ în dialogul public. Totodată, constatăm că comentariile din ziarele analizate se apropie adesea de articolele analitice și, astfel, delimitarea dintre aceste două genuri este, uneori, greu de sesizat.

Cel mai solicitat gen analitic în presa locală, conform rezultatelor cantitative, este articolul. În acest studiu, categoria articolelor analitice include toate materialele de opinie și comentative, care nu au tangențe sub aspectul identității cu comentariul sau editorialul.

Potrivit analizei cantitative, în perioada 01.10.2010 – 31.03.2011, dar și în perioada 01.10.2015 – 31.03.2016, articolele au constituit mult mai mult de jumătate din produsul analitic sociocultural, utilizat în ziarele locale cercetate. Astfel, acest gen jurnalistic se află pe primul loc în raport cu oricare alt gen explorat în fiecare publicație (Figura A 9.2-9.3). În prima perioadă, ziarul *Unghiul* a publicat 101 articolele, ceea ce constituie 66,45% din totalul de 152 de materiale analitice, iar, în cea de-a doua perioadă, a făcut uz de 163, ceea ce reprezintă 81,09% din totalul de 201 materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). *Gazeta de Sud* a produs în prima perioadă 92 de articolele, ceea ce constituie 79,31% din totalul de 116 materiale analitice, iar, în cea de-a doua perioadă, a pus în circuit 47 de articole, ceea ce reprezintă 74,60% din totalul de 63 de materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). Publicația *Glia drochiană* în prima perioadă a produs 90 de articole, ceea ce constituie 83,33% din totalul de 108 materiale analitice, iar, în cea de-a doua perioadă, a publicat 75 de articolele, ceea ce reprezintă 92,59% din totalul de 81 de materiale analitice (Figura A 9.4-9.5). Comparând numărul total de articole, care au apărut în toate cele trei publicații în prima perioadă de monitorizare cu numărul celor care au fost publicate în cea de-a doua perioadă, constatăm că diferența o constituie doar 2 articole, cifră ce etalează o creștere cu 0,71%. Acest lucru denotă că în ceea ce privește frecvența utilizării articolelor având drept obiect reflectarea realității socioculturale, situația din presa locală este, mai mult sau mai puțin, constantă.

În presa locală se face vizibilă tendința de publicare a articolelor semnate de către oamenii din teritoriu, care nu sunt angajați ai redacțiilor respective. Este vorba de profesori, elevi, președinți de ONG-uri, diverși funcționari publici, simpli cititori, adică de toți cei care formează

rețelele de corespondenți netitulari ai ziarelor. Deși sub aspect calitativ materialele semnate de aceștia au și unele neajunsuri, această practică este totuși una salutară, întrucât ea contribuie, într-un fel anumit, la „personalizarea” ziarului, stabilind și consolidând relațiile dintre ziar și cititorul său, aspect foarte important în activitatea ziarelor locale. Elocvente, în acest sens, sunt mai multe titluri găzduite de:

- ziarul *Glia drochiană*: „Discriminarea doare” [21, 09.10.15], „Reflecție matură. Idei noi pentru o problemă veche” [21, 02.10.15] – articole semnate de elevi; „La „Florile dalbe” a venit toamna” [21, 13.11.15], semnat de directorul-interimar al instituției preșcolare nr.1 „Florile dalbe”; „Atenție la ciuperci!” [21, 20.11.15], semnat de un inspector al Serviciului Protecției Civile și Situații Excepționale Drochia ș.a.

- ziarul *Unghiul*: „E bine să nu uităm, dar e mai bine să acționăm” [68, 20.11.15], „Bazele acordării primului ajutor în traumatismele sezoniere” [68, 12.02.16] – articole semnate de profesori din școală, liceu; „Cartea – simbol al Universului” [68, 15.01.16], scris de un muzeograf; „Demult nu mai cred pe nimeni” [68, 23.10.15], publicat de un cetățean simplu – cititor fidel al ziarului etc.;

- ziarul *Gazeta de Sud*: „Școlile din Taraclia, obligate să aloce un milion de lei pentru utilaje de care nu au nevoie” [21, 22.01.16], precum și „Vocea care se vrea auzită: „*Deșteaptă-te, Manta!*” [21, 12.02.16], ambele semnate de către unii cititori fideli ai ziarului respectiv; „Gripa: ce trebuie să știm, ce trebuie să facem?” [21, 04.03.16], semnat de angajații Centrului de Sănătate Publică Cimișlia etc.

De remarcat că, deși, sub aspect cantitativ, articolele prevalează asupra editorialelor și comentariilor, totuși presa locală rămâne a fi una de natură informativă, aspectul analitic fiind unul complementar/secundar. „Actualmente, cel mai vulnerabil punct al activității jurnaliștilor din presa locală este incapacitatea lor de a aborda și de a diseca o anumită problemă, de a contribui în mod real la soluționarea ei” [92, p. 12]. Astfel, nu sunt rare cazurile când jurnalistul enunță problema chiar în primele rânduri ale articolului analitic, în cele ce urmează însă, de multe ori se limitează la descrierea ei, însă fără a o evalua, a o diseca, a o analiza, și a propune niște soluții concrete de rezolvare a ei.

Așadar, rezultatele cercetării în cauză au demonstrat, la fel precum și rezultatele altor studii în domeniu, că „cele mai frecvente genuri jurnalistice informative din presa locală sunt știrile, interviurile și reportajele, iar dintre genurile jurnalistice analitice: corespondența cu cititorii, comentariile, editorialele și articolele de problemă” [64, p. 29]. Generalizând cele expuse, conchidem că, întrucât presa locală acoperă, în plan mediatic, un teritoriu mai restrâns decât cea națională, iar audiența ei este corespunzătoare acestui areal, informațiile pe care le conține un

ziar local se axează, în mare parte, pe știri. Având structură clasică sau desfășurată, acestea, au, în cea mai mare parte, legătura directă, o anumită tangență cu cititorii lor, fie ele de ordin local, național sau internațional. Prevalarea masivă a știrilor în fluxurile informaționale ale publicațiilor periodice locale diminuează, într-un fel, prezența celorlalte genuri de presă, „ceea ce înseamnă că reportajele, interviurile, comentariile, dar, mai ales investigațiile, se regăsesc în paginile publicației mult mai rar. Acest lucru este justificat prin două motive: lipsa de timp a jurnaliștilor, care, fiind puțini la număr, trebuie să reușească să fie prezenți la mai multe evenimente, în mai multe locuri, precum și de spațiul limitat al ziarului, or, un reportaj, dar mai ales un material analitic are un volum suficient de mare pentru a necesita și un spațiu pe măsură” [39, p. 25].

Preferința jurnaliștilor din presa locală pentru abordarea mediatică de tip, prioritar, informativ a realității generează superficializarea produsului mediatic finit. Mediatizarea superficială a problemelor este însă inadmisibilă, îndeosebi în presa locală, al cărui auditoriu cunoaște foarte bine situația *de facto*. Acest auditoriu are nevoie de informații noi, de puncte de orientare, pentru a-și forma atitudinea corespunzătoare și a-și organiza acțiunea în raport cu această problemă. Punctele de orientare socială se conturează în procesul de analiză a problemelor atunci când jurnalistul confruntă fapte și idei, când pune în circuit opinii diferite, când demonstrează o ipoteză enunțată prin argumente forte etc. Mediatizarea problemelor prin intermediul formelor de exprimare de tip informativ reduce din potențialul analitic al publicațiilor periodice și subminează credibilitatea acestora.

În concluzie, rezultatele cercetării scot în evidență faptul că cele mai frecvente activități mediatică, prin care presa locală reflectă realitatea socioculturală, sunt informarea și analiza. Anume grație acestora, presa locală reușește să-și realizeze misiunea ei prioritară de a organiza realitatea de nivel local în vederea socializării și culturalizării publicului cititor.

### **3. 4. Concluzii la capitolul 3**

1. Specificitatea unui ziar local rezultă din conținutul lui propriu-zis, cât și din structura și prezentarea grafică a acestuia. În timp ce conținutul ziarului este influențat de maniera de abordare a realității curente, structura acestuia este influențată de elementele grafice care au menirea să-i dea un aspect estetic atractiv și să-i asigure individualitatea.

2. Specificul organizării și structurării materialelor în pagină, și a paginilor în „peisajul” general al ziarului depinde de tipul de publicație periodică și de publicul țintă al ei.

3. Presa locală își structurează discursul, astfel încât să asigure legătura într-o comunitate pe verticală și pe orizontală, iar prin acesta, să influențeze felul de a fi al fiecărui individ în parte și al comunității în general.

4. Discursul presei locale este fie de natura inspirațională, fie utilitară, fie critică.

5. Subiectul prioritar de reflectare al ziarului local autohton este realitatea socioculturală din teritoriu, dat fiind că, circa jumătate din conținutul lui abordează anume această dimensiune.

6. În produsul sociocultural local autohton, din punct de vedere cantitativ, prevalează, materialele din domeniul social. Menționăm că neglijarea abordării sferei culturii poate favoriza la crearea unui vid valoric și cultural în presa locală, fapt care poate influența negativ populația din regiune, îndeosebi generația tânără.

7. Discursul sociocultural al presei locale se axează, prioritar, pe problemele din domeniu, apoi pe practicile pozitive și, în cele din urmă, pe faptul divers. Acest clasament demonstrează, pe de o parte, importanța și complexitatea problemelor socioculturale în teritoriu, iar pe de altă parte, caracterul sau felul de a fi al presei locale, care pune accentul, mai mult decât pe orice, pe utilitatea faptului jurnalistic pus în circuit.

8. Cele mai multe materiale socioculturale din presa locală nu fac referire la categoria de vârstă a protagoniștilor și nici la mediul de rezidență al acestora. Dintre materialele care fac referire la categoria de vârstă, cele mai multe vizează persoanele adulte, iar dintre materialele care fac referire la mediul de rezidență, cele mai multe vizează persoanele din mediul urban.

9. Deși, în jurnalismul sociocultural din provincie, coraportul dintre materialele despre femei și materialele despre bărbați este de 1 la 2, sub aspect calitativ, egalitatea de sex poate fi considerată o valoare profesională.

10. În publicațiile periodice locale coraportul dintre jurnalismul analitic și cel de informare este de 1 la 3. Cele mai frecvente genuri informative folosite în presa locală pentru reflectarea realității socioculturale sunt: știrea, reportajul și interviul, iar cele mai frecvente genuri analitice sunt: articolul, comentariul și editorialul.

## CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

*Problema științifică importantă soluționată* vizează elucidarea locului și rolului presei locale în contextul sistemului mass-mediei contemporan; etalarea reperelor funcționale ale presei locale în procesul de reflectare a realității de nivel local; elucidarea specificului produsului mediatic pus în circuitul informațional prin intermediul presei locale autohtone; demonstrarea identității discursului sociocultural al presei tipărite locale din Republica Moldova.

Problema științifică soluționată a fost abordată prin prisma schimbărilor social-politice și economice, care s-au produs la sfârșitul secolului trecut - începutul secolului prezent și care au generat modificarea caracterului, rolului și a funcțiilor jurnalismului local ca activitate mediatică, fapt ce a condus la clarificarea pentru teoreticienii și practicienii din domeniul mass-mediei a principiilor de activitate a presei locale, a opțiunilor și a tendințelor ei de valorificare a realității socioculturale, în vederea eficientizării procesului de creație, funcționalității și discursivității presei locale prin implementarea rezultatelor cercetării realizate în cadrul acestui studiu.

Ideile și concluziile științifice expuse în conținutul lucrării sunt rezultatul activității autorului, au fost elaborate de sine stătător, și-au găsit elucidare în 11 publicații științifice, 9 fiind fără coautori și au fost prezentate la 7 foruri științifice naționale și internaționale. Rezultatele obținute au contribuit la soluționarea problemei științifice importante prin valorificarea științifico-aplicativă a unui subiect puțin elucidat în literatura de specialitate – cadrul de dezvoltare, principiile funcționale și identitatea discursului sociocultural ale presei locale autohtone – și au confirmat cu certitudine ipoteza expusă în introducerea lucrării.

Drept argument propunem următoarele **concluzii generale**:

1. Presa locală reprezintă totalitatea publicațiilor periodice dintr-o anumită regiune/zonă, care acoperă, sub aspect mediatic, arealul acesteia și valorifică masivul informațional potențial din acest spațiu, al cărei diapazon tematic este axat prioritar pe dimensiunea socioculturală a realității de aici și se adresează unui public concret. Aceste particularități conturează obiectivele, rolurile, funcțiile, tendințele de dezvoltare și opțiunile ei socioculturale, din care rezultă specificitatea presei locale ca element mediatic cu identitate distinctă. Într-un format mai restrâns, concluziile referitoare la particularitățile presei locale autohtone au fost expuse de autoarea tezei și în articolul *Presa locală din Republica Moldova: aspecte conceptuale și funcționale* [63].

