

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

C.Z.U.: 070:659.3(478)(043.2)

MANOLESCU MĂDĂLINA CAMELIA

POTENȚIALUL PRESEI ÎN MEDIEREA DIALOGULUI SOCIAL

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

AUTOREFERAT

al tezei de doctor în științe ale comunicării

CHIȘINĂU 2017

Teza a fost elaborată în cadrul Departamentului Teoria și Practica Jurnalismului, Universitatea de Stat din Moldova.

Conducător științific: MORARU VICTOR,
doctor habilitat în științe politice, profesor universitar

Referenți oficiali:

1. **MALCOCI LUDMILA**, doctor habilitat în sociologie, profesor cercetător, Academia de Științe a Moldovei
2. **ZANFIR ILIE**, doctor în științe ale comunicării, conferențiar universitar, România

Componenta consiliului științific specializat:

1. **ROȘCA ALEXANDRU**, președinte, doctor habilitat în filosofie, academician, Academia de Științe a Moldovei
2. **GUZUN MIHAIL**, secretar științific, doctor în filologie, conferențiar universitar, Universitatea de Stat din Moldova
3. **STEPANOV GEORGETA**, doctor habilitat în științe ale comunicării, conferențiar universitar, Universitatea de Stat din Moldova
4. **MARIN CONSTANTIN**, doctor habilitat în științe politice, profesor universitar, Universitatea de Stat din Moldova
5. **ȚURCANU DUMITRU**, doctor în științe politice, conferențiar universitar, Universitatea de Stat din Moldova
6. **POPA DUMITRU MIREL**, doctor în drept, conferențiar universitar, Universitatea Apollonia, România

Susținerea va avea loc la **30 noiembrie 2017, ora 15.00** în ședința Consiliului științific specializat **D 30.571.01-08** din cadrul Universității de Stat din Moldova, mun. Chișinău, str. A. Mateevici, 60, MD-2009, Republica Moldova, blocul central, aula 421.

Teza de doctor și autoreferatul pot fi consultate la Biblioteca Națională a Republicii Moldova, Biblioteca Universității de Stat din Moldova și pe pagina web a CNAA. (<http://www.cnaa.md>). a la.

Autoreferatul a fost expediat la data de 30 octombrie 2017.

Secretar științific al

Consiliului Științific Specializat / _____ / Guzun Mihail

Conducător științific, dr. hab. în

științe politice, profesor univ. / _____ / Moraru Victor

Autor: / _____ / Manolescu Mădălina Camelia

REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea și importanța temei abordate. Actualitatea temei rezidă în determinarea rolului presei în procesul de socializare a maselor și în medierea conflictelor sociale existente în societățile în tranziție, elucidarea elementelor esențiale ale manifestării lor. Importanța este determinată de necesitatea de a scoate în evidență atât realizările presei în medierea problemelor specifice realității de tranziție, cât și eșecurile ei în reflectarea proceselor de democratizare a societății. Din aceste considerente, examinarea factorului mediatic din perspectiva principiilor, strategiilor și tacticilor, aplicate în procesul de mediere a conflictelor, evidențierea rolului și funcțiilor lui în construirea, medierea și stimularea dialogului social, precum și evaluarea implicațiilor presei în optimizarea calității managementului social se impun ca una dintre cele mai actuale probleme ale științelor comunicării. Determinarea strategiilor și tacticilor jurnalistice utilizate în procesul de mediere a conflictelor oferă posibilitatea corectării sau eficientizării principiilor de mediere jurnalistică și fortificării potențialului ei de proiectare, de mediere și de stimulare a dialogului social. Actualitatea și importanța cercetării potențialului presei în medierea dialogului social, de asemenea, este determinată de necesitatea de studiere și de generalizare a practicii jurnalismului ca instrument de democratizare a societății.