2. Transformările social-politice, economice și spirituale, atestate după 1990 încoace, au modificat structura și tipologia presei locale autohtone și au contribuit, în mod direct, la apariția diverselor fenomene mediatice – toate acestea reprezentând o constantă a dinamicii evoluției

segmentului mediatic cercetat. În această perioadă, presa locală din RM a înregistrat cinci etape de dezvoltare, în care au apărut noi categorii de publicații, cea mai importantă fiind presa privată. Diferite aspecte ale dezvoltării presei locale din Republica Moldova și concluziile pe marginea acestora au fost expuse și în alte studii semnate de autoare, cel mai relevant dintre toate fiind *Presa locală independentă în condițiile societății de tranziție* [67].

3. Principiile funcționale ale presei locale sunt influențate de corelația care se stabilește între cele trei dimensiuni funcționale fundamentale ale unei instituții de presă: rezervele instituționale și potențialul de creație al colectivului redacțional, rezervele umane și managementul forței de muncă a publicației, rezervele tehnice și capacitățile de producție. Reperetele funcționale ale presei locale au fost descrise și analizate de autoare și în alte articolele, între care: *Presa locală din Republica Moldova: aspecte funcționale și conceptuale* [63] și *Presa locală: abordări funcționale* [65].

4. Opțiunea presei locale pentru realitatea socioculturală reiese din faptul că anume abordarea acesteia face posibilă înțelegerea proceselor și clarificarea modurilor în care se dezvoltă relațiile sociale dintre diferite persoane și grupuri într-o comunitate, precum și din faptul că ea este pusă în serviciul unui public concret și individualizat. Acest lucru îi determină pe jurnaliști să abordeze mai frecvent domeniul sociocultural, materialele de acest gen constituind circa o jumătate din produsul total, pus în circuit de publicațiile periodice locale. Această concluzie a rezultat și din cercetările realizate de autoarea tezei în lucrarea *Aspecte socio-culturale ale jurnalismului local* [64].

5. Discursul sociocultural al produsului jurnalistic din presa locală este orientat să reflecte problemele cu care se confruntă locuitorii regiunii și să promoveze practicile pozitive. De regulă, el nu face referință la mediul în care s-a produs evenimentul sau în care locuiesc protagoniștii, este destinat publicului adult și, per ansamblu, asigură, egalitatea de gen. Deși dimensiunea culturală și cea socială a realității formează un melanj informațional comun, întrucât tot ce ține de cultură este parte din domeniul social, în presa locală cea din urmă este valorificată în proporții mult mai mari decât prima. Dacă în anul 2010-2011 coraportul dintre produsul mediatic pe domeniul culturii și cel pe domeniul social era de 1 la 4, apoi, în anul 2015-2016, acesta a fost de 1 la 10. Într-un format mai redus, concluziile referitoare la problematica jurnalismului local au fost expuse de către autoare și în articolul *Tematica socială în presa locală autohtonă – modalități de reflectare* [66].

6. Structura și compoziția publicațiilor locale contemporane, grație aspectului lor estetic, au devenit nu doar un punct de atracție și de captare a interesului populației, ci și un element de

orientare a acestora în avalanșa de informații și de armonizare a legăturilor funcționale ale ziarului cu publicul său țintă.

7. În presa locală cele mai frecvente forme de expresie a materialelor jurnalistice sunt genurile informative, coraportul dintre jurnalismul analitic și cel de informare fiind de 1 la 3, rezultat la care autoarea a ajuns și în alte articole [64; 66]. Menționăm tendința jurnaliștilor din presa locală de a aborda problemele din regiune prin intermediul genurilor informative, pe care le „completează” cu elemente de analiză și sinteză.

8. În prezent, presa locală exploatează din plin posibilitățile oferite de noile tehnologii informaționale. Publicațiile locale se manifestă în spațiul virtual prin site-urile oficiale și prin versiunile lor online. Ele interacționează pe rețelele de socializare atât cu oamenii de rând, cât și cu factorii de decizie, cu funcționarii publici, cu diferiți actori sociali etc., încercând astfel să faciliteze relațiile dintre jurnaliști și publicul lor, urmărind, totodată scopul de a se autopromova.

În baza rezultatelor obținute prin valorificarea științifică a obiectivelor propuse, facem unele **recomandări** cu referire la eficientizarea activității presei locale din Republica Moldova, care să genereze crearea unor produse mediatice socioculturale de natură utilitară:

1. Reevaluarea diapazonului tematic al publicațiilor periodice locale, în scopul armonizării coraportului dintre materialele din domeniul social și cele din domeniul culturii. În acest sens, se impune abordarea mai frecventă și mai aprofundată a subiectelor din domeniul culturii, care pun în valoare tradițiile și obiceiurile locale, precum și problemele cu care se confruntă instituțiile și angajații din acest domeniu. Or, doar în acest mod, presa locală poate contribui la păstrarea, conservarea și promovarea identității și specificului fiecărei localități, în particular, și a regiunii, în general.

2. Extinderea diapazonului de genuri informative, prin care este reflectată dimensiunea socioculturală a realității. Acest deziderat poate fi realizat prin folosirea mai frecventă a reportajelor și a interviurilor, întrucât acestea oferă posibilități mult mai mari de reflectare a realității; sunt mai dinamice, deci se consumă mai ușor; sunt mai credibile, grație efectului prezenței pe care îl asigură; oferă ziarelor vitalitate și le fac mai atractive. Este rezonabil, în acest sens, ca fiecare publicație periodică să rezerve câte o pagină specială pentru reportaje și interviuri, dacă nu săptămânal, cel puțin o dată la două săptămâni.

3. Diversificarea diapazonului de genuri analitice. Este important ca în paginile publicațiilor periodice locale, alături de articolele de problemă, să apară și editoriale, și comentarii despre realitatea socioculturală. Aceste genuri trebuie să se regăsească în fiecare ediție, pentru că anume ele oferă cititorului șansa de a vedea poziția ziarului în raport cu problema abordată, dar și de a cunoaște alte puncte de vedere, alte viziuni asupra lucrurilor. Or,



doar în cazul în care publicația periodică asigură pluralismul de opinie, iar poziția ei într-o problemă sau alta coincide cu opinia majorității, se produce extinderea conexiunii și întărirea relațiilor dintre corpul redacțional și cititori, astfel încât aceștia vor simți nevoia „de a consulta” în permanență ziarul, această practică devenind, astfel, o necesitate constantă în viața lor.

4. Fortificarea rețelelor de corespondenți netitulari, îndeosebi din satele cele mai îndepărtate ale raionului. Un corp redacțional format din doar câțiva oameni nu este în stare să mediatizeze operativ și detaliat realitatea, de aceea este necesar ca jurnaliștii să colaboreze cu oamenii din teritoriu, îndeosebi cu activiștii civici, cu profesorii, precum și cu elevii liceeni. Aceștia ar putea nu doar să semnaleze despre evenimentele și problemele existente în teritoriu, ci chiar să și le mediatizeze, publicând, cu regularitate, materiale în ziarele locale.

5. Schimbarea statutului *de observator* al vieții publice pe cel de *participant* în viața comunitară. În această ordine de idei, se impune reactualizarea discursului publicitar, trecerea de la monitorizarea și supravegherea pasivă la implicarea activă în procesele socioculturale din teritoriu, diversificarea serviciilor mediatice și orientarea lor spre conceperea și organizarea unor acțiuni de caritate sau a unor campanii de presă care, ulterior, să fie mediatizate în cicluri speciale de materiale. Or, asemenea acțiuni sensibilizează și motivează populația să înfăptuiască lucruri bune, o socializează și o instruiște în ceea ce privește educarea simțului de ajutor reciproc și culturii comunitare, dar și fortifică imaginea publicației periodice.

6. Reevaluarea structurii și a compoziției ziarului în vederea armonizării coerenței discursului jurnalistic cu prezentarea grafică a materialului. Acest obiectiv trebuie să devină prioritar pentru publicațiile periodice locale, or, anume tandemul în cauză face ziarul atractiv, focalizează ochiul cititorului și, într-o anumită măsură, îl determină să-l procure, fapt care duce la păstrarea și chiar la extinderea segmentului de cititori, pentru care a fost creată publicația.

7. Utilizarea mai activă a noilor tehnologii informaționale și a oportunităților oferite de spațiul virtual. Publicațiile periodice trebuie să exploateze mai activ rețelele de socializare atât ca surse de informare, cât și ca instrumente de promovare a imaginii lor. De asemenea, este necesar ca ziarele să-și actualizeze cât mai des versiunile online, pentru a da o notă de operativitate, precum și de a incita interesul față de anumite subiecte.

## BIBLIOGRAFIE

### În limba română:

1. A ști pentru a trăi. Abecedarul sănătății. S.L.: S.N., 1996. 98 p.
2. Albulescu I. Educația și mass-media, comunicare și învățare în societatea informațională. Cluj-Napoca: Dacia, 2003. 188 p.
3. API la 2 ani de activitate. Chișinău: Asociația Presei Independente, 1999. 55 p.
4. Bakenhus N. Radioul Local. Ghid practic pentru jurnaliști. Iași: Polirom, 1998. 256 p.
5. Barometrul Opiniei Publice din Republica Moldova. Chișinău: IPP, noiembrie 2015.
6. Berger Th., Luckmann P. Construirea socială a realității. București: Ed. Univers, 1999. 240 p.
7. Bertrand C.-J. O introducere în presa scrisă și vorbită. Iași: Polirom, 2001. 264 p.
8. Cernat M. Conceperea și elaborarea ziarului. București: Fundația României de Mâine, 2002. 211 p.
9. Coman M. Introducere în sistemul mass-media. Iași: Polirom, 1999. 240 p.
10. Coval D. Problematika presei scrise. Chișinău: FJȘC, 1997. 174 p.
11. Cuilenbur J.J. ș.a. Știința comunicării. București: Humanitas, 2004. 324 p.
12. Danilov M. Presa și cenzura în Basarabia. Documentar. Secolul al XIX-lea–începutul secolului al XX-lea. Chișinău: Pontos, 2012. 208 p.
13. Dicționarul explicativ al limbii române. București: Univers Enciclopedic, 1998. 1194 p.
14. Dobrescu P. Aisbergul comunicării. În: Revista română de Comunicare și Relații Publice, 1999, nr. 1, p. 31-38.
15. Dobrescu P., Bârgăoanu A., Corbu N. Istoria comunicării. București: Comunicare.ro, 2007. 372 p.
16. Drăgan I. Comunicarea: paradigme și teorii. Vol. II. București: RAO International Publishing Company, 2007. 665 p.
17. Evoluția presei locale din Moldova în perioada 1990–2010. Chișinău: API, 2011. 37 p.
18. Fereol G. Dicționar de sociologie. București: Știință și Tehnică, 1998. 254 p.
19. Frost C. Designul în presa scrisă. În: Presa scrisă. O introducere critică. Coord. R. Keeble. Iași: Polirom, 2009, p. 215-255.
20. Fundația Soros Moldova. Raport de activitate. Chișinău, 1996. 88 p.
21. Gazeta de Sud. Publicație periodică. /01.10.2010 – 31.03.2011; 01.10.2015 – 31.03.2016/.

22. Glia drochiană. Publicație periodică. /01.10.2010 – 31.03.2011; 01.10.2015 – 31.03.2016/.
23. Gorincioi G. Sistemul mass-media în Republica Moldova. Chișinău: Iulian, 2011. 56 p.
24. Gribincea A., Cantarean N. Presa și credința. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coordonator V. Moraru Chișinău: ULIM, 2008, p. 218-222.
25. Grossu S. Presa din Basarabia în contextul sociocultural al anilor 1906-1944. Chișinău: Tehnica-Info, 2003. 222 p.
26. Grosu L. Colaborarea cu mass-media în contextul moldovenesc al paradigmei relațiilor publice. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coord. V. Moraru Chișinău: ULIM, 2008, p. 182-187.
27. Guzun M. Tendința și criza de valori. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coord. V. Moraru Chișinău: ULIM, 2008, p. 223-236.
28. Guvernare responsabilă pentru dezvoltare umană. Raport național al dezvoltării umane. Chișinău: PNUD, 2003. 163 p.
29. Habermas J. Conștiința morală și acțiune comunicativă. București: All Educational, 2000. 182 p.
30. Habermas J. Sfera publică și transformarea ei structurală. București: Comunicare.ro, 2005. 390 p.
31. Ioncioaia F. Introducere în presa scrisă. Iași: Universitate „Al. I. Cuza”, 2000. 153 p.
32. Kotler Ph., Armstrong G. Principiile marketingului. București: Teora, 2000. 1125
33. Lauterer J. Ziarul local. Iași: Polirom, 2010. 453 p.
34. Lescu M. Activitatea profesională a jurnalistului. În: Integrare prin cercetare și inovare. Teze ale conferinței științifice naționale cu participare internațională. Chișinău: CEP USM, 2014, p. 67-68.
35. Malcoci L. Mass-media și opinia publică în societatea de tranziție: interferențe. Chișinău: AȘM, 2000. 156 p.
36. Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare. Coord. M. Coman Iași: Polirom, 1997. 232 p.
37. Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est. Coord. M. F. Mallette București: Wold Press Greedom Committe, 1992. 208 p.
38. Marin C. Mass-media. În: Mass-media și activitatea editorială. Republica Moldova. Chișinău: Enciclopedia Moldovei, 2009. 736 p.
39. Moraru V., Stepanov G. Mass media din Republica Moldova 2004. Chișinău: CCRE Presa, 2005. 70 p.