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor cercetate. Abordările științifice contemporane privind potențialul presei în medierea dialogului social au înregistrat o creștere cantitativă în ultimul timp, rezultând, de regulă, din abordările implicațiilor presei în valorificarea realității sociale. Astfel de studii au fost semnate de o serie de cercetători din **Occident**: B.Miège, P.Bourdieu, L.Swidler, M.L.McCoy, P.L.Scully, R.Debray, J. Davallon, M.Shapiro, D. Randall, D.Merritt, J.Rosen, J.-D.Boucher, Ph. Bachmann ș.a.; din **România**: M.Coman, I.Albulescu, I.Rad, C.Șchifirneț, L.Roșca, C.Beciu, A.-G.Tarța, L.Ciubotărașu-Pricop, C.Lucacsi, M.Mitruțiu, N.Dascălu, C.Ionescu, Iu.Dumitriu, ș.a.; din **Republica Moldova**: V.Moraru, C.Marin, G.Stepanov, L. Malcoci, M.Lescu, D.Țurcanu, M.Guzun, A. Dumbrăveanu, M.Tacu, B. Parfentiev, A.Zavadschi, L.Andronic ș.a. Menționăm caracterul generalist al mai multor lucrări enunțate mai sus, fapt care a sugerat oportunitatea realizării unui studiu special, ce ar conține o viziune integratoare asupra rolului presei în medierea dialogului social. Problemele principale de cercetare înaintate cu titlu de ipoteze sunt:

1. activitatea de mediere jurnalistică a situațiilor de conflict și de stimulare a dialogului social influențează procesele de democratizare a societății;
2. potențialul presei de mediere a dialogului social este multidimensional, incluzând diferite principii, strategii și tactici jurnalistice;

3. calitatea actului de mediere depinde de strategiile și tacticile pe care le aplică instituțiile de presă în procesul de reflectare a realității.

Scopul și obiectivele lucrării. Scopul tezei constă în elucidarea potențialului presei de mediere și de stimulare a dialogului social în societatea contemporană. Pentru realizarea scopului propus au fost trasate următoarele obiective:

- cercetarea bazei teoretico-metodologice a presei ca mijloc de mediere și de modelare a dialogului social și elaborarea metodologiei proprii de cercetare;
- determinarea specificului abordării teoretice a fenomenului *dialog social*, raportat la realitățile mediatice, a condițiilor de afirmare și a reperelor conceptuale ale acestuia;
- analiza practicilor presei, în vederea identificării specificului de reflectare a proceselor democratice;
- determinarea subiectelor prioritare ale dialogului social;
- evidențierea principiilor, strategiilor și tacticilor medierii jurnalistice;
- relevarea rolului jurnalistului în medierea și construirea dialogului social;
- analiza unghiului de abordare a reflectării conflictelor, a formelor de expresie a producției mediatice puse în circuit în vederea stimulării dialogului social;
- elaborarea recomandărilor în scopul eficientizării medierii jurnalistice a dialogului social.

Metodologia cercetării științifice. Metodologia cercetării potențialului presei de mediere a dialogului social se bazează pe aplicarea conjugată a metodelor și principiilor care țin de instrumentarul de cunoaștere științifică, și anume: documentarea științifică, analiza cantitativă și calitativă a datelor, sinteza, comparația, observația empirică, inducția și deducția, analiza rezultatelor cercetării. Pentru realizarea scopului propus au fost folosite mai multe tehnici și tipuri de cercetări sociologice, precum cea extensivă, intensivă, longitudinală și transversală. Totodată, a fost aplicat principiul obiectivității, cel al imparțialității și principiul cronologic.

Noutatea științifică a rezultatelor obținute. Noutatea științifică a lucrării constă în elucidarea potențialului presei de mediere și de stimulare a dialogului social prin: relevarea principiilor de mediere jurnalistice; identificarea strategiilor și tacticilor utilizate de diverse instituții de presă în procesul de mediere a dialogului social; determinarea tipurilor de comportamente jurnalistice aplicate în procesele de mediere; evaluarea calității produselor mediatice puse în circuit în vederea medierii dialogului social.

Problema științifică soluționată rezidă în elucidarea complexă a procesului de mediere jurnalistice a problemelor/conflictelor sociale, inclusiv: identificarea potențialului presei în proiectarea, medierea și stimularea dialogului social; determinarea calității actului de mediere jurnalistice și a eficienței factorului mediativ din perspectiva capacității lui de reflectare a

proceselor de democratizare a societății. Problema științifică soluționată a fost abordată prin prisma principiilor și strategiilor jurnalistice aplicate în reflectarea problemelor și conflictelor sociale, a implicațiilor presei în medierea acestora, fapt ce a condus la evidențierea potențialului presei de menținere, mediere și stimulare a dialogului social. Rezultatele cercetării pot fi implementate în vederea eficientizării potențialului presei de organizare și de gestionare a dialogului social și creșterii calității produsului jurnalistic finit destinat medierii diferitor probleme și conflicte din realitatea socială.

Semnificația teoretică a lucrării rezidă în: crearea unui cadru teoretic de analiză a jurnalismului din perspectiva potențialului lui de mediere a dialogului social, stabilirea factorilor de funcționalitate a presei în ipostază de instrument de stimulare a spiritului civic, al activismului social; relevarea modelelor de abordare a realității bazate pe strategii și tactici de mediere jurnalistică.

Valoarea aplicativă a lucrării constă în aplicabilitatea rezultatelor cercetării pentru cunoașterea specificității medierii jurnalistice a dialogului social și în informațiile factologice, datele statistice, în materialele empirice din studiu, care pot servi drept bază pentru elaborarea politicilor editoriale ale publicațiilor periodice, posturilor de radio și TV, agențiilor de știri.

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere rezidă în: (1) determinarea condițiilor de afirmare a dialogului social și a implicațiilor presei în procesele de democratizare a societății; (2) evidențierea principiilor de mediere jurnalistică; (3) analiza strategiilor și tacticilor de mediere a situațiilor de conflict prin intermediul mijloacelor de comunicare de masă; (4) elucidarea potențialului presei de mediere a dialogului social.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele obținute în urma cercetării efectuate, concepțiile de bază ale tezei, concluziile și recomandările cu referire la potențialul presei de mediere și de stimulare a dialogului social au fost expuse în 11 lucrări științifice publicate în culegeri de articole și reviste de specialitate de circulație națională și internațională.

Aprobarea rezultatelor. Investigația se înscrie în direcțiile de cercetare aprobate în cadrul Universității de Stat din Moldova. Teza de doctor în științe ale comunicării a fost examinată și recomandată în ședința Departamentului Teoria și Practica Jurnalismului și în ședința Seminarului științific de profil din cadrul Universității de Stat din Moldova (specialitatea 571.01 – *Jurnalism și procese mediatice*). Subiectele puse în discuție, concluziile și recomandările formulate în teză au fost prezentate în cadrul a unui șir de conferințe științifice naționale și internaționale.

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

bibliografie. Lucrarea cuprinde 154 de pagini text de bază, 2 tabele, bibliografia conține 177 de surse.

Cuvinte-cheie: presă, democratizare, mediere socială, dialog social, conflict social, socializare, democrație dialogică, strategie mediatică, tactică, potențial.

CONȚINUTUL TEZEI

Teza de doctor a fost elaborată în conformitate cu rigorile înaintate de către Comisia Națională de Atestare și Acreditare stipulate în regulamentele ce sunt în rigoare.

În **Introducere** se argumentează actualitatea temei, precum și importanța acesteia pentru științele comunicării contemporane, metodologia de lucru, scopul și obiectivele tezei, noutatea științifică a rezultatelor obținute, importanța teoretică, valoarea aplicativă a lucrării, sunt indicate modalitățile de aprobare a rezultatelor obținute, precum și importanța acestora pentru eficientizarea potențialului presei de mediere și de stimulare a dialogului social.

Lucrarea este alcătuită din Adnotări în limbile română, engleză și rusă; Introducere; un capitol metodico-istoriografic și două capitole care, la rândul lor sunt divizate în subcapitole, Concluzii generale și recomandări; Bibliografie; CV-ul autorului.