40. O presă neîngrădită. În: Agenția informațională a SUA, 1997, nr. 2, p. 14-38.
41. Parfentiev B. Mass-media: factor ce influențează politicile editoriale. În: Integrare prin cercetare și inovare. Rezumate ale comunicărilor. Științe sociale. Chișinău: CEP USM, 2013, p. 55-57.
42. Păunescu A. Jurnalism tematic. Jurnalistul, jurnalismul, publicația, tipuri de presă. București: Fundația România de mâine, 2005. 143 p.
43. Popa D. Articole de opinie. Iași: Universitatea „Al. I. Cuza”, 2008. 64 p.
44. Popescu C.F. Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate. București: Tritonic, 2002. 528 p.
45. Presa scrisă. O introducere critică. Coordonator Keeble R. Iași: Polirom, 2009. 384 p.
46. Publicitatea în ziarele API: imagine bună – reușită în afaceri. Chișinău: Asociația Presei Independente, 2013. 30 p.
47. Recensământul presei. Chișinău: Centrul Tânărului Jurnalist din Moldova, 2006.
48. Searle J.R. Realitatea ca proiect social. Iași: Polirom, 2000. 192 p.
49. Socolov T. Capitalul social în contextul dezvoltării comunitare. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coord. V. Moraru Chișinău: ULIM, 2008, p. 271-285.
50. Spataru T., Crijanovschi S. Oportunitățile presei scrise în formarea responsabilității pentru alegerile sociale. În: Valori ale mass-media în epoca contemporană. Chișinău: CEP USM, 2010, p. 127-140.
51. Spătaru T. Publicitatea socială în percepția managerilor mass-media. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coordonator Moraru V. Chișinău: ULIM, 2008. p. 326-347.
52. Stepanov G. Repere ale evoluției presei scrise din Republica Moldova. În: Frontierele spațiului românesc în contextul european. Oradea: Universitatea din Oradea, 2008, p. 410-421.
53. Stepanov G. Acțiuni psihologice subversive în presa scrisă din Republica Moldova. În: Valori ale mass-media în epoca contemporană. Chișinău: CEP USM, 2010, p. 43-56.
54. Stepanov G. Cadrul evolutiv al cererii și ofertei presei scrise în Republica Moldova. În: Studia Universitatis. Revistă de științe socioumane, 2007, nr. 6, p. 316-320.
55. Stepanov G. Cadrul legislativ al presei contemporane din Republica Moldova. Chișinău: Centrul editorial Presa, 2000. 48 p.
56. Stepanov G. Campania de presă – instrument de promovare a valorilor sociale. În: Sociologia: interferențe naționale și perspective de dezvoltare. Materialele conferinței științifice internaționale. Chișinău: CEP USM, 2014, p. 186-192.

57. Stepanov G. Dimensiuni ale sistemului publicitar în presa moldovenească. În: Analele științifice ale USM. Chișinău: CE USM, 2002, pp. 27-29.
58. Stepanov G. Funcții și disfuncții ale jurnalismului social. În: Creșterea impactului cercetării și dezvoltarea capacității de inovație. Teze ale conferinței științifice cu participare internațională. Chișinău: CEP USM, 2011, pp. 84-85.
59. Stepanov G. Implicațiile mass-media în sfera socială. În: Creșterea impactului cercetării și dezvoltarea capacității de inovație. Teze ale conferinței științifice cu participare internațională. Chișinău: CEP USM, 2011, p. 82-83.
60. Stepanov G. Jurnalismul social: aspecte definitorii. Chișinău: CEP USM, 2015. 264 p.
61. Stepanov G. Potențialul informațional al presei din Republica Moldova. Chișinău CE USM, 2002. 88 p.
62. Stepanov G. Introducere în studiului jurnalismului. Chișinău: CEP USM, 2010. 198 p.
63. Toacă M. Presa locală din Republica Moldova: aspecte funcționale și conceptuale. În: Valori ale mass-mediei în epoca contemporană. Chișinău: CEP USM, 2016, pp.164-168.
64. Toacă M. Aspecte socio-culturale ale jurnalismului local. În: Interferențe universitare – integrare prin cercetare și inovare. Conferința științifică națională cu participare internațională, 25-26 septembrie 2012. Rezumate ale comunicărilor. Științe sociale. Chișinău: CEP USM, 2012, pp. 26-29.
65. Toacă M. Presa locală: abordări funcționale. În: Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice, 2016, nr. 3, pp. 180-186.
66. Toacă M. Tematica socială în presa locală autohtonă – modalități de reflectare. În: Studia Universitatis. Seria Științe Sociale, 2009, nr. 8 (28), pp. 273-277.
67. Toacă M. Presa locală independentă în condițiile societății de tranziție. În: Studia Universitatis. Seria Științe Sociale, 2009, nr. 8 (28), pp. 268-272.
68. Unghiul. Publicație periodică. /01.10.2010 – 31.03.2011; 01.10.2015 – 31.03.2016/.
69. Urusciuc E. Presa locală și morile de vânt. Lupta continuă. În: Mass-media în Moldova. Chișinău: CJI, 2003, p. 12-14.
70. Yves A. Introducere în jurnalism. Iași: Polirom, 2011. 437 p.
71. Zamfir C., Vlăsceanu L. Dicționar de sociologie. București: Babel, 2011. 770 p.

**În limba rusă:**

72. Адамьянц Т. Влияние современной социокультурной среды на физическое и духовное здоровье общества. În: Общество и здоровье: современное состояние и

- тенденции развития. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Москва: РОС, 2013, с. 1-9.
73. Андреева А. Обновление оформительской практики районных газет. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 105-109.
  74. Бакшин В. Оформление газет разного типа. Москва, 1981. 71 с.
  75. Бакшин В., Табашников И. Моделирование оформления районной газеты. Владивосток: Дальневосточный университет, 1985. 124 с.
  76. Баутина П. Газетный дискурс социальной журналистики: попытка исследования. În: Ученые записки Казанского университета, 2008, №. 4 /том 150, с. 137-144.
  77. Баутина П. Журналистика как средство конструирования социальных проблем. Autoreferatul tezei de doctor în filologie. Казань, 2009. 44 с.
  78. Бережная М. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб: СПГУ, 2009. 330 с.
  79. Бережная М. Социальная тележурналистика. СПб: Роза мира, 2005. 217 с.
  80. Быкадорова А. Формирование типов региональной корпоративной прессы на юге России: этапы становления. În: Вестник Воронежского Государственного Университета. Серия Филология. Журналистика, 2014, №. 1, с. 129-133.
  81. Бырсан Г. Эффективность – главный критерий взаимодействия районной газеты и читателя. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 24-28.
  82. Вигерлинг К. Этика СМИ. Москва: КноРус, 2003. 260 с.
  83. Галкин С. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. Москва: МГУ, 1984. 152 с.
  84. Галкин С. Номер районной газеты. În: Информационный вестник Союза журналистов СССР, 1980, №. 3, с. 20-23.
  85. Галкин С. Научная организация труда в редакции районной газеты. În: Информационный вестник Союза журналистов СССР, 1980, №. 10, с. 23-25.
  86. Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Материалы республиканской научно-теоретической конференции. Кишинёв, 1988. 110 с.

87. Гузун М. Военно-патриотическая тематика на страницах районной печати. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 49-53.
88. Дзялошинский И. Интегративные процессы в современных российских медиа-системах, или что происходит в российском информационном пространстве. În: Мы – сограждане. Москва: Бонфи, 2002, с. 12-66.
89. Дюркгейм Е. Самоубийство: социологический этюд. СПб, 1998. 496 с.
90. Затушевская И. О культуре полемики на страницах печати. По материалам районных газет. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 101-104.
91. Жирков В. Журналистика. Общество. Ценности. СПб: Петрополис, 2012. 448 с.
92. Жирков В. Особенности творческого процесса в условиях перестройки. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 11-15.
93. Ким М. Журналистика. Методология профессионального творчества. СПб: Михайлова В.А., 2004. 496 с.
94. Киселев В. Информационные материалы в районной газете. În: Газета: опыт, проблемы. Ленинград: Лениздатель, 1975, с. 279-289.
95. Клобуцкий В. Городская и районная печать – носительница интернациональных традиций молдавского народа. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 73-77.
96. Коваль Д. Совершенствование подготовки журналистских кадров для городских и районных газет. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 78-83.
97. Крушинский А. Не упустить уникальный шанс. În: Правда, 1991, 31 august.
98. Кулаков А. Моделирование районной газеты. Ленинград: ЛГУ, 1982. 100 с.
99. Луман Н. Реальность масс-медиа. Москва: Праксис, 2005. 256 с.
100. Максимов А. Новые тенденции в организации работы редакции областной газеты. În: Организаторская функция печати, радио и телевидения. Ленинград: ЛГУ, 1979, №.10, с.13-26.

101. Мясников Ю. Комплексное моделирование газет региона. Autoreferatul tezei de doctor în filologie. Москва, 1992. 22 с.
102. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
103. Рабочая книга редактора районной газеты. Под редакцией Я. Засурского. Москва: Мысль, 1988. 575 с.
104. Репкова Т. Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. Киев: IREX Промедия, 2002. 470 с.
105. Свободная пресса. În: Электронный журнал. Информационное агентство США, 1997, №. 2, с. 14-38.
106. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. Москва: Национальный институт прессы, Вагриус, 1998. 223 с.
107. Стил Д. Шансы на успех. În: Перестройка и пресса. Москва, 1990, №. 9, vol. 1, с. 22-32.
108. Табашников И. Газета и дизайн. Тюмень: СофтДизайн, 1994. 160 с.
109. Тимуш А. Газета и мнение читателя: Социологическое исследование. Кишинев: Штиинца, 1973. 98 с.
110. Тулупов В. Региональные СМИ. Законодательное обеспечение деятельности и проблемы развития. În: Акценты. Новое в массовой коммуникации, 2016, №. 3-4 (138-139), с. 2-4.
111. Трубецкой Б. Из истории периодической печати Бессарабии. 1854-1916. Кишинёв: Штиинца, 1989. 273 с.
112. Фролова Т. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге. Москва: Пульс, 2003. 119 с.
113. Худякова Э. Жанровая палитра районной газеты. În: Городская и районная печать на новом этапе перестройки и борьбы за ускорение социально-экономического развития общества. Кишинёв, 1988, с. 65-70.
114. Цыганов О. Лицо районной газеты. Москва: Советская Россия, 1969. 87 с.
115. Эйсмонт М. Газета малых городов. В: Pro et Contra, №. 1 (35), 2007, с. 43-55.

**În limba engleză:**

116. Charity A. Doing public journalism. New York: The Guilford Press, 1995. 187 p.
117. Danesi M. Dictionary of Media and Communications. Armonk, New York: M. E. Sharpe, Inc., 2009. 334 p.



118. Dewey J. Democracy and Education. Merchant Books, 2009. 276 p.
119. Dewey J. The Public and Its Problems. *An Essay in Political Inquiry*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2012. 208 p.
120. Elliot D. Responsible Journalism. Beverly Hillss: Sage Publication, 1986, 187 p.
121. Franklin B. Local Journalism and Local Media. Making the local news. London: Routledge, 2006. 336 p.
122. Franklin B., Murphy D. What news?: the market, politics, and the local press. New York: Routledge, 1991. 229 p.
123. Kaspi D. Media Decentralization: The case of Israel's Local Newspapers. New Jersey: Transaction Publishers, 1986. 172 p.
124. Mattelart A., Mattelart M. Theories of Communication. 4 Short Introductions. London: Sage Publications, 1998. 192 p.
125. Park R.E. The Immigrant Press and Its Control. Reprint Services Corp, 1999. 487 p.
126. Rasmus K.N. Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media. London: I.B. Tauris, 2006. 256 p.
127. Rausch A.S. Japan's Local Newspaper. Chihoschi and Revitalization Journalism. New York: Routledge, 2012. 157 p.
128. Thomas W.I., Znaniecki F. The polish peasant in Europe and America: a classic work in immigration history. Illinoi: University of Illinois press, 1996. 152 p.

**În limba franceză:**

129. Bateson G., Jurgen R. Communication et société. Paris: Seuil, 1988. 346 p.
130. Guery L. La presse regionale et locale. Paris, 1992. 126 p.
131. Pailliar I. Les territoires de la communication. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1993. 279 p.

**Surse electronice în limbile română, rusă, engleză:**

132. Bernhardt-Lörinczi M. Toleranță, intoleranță, fanatism, educație. Disponibil. <http://miscareaeurocivicaromana.blogspot.md/2011/07/toleranta-intoleranta-fanatism-educatie.html> (vizitat 10.06.2016).
133. Bodea D. Cultura integrității la români și falimentul capitalului social: încrederea. Disponibil: <http://www.result.ro/noutati/cultura-integritatii-la-romani-si-falimentul-capitalului-social-increderea/> (vizitat 19.07.2016).