Capitolul I, intitulat **Fundamente teoretice și metodologice de cercetare a rolului presei în medierea dialogului social**, este conceput în vederea valorificării aspectelor istoriografice și metodologice ale problemei enunțate, precum și pentru conceptualizarea noțiunilor-cheie ale acesteia. Prioritățile observate ale segmentului tematic în cauză au îndreptat efortul nostru investigativ spre direcția problematizării subiectului, astfel devenind posibilă o înțelegere mai aprofundată și deslușită a cercetărilor care au abordat implicațiile presei în medierea dialogului social. Ținem să menționăm din start că a fost constatată o anumită insuficiență a interpretărilor problemei medierii jurnalistice și a dialogului social, raportat la activitatea mediatică. În spațiul științific autohton a fost constatată chiar existența unui vid al lucrărilor de specialitate, referitoare la procesele jurnalistice de mediere și de stimulare a dialogului social, la rolul jurnaliștilor în cadrul acestor acțiuni, la strategiile și tacticile utilizate în procesul de mediere a problemelor și conflictelor, precum și la specificul activității și obiectivele medierii jurnalistice a dialogului social. De notat însă că, recent, a apărut un studiu monografic (autor G.Stepanov) care, abordând fenomenul jurnalismului social, configurează un cadru investigativ specific, în parametrii căruia poate fi înscrisă și cercetarea prezentă, în baza constatării faptului că „natura funcțională a jurnalismului social asigură integrarea cetățenilor în viața socială” [26], această integrare fiind și sarcina esențială a jurnalismului ca instrument de mediere și sprijin al dialogului social. Prezintă

interes și sunt utile pentru cercetarea noastră și unele publicații științifice în care au fost înregistrate abordări ce rezonază cu problemele și abordările studiului nostru – lucrări aparținând autorilor I. Guzun, V.Ciornei [10], V.Moraru [16, 17], C.Marin [14], M.Guzun [11], L.Malcoci [13], M.Lescu [12], M.Tacu [29], D.Țurcanu [31] ș. a.

Totuși, numărul modest de lucrări dedicate în mod special rolului presei în medierea și modelarea dialogului social ne-a determinat să recurgem, ca suport teoretic pentru cercetarea noastră, și la lucrările care au luat în discuție reperatele teoretico-metodologice ale jurnalismului ca factor de democratizare a societății, printre care: *Schimbarea ca paradigmă socială* de D. Sandu [23], *Le principe dialogique* de T.Todorov și M.Bakhtine [51], *Between Facts and Norms* de J.Habermas [42], *Mass Media Socialization Research* de Q.Dong [38], *The Media as Mediator* de M.Baumann și H. Siebert [34], *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change* de S. Hjarvard [43], *Inclusive democracy in Europe* de K.Jeffers [44], *Deliberative Dialogue to Expand Civic Engagement: What Kind of Talk Does Democracy Need?* de M.L.McCoy și P.L.Scully [46] etc.

Abordarea jurnalismului ca activitate de mediere a realității și de stimulare a dialogului social a impus necesitatea analizei studiilor care scot în evidență specificitatea dialogului ca modalitate de construire a relațiilor într-o societate democratică. Interpretarea conceptului de dialog social se efectuează în majoritatea lucrărilor prin abordarea dialogului prin prisma schimbului liber și echidistant al informațiilor, caracterizându-l drept nivel de maturitate a relațiilor sociale, a culturilor și al conștiințelor sociale [50]. Acest punct de vedere este susținut și de: V.Moraru [16], C.Beciu [2], G.Shiv și H.M.Zoller [48], P.Dunleavy [39], L.Swidler [50]. În paralel, au fost analizate și lucrările care au abordat problema culturii dialogice și a valorificării potențialului dialogic al presei semnate de: D.Merritt, J.A.Rosen [47], C.Pîrvulescu [19], J.Davallon [37], M.Loveless [45], L.Snegureac [25] ș. a.