134. Bohanțov Al. Bazele jurnalismului. Disponibil:  
<http://ru.scribd.com/doc/22255757/Bazele-Jurnalismului#scribd> (vizitat 09.01.2015).
135. Comunicarea dintre social și cultural în contextul european actual. Disponibil:  
<http://www.parohiaorbeni1.ro/articole/III%20Social%20si%20cultural%20in%20context%20european.pdf> (vizitat 19.07.2016).
136. Definirea și exemplificarea criteriilor de evaluare a performanțelor profesionale individuale. Disponibil: [http://www.ubbcluj.ro/ro/staff/files/resurse-umane/Definirea\\_si\\_exemplificarea\\_criteriilor\\_de\\_evaluare.pdf](http://www.ubbcluj.ro/ro/staff/files/resurse-umane/Definirea_si_exemplificarea_criteriilor_de_evaluare.pdf) (vizitat 22.07.2016).
137. Despre raioane și județe în Republica Moldova. Disponibil:  
[http://adevarul.ro/moldova/politica/despre-raioane-judete-inrepublica-moldova-1\\_571181875ab6550cb80711ec/index.html](http://adevarul.ro/moldova/politica/despre-raioane-judete-inrepublica-moldova-1_571181875ab6550cb80711ec/index.html) (vizitat la 16.04.2016).
138. Diferența care contează. Diversitatea socioculturală prin lentila antropologiei feministe. Cluj: DESIRE, 2002. Disponibil:  
<http://adatbank.transindex.ro/vendeg/htmlk/pdf3540.pdf> (vizitat 19.07.2016).
139. Gazeta de Sud. Disponibil: <http://gazetadesud.md/despre-noi/> (vizitat la 23.04. 2016).
140. Glia drochiană. Disponibil: <http://gliadrochiana.info/about> (vizitat 18.04.2016).
141. Lukacsi C. Mass-media și schimbarea socială: aspecte socio-politice, juridice și organizaționale ale instituționalizării purtătorului de cuvânt. Rezumat la teza de doctorat. București, 2010. 29 p.  
<http://www.unibuc.ro/studies/Doctorate2010Iunie/Lukacsi%20Claudiu%20-%20Mass-media%20si%20schimbarea%20sociala/Rezumat%20TEZA%20doctorat%20Claudiu%20Lukacsi.pdf> (vizitat 23.11.2014).
142. Mass-media din RSSM în timpul primului an de ocupație sovietică. Disponibil:  
<http://intersectii.eu/massmedia-rssm-timpul-primului-de-ocupaie-sovietic/> (vizitat 03.04.2016).
143. Molnar M. Repere ale dezvoltării umane și coeziunii sociale în România. Disponibil:  
<http://oeconomica.org.ro/files/pdf/94.pdf> (vizitat 28.02.2016).
144. Pîrvu C. Comunicare prin cultură. Dezbateri PR Week. Partea II. Disponibil:  
<http://www.paward.ro/resurse-pr/articole/comunicare-prin-cultura-dezbateri-pr-week-partea-a-ii-a.html> (vizitat 11.03.2011).
145. Popa D. Mass media – sistem și proces. Iași: Universitatea Al I. Cuza, 2007-2008.  
<https://dorinpopa.files.wordpress.com/> (vizitat 08.01.2015).

146. Presa locală sub semnul crizei. Disponibil:  
[http://media.hotnews.ro/media\\_server1/document-2009-04-13-5588816-0-studiul-presa-locala-sub-semnul-crizei.pdf](http://media.hotnews.ro/media_server1/document-2009-04-13-5588816-0-studiul-presa-locala-sub-semnul-crizei.pdf) (vizitat 20.02.2016).
147. Programul Națiunilor Unite pentru dezvoltare. Raport național al dezvoltării umane. Guvernare responsabilă pentru dezvoltare umană. Chișinău, 2003. p.163. Disponibil:  
[www.ipp.md/download.php?file...](http://www.ipp.md/download.php?file...) (vizitat 12. 12.2012)
148. Sondaj privind preferințele mediatică ale publicului din zonele rurale. Disponibil:  
<http://api.md/upload/files/evolutie.pdf> (vizitat 12.05. 2016).
149. Strengths of going local. Disponibil:  
<http://www.thenewspaperworks.com.au/australians-like-to-keep-it-local/> (vizitat 21.03.2016).
150. Tratatul Comunităților Europene. Disponibil: [http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index\\_ro.htm](http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_ro.htm) (vizitat 28.02.2016).
151. Маршалл Маклюэн М. Пресса: управление посредством утечки информации. В: Отечественные записки, 2003, № 3. Disponibil: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/pressa-upravlenie-posredstvom-utechki-informacii> (vizitat 31.07.2016).
152. Социально-культурная среда, её сущность и содержание. Disponibil:  
<http://tvorchlitsey.ru/nmd/seminary-etc/924-2014-02-18.html> (vizitat 21.07.2016).
153. Are local newspapers necessary? Disponibil:  
[http://www.gnovisjournal.org/2013/11/17/local\\_newspapers\\_kmb/](http://www.gnovisjournal.org/2013/11/17/local_newspapers_kmb/) (vizitat 03.03.2016).
154. Cambridge.english dictionary. Disponibil:  
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/local> (vizitat 05.02.2016) .
155. Differences of Community Newspapers Goals and Functions. Disponibil:  
<https://www.questia.com/library/journal/1G1-56184508/differences-of-community-newspaper-goals-and-functions> (vizita 29.03.2016).
156. Hobbs A. Reading the local paper: Social and cultural functions of the local press in Preston, Lancashire, 1855 – 1900. Disponibil:  
[http://clock.uclan.ac.uk/1866/2/HoibbsA PhD\\_final\\_thesis.pdf](http://clock.uclan.ac.uk/1866/2/HoibbsA PhD_final_thesis.pdf) (vizitat 18.02.2016).
157. How people learn about their local community. The role of newspapers. Disponibil:  
<http://www.journalism.org/2011/09/23/role-newspapers/> (vizitat 10.03.2016).
158. Local news crisis. Disponibil:  
<http://www.theguardian.com/media/greenslade/2012/jun/25/marketingandpr-local-newspapers> (02.04.2016).

159. Local Newspapers Deliver Global Impact. Disponibil:  
<http://www.newscyclesolutions.com/local-newspapers-deliver-global-impact/> (vizitat 02.04.2016).
160. Local Newspapers Report. 2012. Disponibil:  
<http://www.thenewspaperworks.com.au/2012-local-newspapers-report/> (vizitat 21.03.2016).
161. Local Press. Disponibil: [http://www.investorwords.com/10211/local\\_press.html](http://www.investorwords.com/10211/local_press.html) (vizitat 31.01.2016).
162. Local versus national papers. Disponibil: <http://www.journalism.org/1998/07/13/local-versus-national-papers/> (vizitat 31.03.2016).
163. Longman dictionary. Disponibil: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/local-paper> (vizitat 31.01.2016).
164. Newspapers play a valuable role in communities. Disponibil:  
<http://newstimes.augusta.com/opinion/guest-columns/2013-02-10/newspapers-play-a-valuable-role-in-communities> (vizitat 15.02.2016).
165. Number of Americans who read print newspapers continue decline. Disponibil:  
<http://www.pewresearch.org/daily-number/number-of-americans-who-read-print-newspapers-continues-decline/> (vizitat 17.03.2016).
166. Park R. E. Morale and the News. In: American Journal of Sociology, 1941, vol. 47, nr. 3, pp. 360-377. Disponibil:  
[http://www.researchgate.net/publication/238407106\\_Morale\\_and\\_the\\_News](http://www.researchgate.net/publication/238407106_Morale_and_the_News) (vizitat 12.12.2012).
167. Research into differences between local and national newspapers. Disponibil:  
<http://a2mediablogg.blogspot.md/2011/11/research-into-difference-between-local.html> (vizitat 29.03.2016).
168. Seventy-two percent of Americans follows local news closely. Disponibil:  
<http://www.pewinternet.org/2012/04/12/72-of-americans-follow-local-news-closely/> (vizitat 16.03.2016).
169. Tarța A.-G. Communication in construction of social mediation of reality. București: Central and Eastern Online Library, 2008. Disponibil:  
[https://communicationanddemocracy.files.wordpress.com/.../ecrea\\_2012](https://communicationanddemocracy.files.wordpress.com/.../ecrea_2012) (vizitat 06.01.2015).

170. Ten reasons why local newspapers are important. Disponibil:  
<http://www.hartlepoolmail.co.uk/news/local/10-reasons-why-local-newspapers-are-important-1-5663599> (vizitat la 16.03.2016).
171. The power of regional and community newspaper media. Disponibil:  
<http://www.thenewspaperworks.com.au/thinklocal-complete-the-picture/> (vizitat la 21.03.2016).
172. The UK's local print press is still declining.  
<https://www.themediabriefing.com/article/local-print-press-is-still-declining-but-what-could-be-their-viable-alternatives> (vizitat 27.03.2016).
173. Tindle's still a Ray of hope for local press. Disponibil:  
<http://www.theguardian.com/media/2015/dec/06/tindle-group-newspapers-sir-ray-optimistic> (vizitat 19.02.2016).
174. Types of prin media. Disponibil:  
[http://www.zeeperia.com/read.php?types\\_of\\_print\\_media\\_newspapers\\_magazines\\_books\\_introduction\\_to\\_mass\\_communication&b=78&c=16](http://www.zeeperia.com/read.php?types_of_print_media_newspapers_magazines_books_introduction_to_mass_communication&b=78&c=16) (vizitat 12.02.2016).
175. Watchdog or lapdog? Media Freedom, Regime Type and Government Respect for Human Rights. Disponibil: [https://www.uml.edu/docs/Watchdog%20or%20Lapdog-Whitten%20Woodring%20Jennifer\\_tcm18-146238.pdf](https://www.uml.edu/docs/Watchdog%20or%20Lapdog-Whitten%20Woodring%20Jennifer_tcm18-146238.pdf) (vizitat 18.02.2016).
176. What qualities should a local newspaper have? Disponibil:  
<https://www.quora.com/What-qualities-should-a-local-newspaper-have> (vizitat 20.03.2016).
177. Why are the regional newspapers different from the national newspapers? Disponibil.  
[http://www.answers.com/Q/What\\_are\\_the\\_differences\\_between\\_regional\\_and\\_national\\_newspapers](http://www.answers.com/Q/What_are_the_differences_between_regional_and_national_newspapers) (vizitat 31.01.2016).
178. Why does local matter? Disponibil: <http://www.poynter.org/2015/why-does-local-matter-lets-ask-our-audience/352419/> (vizitat 31.03.2016).
179. Why local newspapers are the basis of Democracy. Disponibil:  
[http://www.huffingtonpost.com/john-w-whitehead/why-local-newspapers-are\\_b\\_184606.html](http://www.huffingtonpost.com/john-w-whitehead/why-local-newspapers-are_b_184606.html) (vizitat 31.03.2016).
180. Why the local media is important. Disponibil:  
[http://www.rtpi.org.uk/media/1383855/Why%20local%20media%20is%20important\\_June2015.pdf](http://www.rtpi.org.uk/media/1383855/Why%20local%20media%20is%20important_June2015.pdf) (vizitat la 03.03.2016).

## ANEXE

### Anexa nr. 1 Ponderea produsului sociocultural în presa locală

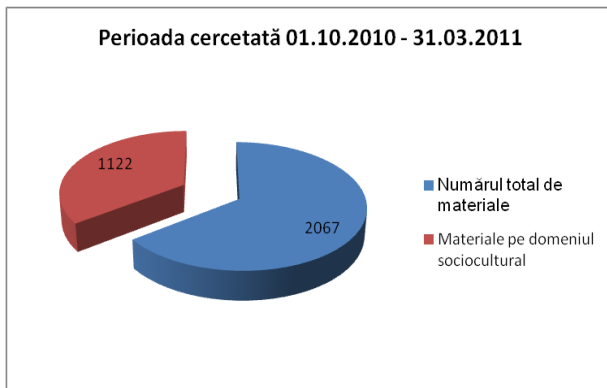


Fig. 1.1 Ponderea produsului sociocultural în perioada 01.10.2010-31.03.2011

*Sursa:* Elaborat de autor

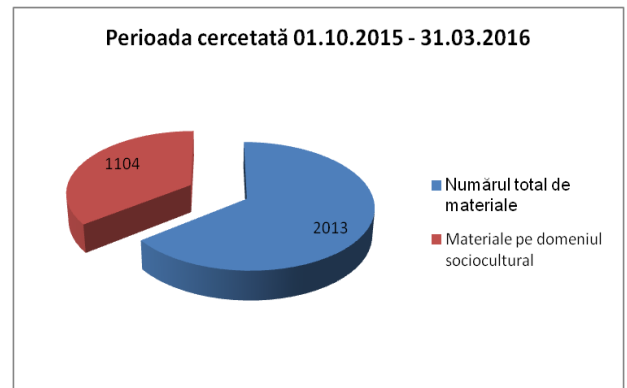
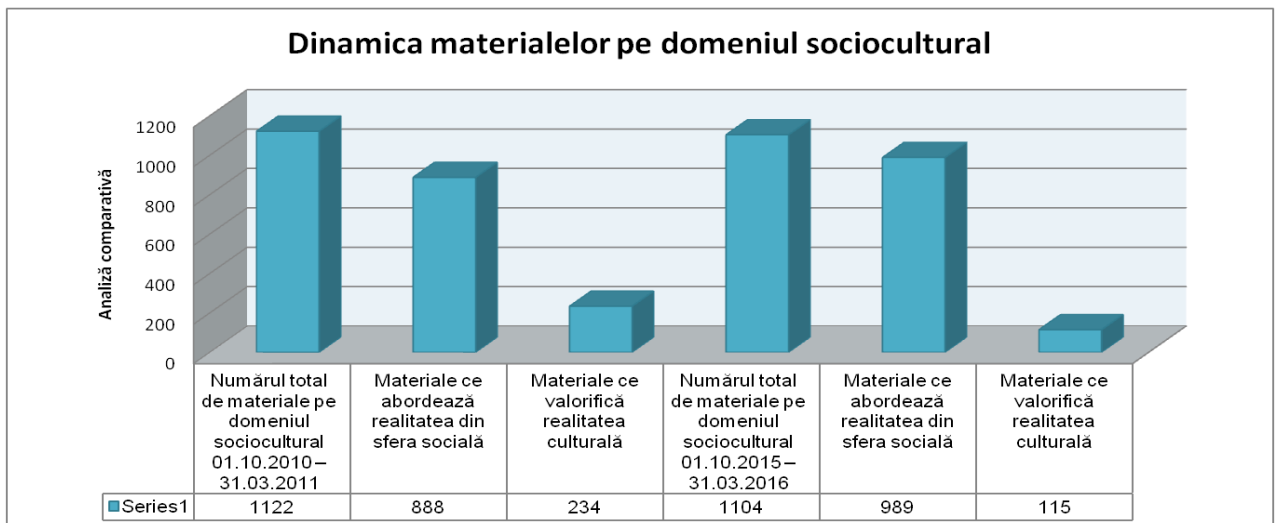


Fig. 1.2 Ponderea produsului sociocultural în perioada 01.10.2015-31.03.2016

*Sursa:* Elaborat de autor

### Anexa nr. 2 Coraportul dintre materialele sociale și cele pe domeniul culturii



*Sursa:* Elaborat de autor

### Anexa nr. 3 Mesajul produsului sociocultural din presa locală

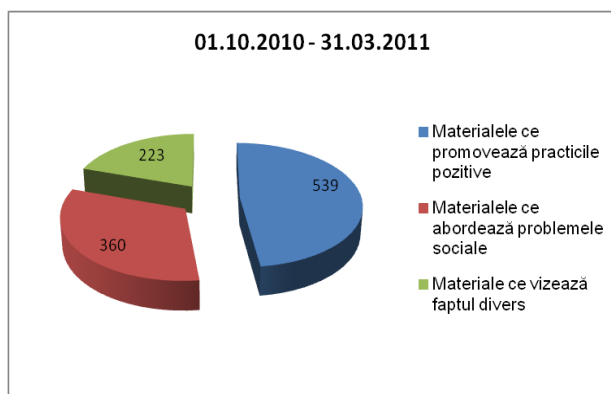


Fig. 3.1 Tematica produsului sociocultural în perioada 01.10.2010-31.03.2011

Sursa: Elaborat de autor

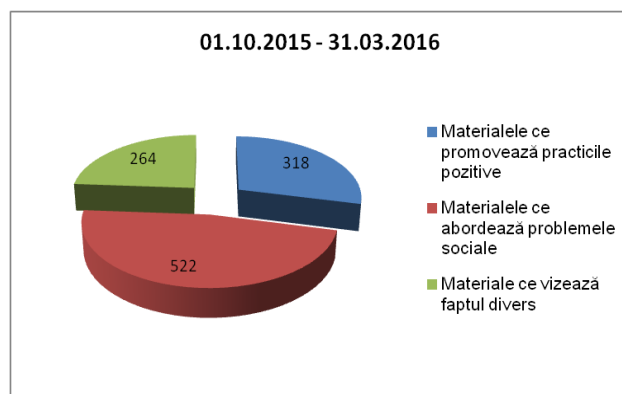
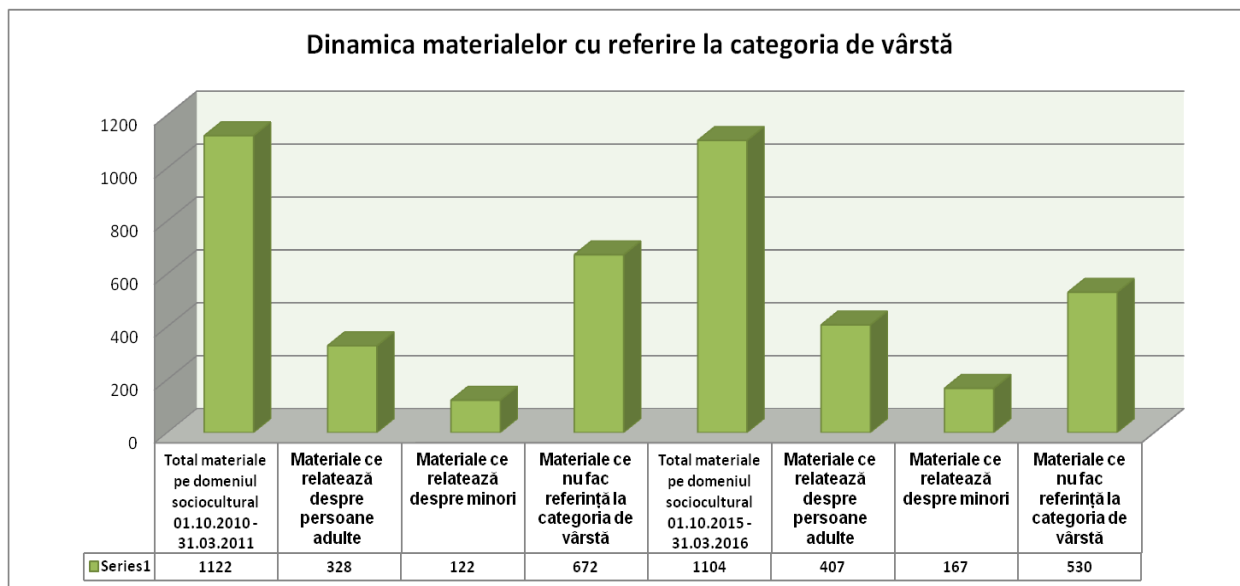


Fig. 3.2 Tematica produsului sociocultural în perioada 01.10.2015-31.03.2016

Sursa: Elaborat de autor

### Anexa nr. 4 Modalități de reflectare a categoriilor de vârstă în produsul sociocultural din presa locală



Sursa: Elaborat de autor

**Anexa nr. 5 Modalități de reflectare a sexului protagoniștilor  
în produsul sociocultural din presa locală**

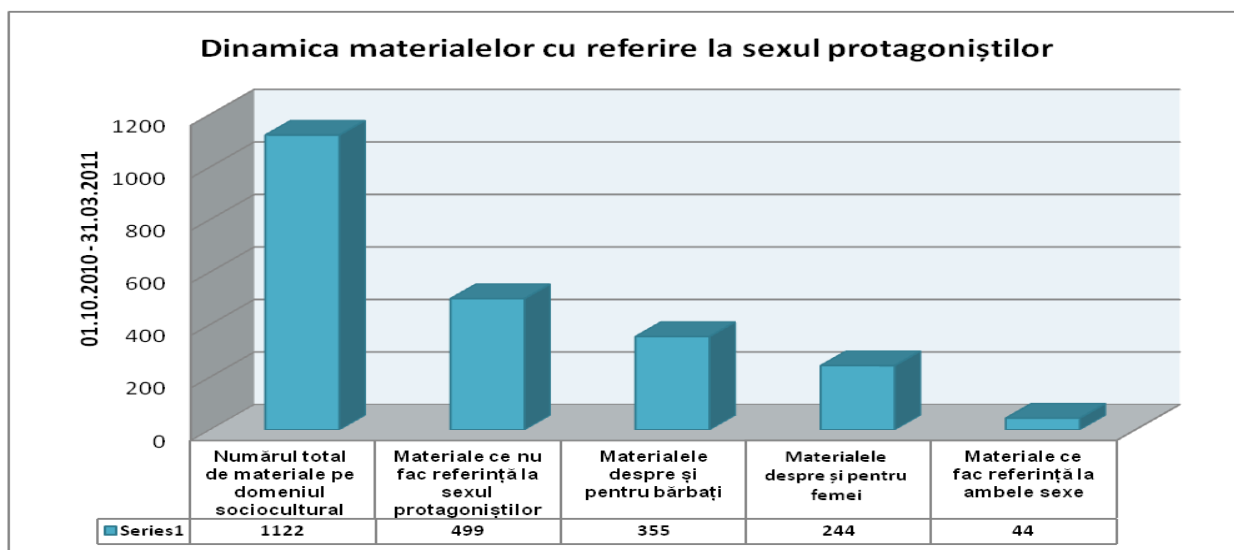


Fig. 5.1 Modalități de reflectare a sexului protagoniștilor  
în produsul sociocultural din presa locală (01.10.2010-31.03.2011)

*Sursa:* Elaborat de autor

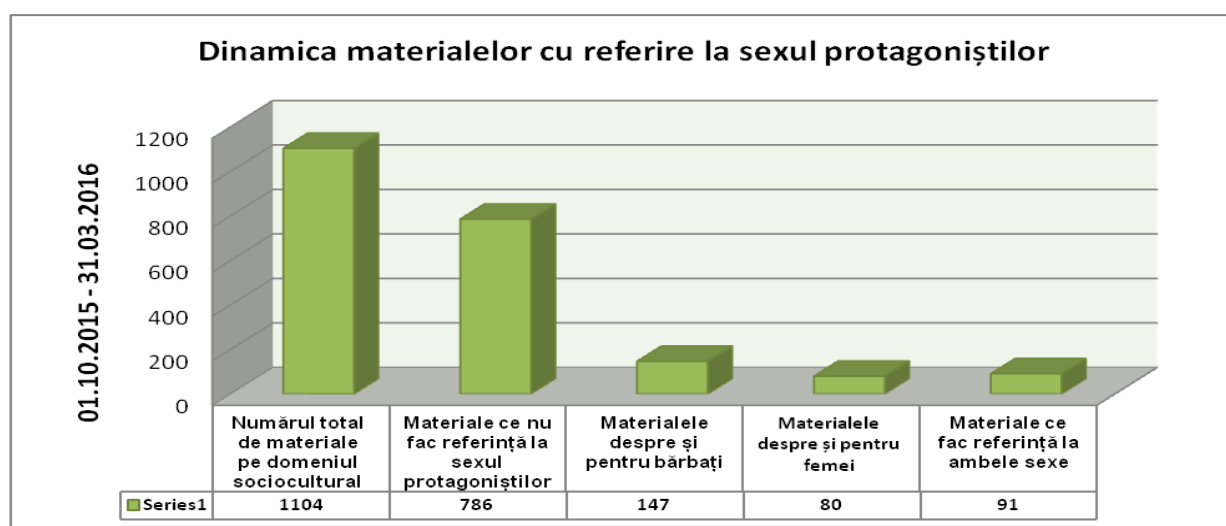


Fig. 5.2 Modalități de reflectare a sexului protagoniștilor  
în produsul sociocultural din presa locală (01.10.2015-31.03.2016)

*Sursa:* Elaborat de autor



## Anexa nr. 6 Modalități de localizare a produsului sociocultural din presa locală

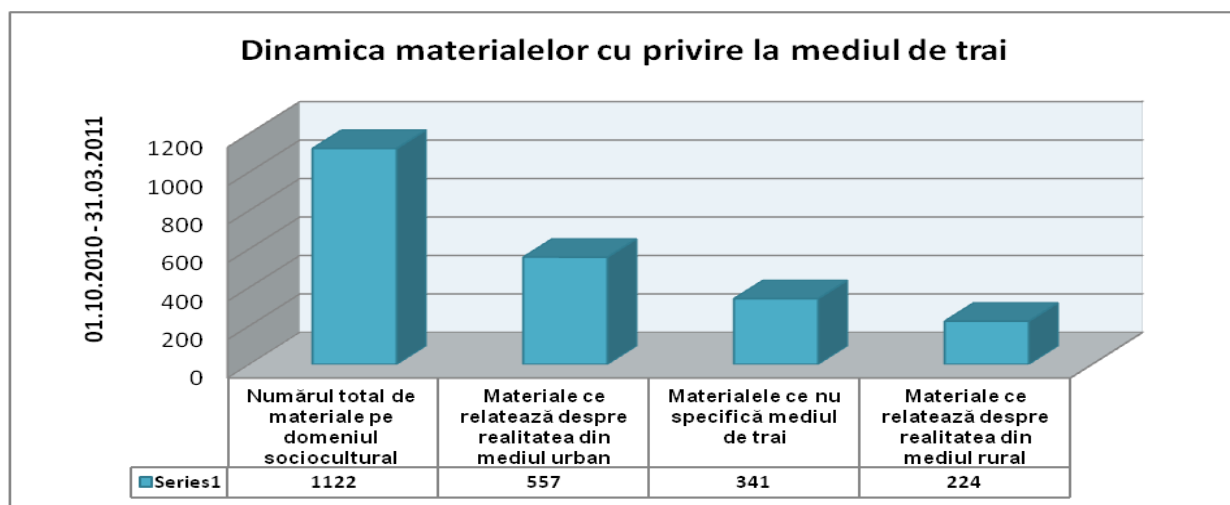


Fig. 6. 1 Modalități de localizare a produsului sociocultural din presa locală (01.10.2010-31.03.2011)

Sursa: Elaborat de autor

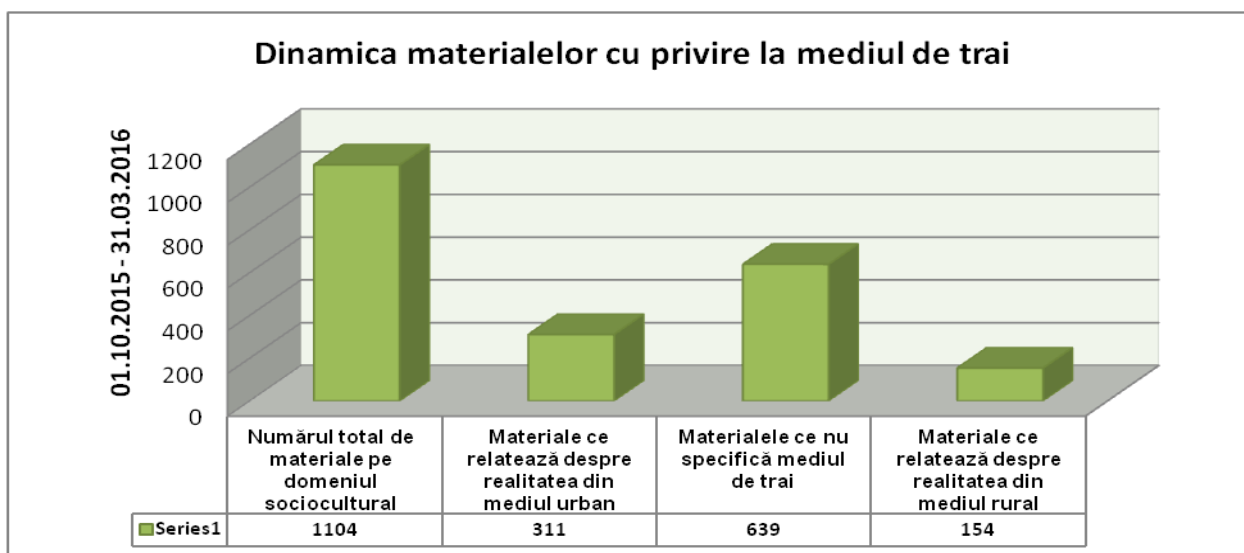


Fig. 6. 2 Modalități de localizare a produsului sociocultural din presa locală (01.10.2015-31.03.2016)

Sursa: Elaborat de autor

**Anexa nr. 7 Diapazonul tematic al produsului jurnalistic local în variantă online**

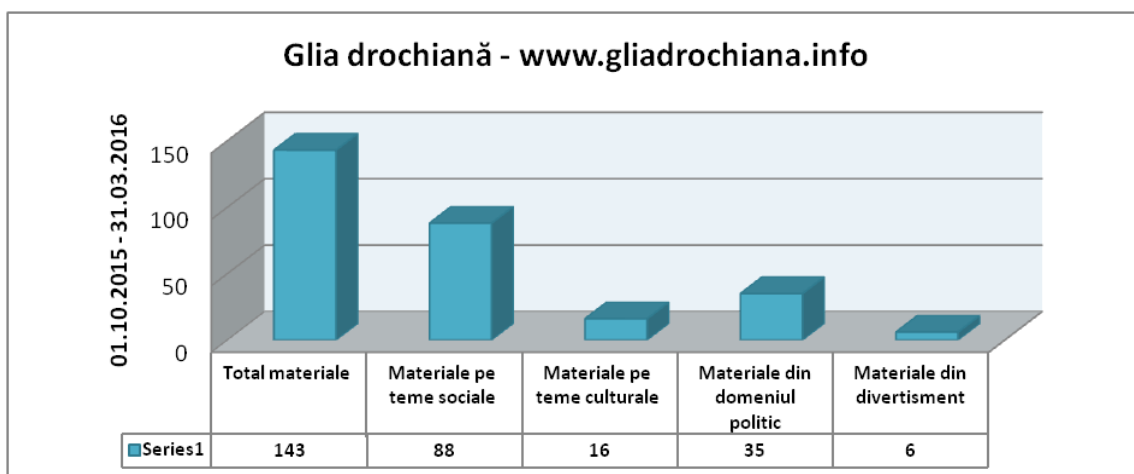


Fig. 7. 1 Diapazonul tematic al produsului online al ziarului *Glia drochiană*

*Sursa:* Elaborat de autor

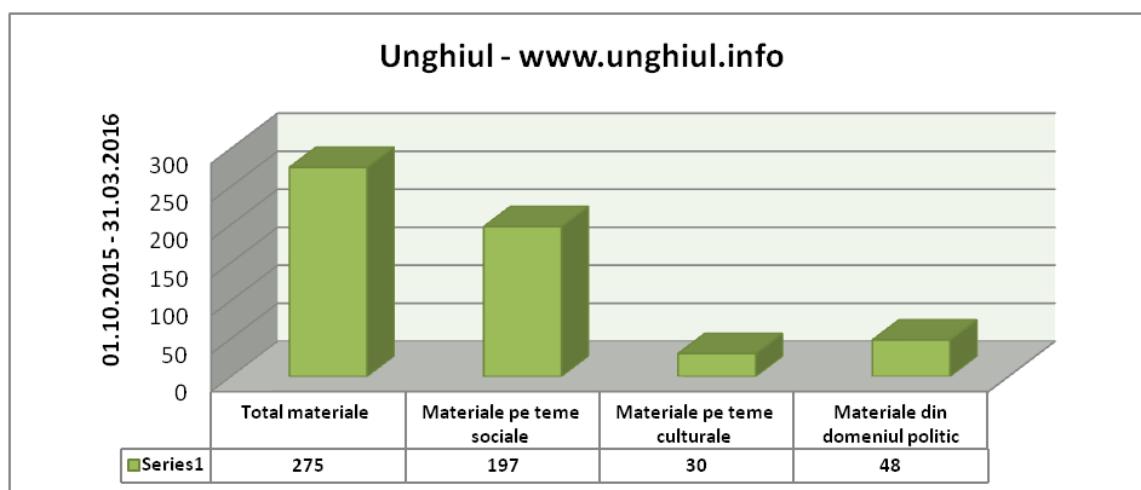


Fig. 7. 2 Diapazonul tematic al produsului online al ziarului *Unghiul*

*Sursa:* Elaborat de autor

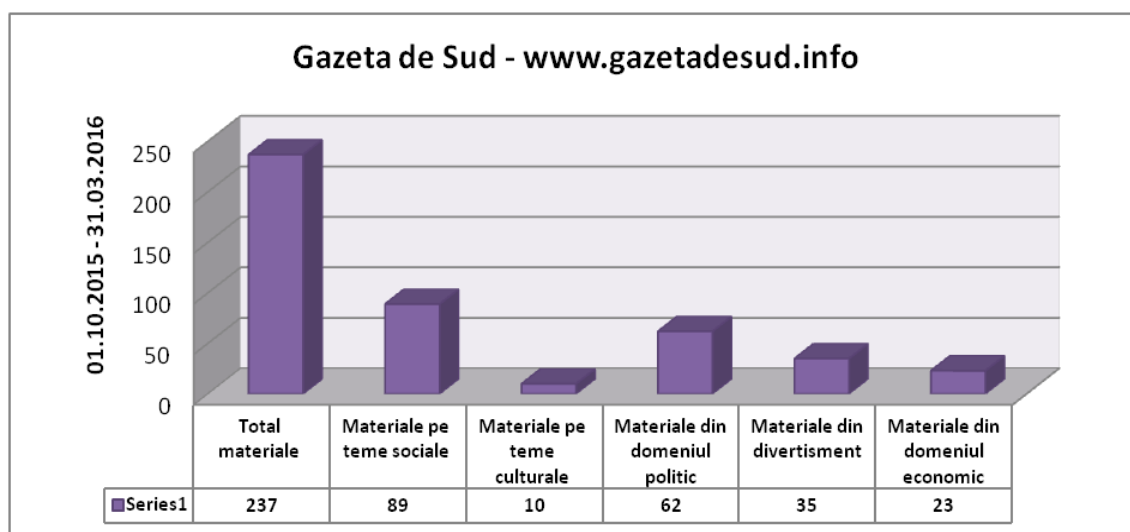


Fig. 7. 3 Diapazonul tematic al produsului online al ziarului *Gazeta de Sud*

*Sursa:* Elaborat de autor

**Anexa nr. 8 Forme de expresie informativă a materialelor socioculturale  
din presa locală**

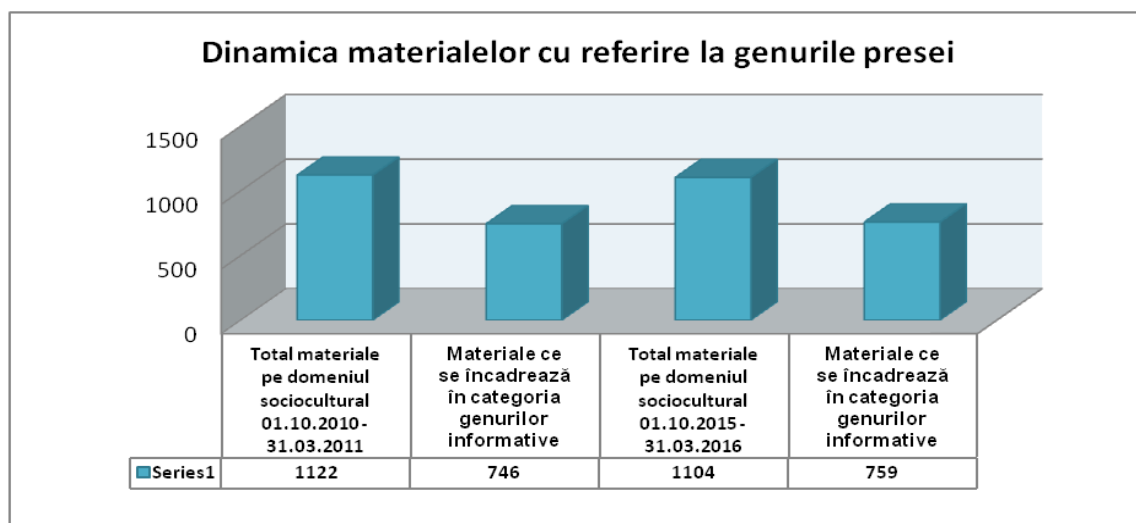


Fig. 8.1 Ponderea jurnalismului de informare în produsul sociocultural din presa locală  
*Sursa: Elaborat de autor*

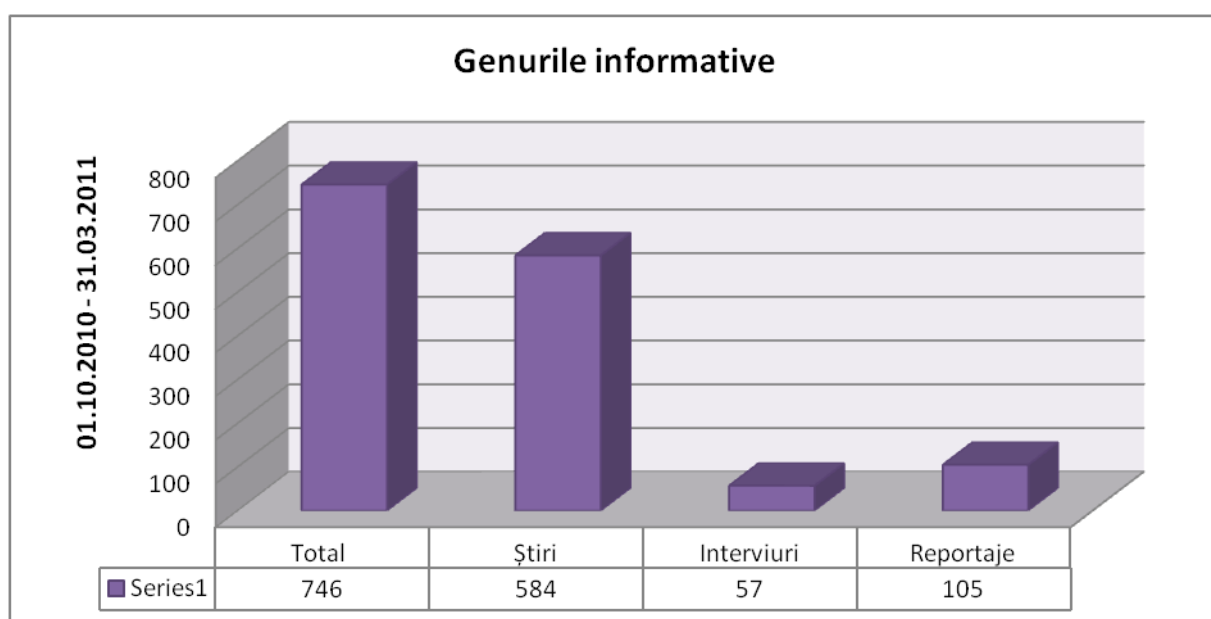


Fig. 8.2 Ponderea genurilor informative în produsul sociocultural din presa locală (01.10.2010-31.03.2011)

*Sursa: Elaborat de autor*

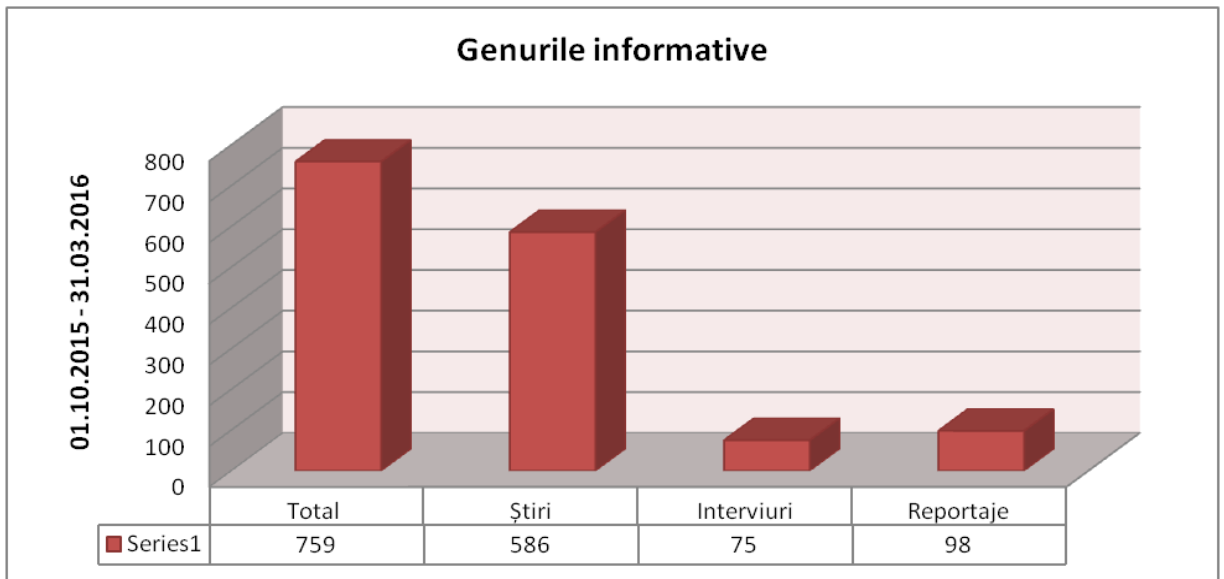


Fig. 8.3 Ponderea genurilor informative în produsul sociocultural din presa locală (01.10.2015-31.03.2016)

Sursa: Elaborat de autor

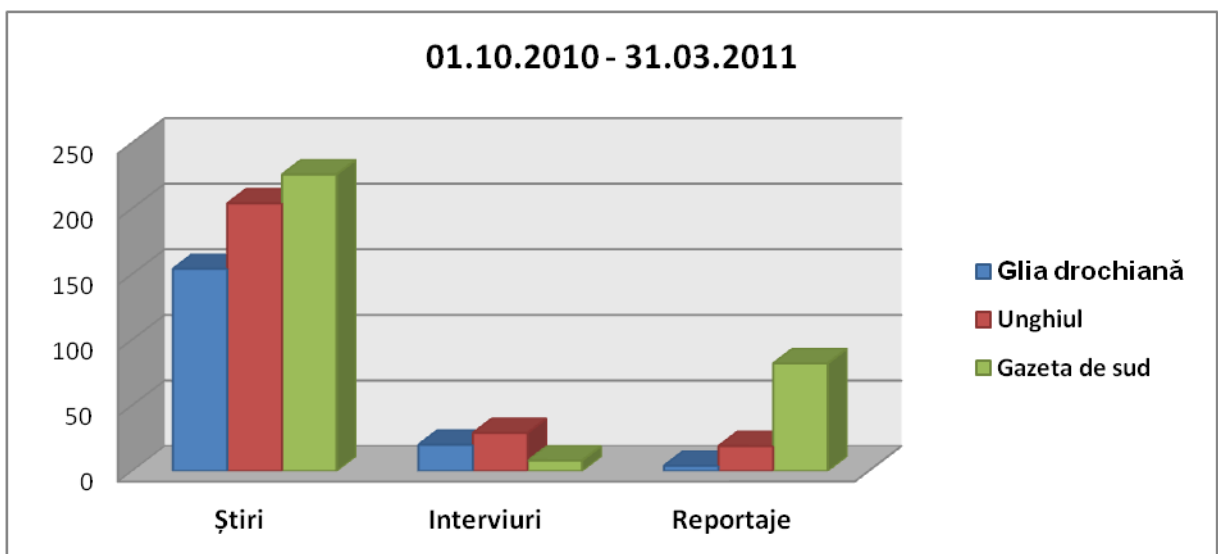


Fig. 8. 4 Frecvența utilizării genurilor informative în publicații periodice locale (01.10.2010-31.03.2011)

Sursa: Elaborat de autor

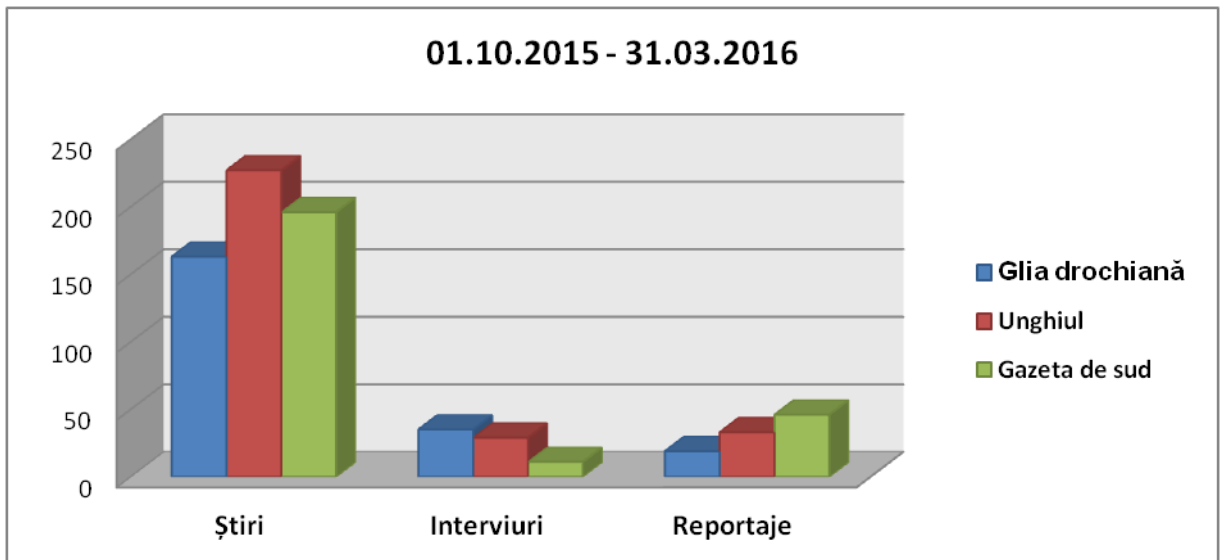


Fig. 8. 5 Frecvența utilizării genurilor informative în publicații periodice locale (01.10.2015-31.03.2016)

*Sursa:* Elaborat de autor

**Anexa nr. 9 Forme de expresie analitică a materialelor socioculturale  
din presa locală**

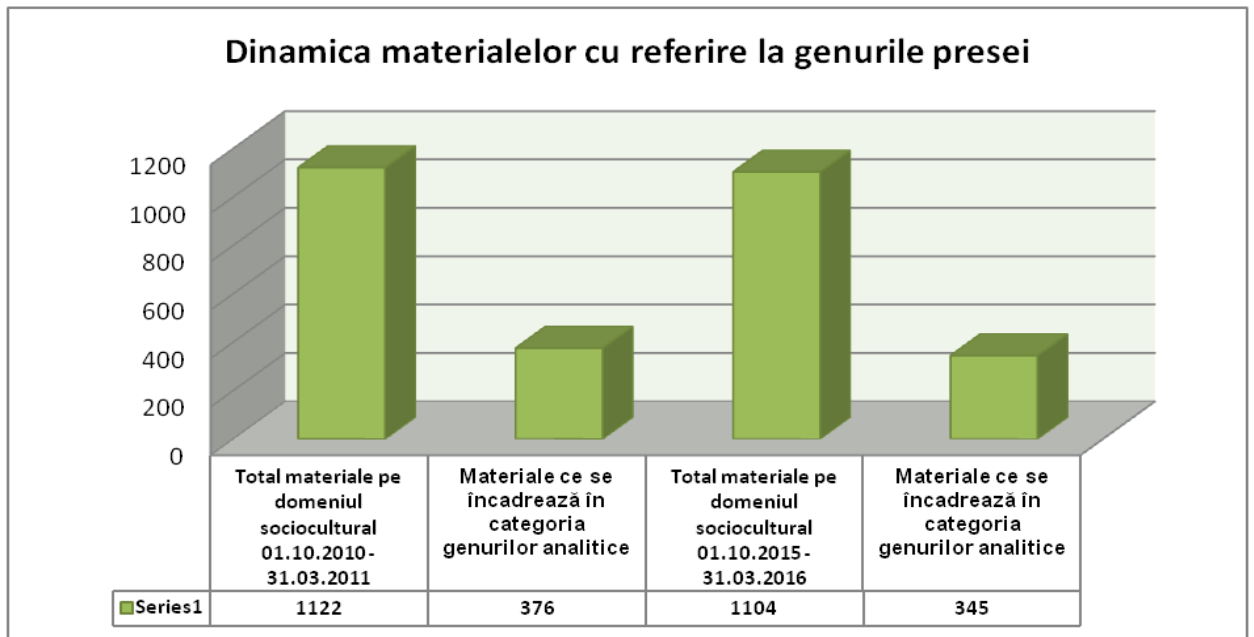


Fig. 9.1 Ponderea jurnalismului analitic în produsul sociocultural din presa locală  
*Sursa: Elaborat de autor*

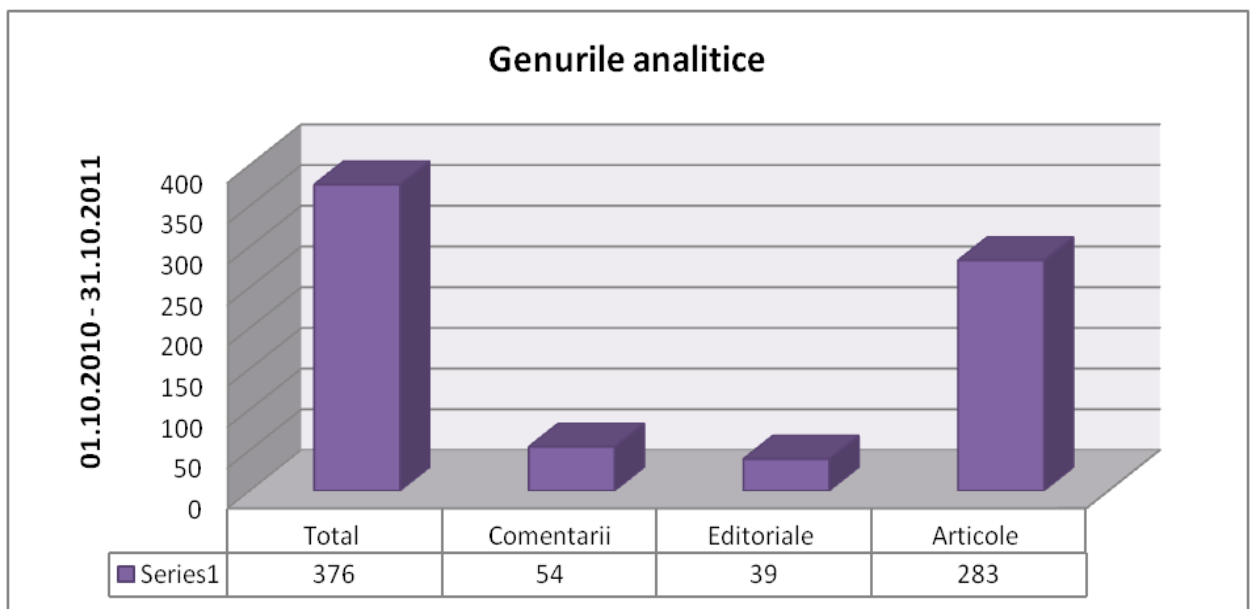


Fig. 9.2 Ponderea genurilor analitice în produsul sociocultural din presa locală  
(01.10.2010-31.03.2011)

*Sursa: Elaborat de autor*

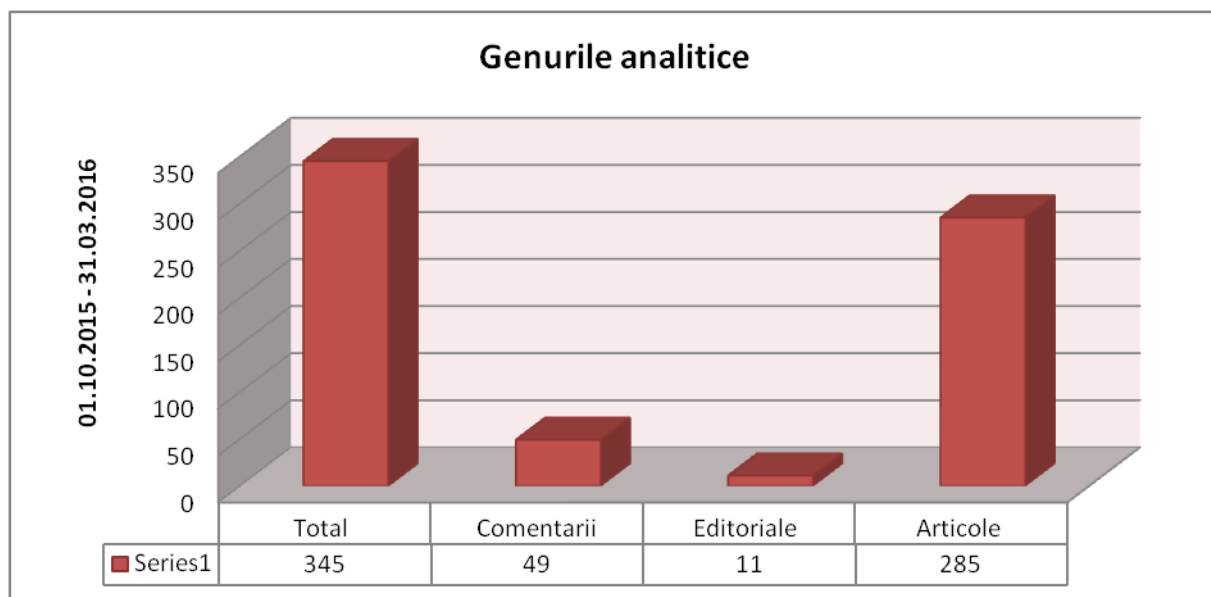


Fig. 9.3 Ponderea genurilor analitice în produsul sociocultural din presa locală (01.10.2015-31.03.2016)

Sursa: Elaborat de autor

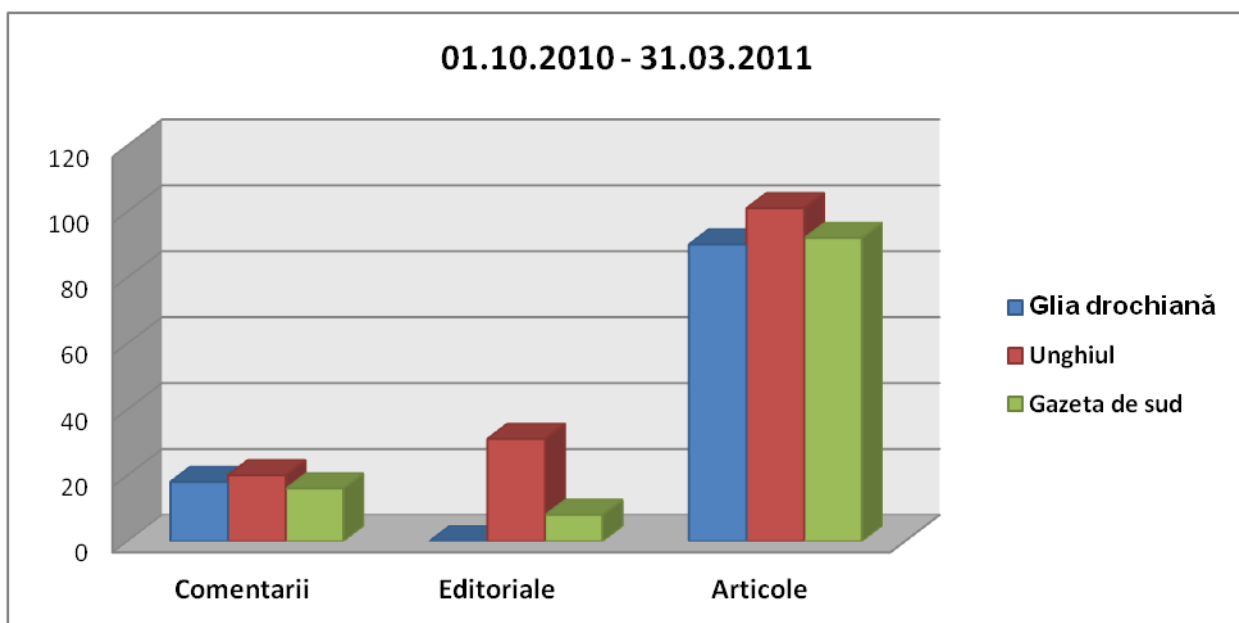


Fig. 9. 4 Frecvența utilizării genurilor analitice în publicații periodice locale (01.10.2010-31.03.2011)

Sursa: Elaborat de autor

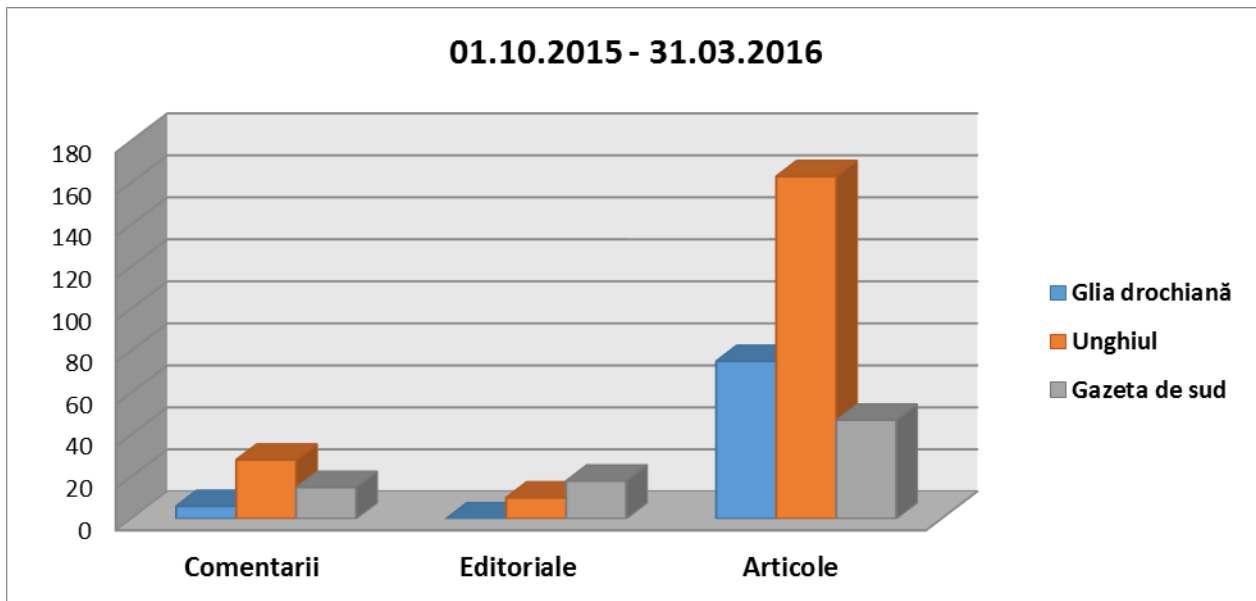


Fig. 9. 5 Frecvența utilizării genurilor informative în publicații periodice locale (01.10.2015-31.03.2016)

*Sursa:* Elaborat de autor



*Declarația privind asumarea răspunderii*

Subsemnata, Toacă Mariana, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Toacă Mariana

## CURRICULUM VITAE

### TOACĂ MARIANA

**Data nașterii:** 3 august 1978

**Locul nașterii:** Republica Moldova, raionul Edineț, satul Parcova

#### **Studii:**

2008-2012 – studii de doctorat la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

2000-2001 – studii de magistru la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova. Diplomă de magistru în jurnalism.

1995-2000 – studii de licență la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova. Diplomă de jurnalist.

1988-1995 – studii la Școala Medie din orașul Cupcini, raionul Edineț.

1985-1988 – studii la Școala Medie din satul Parcova, raionul Edineț.

#### **Experiența profesională:**

2010-prezent: lector universitar la Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

2010: editor executiv Departamentul Știri, ÎCS Jurnal de Chișinău plus SRL.

2007-2010 lector universitar la Facultatea de Jurnalism și Comunicare Publică a Universității de Studii Europene din Moldova.

2000-2001: lector asistent la Catedra Comunicare Socială, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

**Stagii:** Universitatea de Stat din Tiraspol 14.03.2011- 07.05.2011, perfecționare la specialitatea Metodologia utilizării TIC în învățământul superior.

**Domeniile de interes științific:** Jurnalism de informare, presa locală, presa tipărită.

**Participări la foruri științifice naționale și internaționale:** Rezultatele cercetărilor au fost prezentate la peste 15 foruri științifice internaționale și naționale:

2016: Sesiunea Științifică Anuală a Universității *Apollonia*. Iași, 26-28 octombrie 2016; Conferință Științifică Națională cu participare internațională *Integrare prin cercetare și inovare*. Chișinău, 28-29 septembrie 2016.

2012: Congresul Național de Istorie a Presei. Chișinău, 26-28 aprilie 2012.

2011: Conferința Științifică cu participare internațională *Creșterea impactului cercetării și dezvoltarea capacității de inovare*. Chișinău, 21-22 septembrie 2011.

2010: Simpozionul Științific Național *Mass-media din Republica Moldova: tradiție locală și orizonturi europene*. Chișinău, 24-25 noiembrie 2010; Sesiunea științifică anuală a

Universității din București *Mediamorfoze. Presă-relații publice-publicitate, după 20 de ani*. București, 6-8 mai, 2010; Conferința științifică *Dezvoltarea cercetării științifice, promovarea și cultivarea creativității și a inovării în procesul instruirii academice*. Chișinău, 5 mai 2010.

2009: Conferința științifică *Cercetare și inovare – perspective de evoluție și integrare europeană*. Chișinău, 23 septembrie 2009.

**Lucrări științifice și științifico-metodice publicate:** Autor a 11 lucrări științifice, între care:

1. Toacă M. Presa locală din Republica Moldova: aspecte funcționale și conceptuale. În: Valori ale mass-mediei în epoca contemporană. Chișinău: CEP USM, 2016 p.164-168. 256 p. ISBN 978-9975-71-832-5;

2. Toacă M. Presa locală: abordări funcționale. În: Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice, 2016, nr.3, p. 180-186. ISSN 1857-2294;

3. Toacă M. Politica editorială a publicațiilor periodice locale. În: Integrare prin cercetare și inovare. Conferința științifică națională cu participare internațională. Chișinău: CEP USM, 2016, p. 256-260. ISBN 978-9975-71-813-4;

4. Toacă M. Socialul în presa locală. În: Integrare prin cercetare și inovare. Teze ale conferinței științifice. Chișinău: CEP USM, 2015, p. 36-37. ISBN 978-9975- 71-704-5;

5. Toacă M. Aspecte socio-culturale ale jurnalismului local. În: Interferențe universitare – integrare prin cercetare și inovare. Chișinău: USM, 2012. p. 26-29. ISBN 978-9975-71-268-27;

6. Toacă M. Problematika culturală în presa din Republica Moldova. În: Creșterea impactului cercetării și dezvoltarea capacității de inovare. Teze ale conferinței științifice. Chișinău: CEP USM, 2011. p. 142-145. 384 p. ISBN: 978-9975- 71-151-7;

7. Toacă M., Stepanov G. Dimensiunea economică a presei locale din Republica Moldova. În: Dezvoltarea cercetării științifice, promovarea și cultivarea creativității și a inovării în procesul instruirii academice. Teze ale conferinței științifice. Chișinău: CEP USM, 2010, p. 55-56. 224 p. ISBN 978-9975-71-020-6;

8. Toacă M. Cadrul progresiv al presei locale în Republica Moldova. În: Revista Română de Jurnalism și Comunicare, 2010, anul V, nr. 3, p.19-24. ISSN 1842-256X;

9. Toacă M. Presa locală independentă în condițiile societății de tranziție. În: Studia Universitatis. Seria Științe Sociale, 2009, nr. 8 (28), p. 268-272. ISSN 1857-2081.

**Cunoașterea limbilor:** Limba română – maternă, limbile rusă, franceză – nivel mediu.

**Date de contact:**

Str. Al. Mateevici nr. 60, Chișinău 2009, Universitatea de Stat din Moldova,

Tel. 069237378; e-mail: marianatoaca@gmail.com