Constatăm că majoritatea cercetătorilor, indiferent de unghiul de abordare pe care îl aplică, consideră că dialogul social este necesar pentru medierea problemelor și rezolvarea conflictelor care apar între instituțiile sociale, politice, economice, culturale ale unei societăți; între actorii sociali, politici, economici, cei ai domeniului spiritual-cultural; între aceste instituții și acești actori implicați în diverse procese sociale, politice, economice, culturale din realitatea înconjurătoare. Experții consideră că problemele și conflictele, care se manifestă prin variate relații interactive și antagoniste ale unor actori sociali, politici, economici, ale unor persoane fizice sau juridice, ale unor comunități, grupuri, categorii sociale etc. au devenit un atribut al cotidianului și, în diferite forme de manifestare, există permanent în mediu. În opinia lor, tocmai problemele și conflictele sociale, care reprezintă stări de lucruri sau situații ce afectează normele,

valorile sau interesele unor grupuri sociale sau chiar ale societății, trebuie să fie soluționate prin intermediul dialogului social. Din aceste considerente în lucrare au fost valorificate și lucrări care au pus în circuit raționamente privind problemele și conflictele sociale, semnate de I. Ramonet [20], P. Baert, S.M. Koniordo și G. Procacci, C. Ruzza [36], G. Shiv și H. Zoller [48], D. Bloomfield, M. Fischer și B. Schmelzle [49] ș.a.

Pentru relevarea specificului implicării presei în medierea dialogului social, am cercetat o serie de studii care au pus în circuit raționamente privind principiile medierii jurnalistice, strategiile și tacticile aplicate în procesul de mediere a dialogului social. Or, succesul sau eșecul dialogului social este în dependență de strategiile și tacticile mediatice aplicate, la fel, precum și efectele lui în societate care pot fi atât pozitive, cât și negative. În categoria acestora se includ: *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în era Internetului* de C.Șchifirneț [28], *La Médiation, Que sais-je? (Medierea. Ce știi?)* de M. Guillaume-Hofnung [41], *Comunicarea de criză* de A. Zavadșchi și L. Andronic [32], *Jurnalismul în situații de criză* de G. Stepanov și I. Guzun [27], *Jurnalismul social: aspecte definitorii* de G. Stepanov [26], *The Promise of Mediation: The transformative approach to conflict* de B.R. Bush și J.P. Folger [35], *Toleranța politică și etnică din perspectiva mediatică* de M. Guzun [11], *Introducere în sistemul mass media* de M. Coman [5] etc.

O importanță semnificativă pentru cercetarea noastră au avut-o lucrările care au abordat locul și rolul jurnalistului în procesele de mediere a diverselor probleme și conflicte sociale. Problema obiectivelor și scopurilor funcționale ale jurnaliștilor în procesul de mediere a dialogului social, care proiectează unghiul de abordare a realității sociale, a constituit obiectul de cercetare pentru mai mulți cercetători, între care: Ph. Bachmann [33], A. Neculau [18], D.-I. Ancheș [1], G. Ferreol și N. Flageul [8], Tarța A.-G. [30], M. Tacu [29] ș. a.

Totodată, problema calității produselor mediatice destinate asigurării medierii dialogului social a solicitat și analiza lucrărilor ce au luat în discuție limbajul jurnalistice în care acestea sunt redade, or modul în care presa relatează ceva contează tot atât de mult ca și ceea ce ea relatează. Problematika limbajului publicistic a intrat în sfera de interes a cercetărilor începând cu anii '60, odată cu promovarea teoriilor legate de stilistica funcțională. Dar spre deosebire de alte tipuri de limbaje care au beneficiat de studii sistematice, caracterul funcțional al limbajului publicistic a fost studiat mai puțin. Cercetările asupra limbajului publicistic, în funcție de punctele de vedere ale autorilor în raport cu funcționalitatea acestuia, pot fi clasificate în două categorii: studii care recunosc și demonstrează existența limbajului publicistic; studii care neagă existența acestuia. În prima categorie se includ studiile semnate de cercetătorii care au demonstrat existența și specificitatea stilului publicistic: D. Bogdan-Dascălu [3], M. Cvasnî-Cătănescu [7], Gh. Bolocan

[4] ș.a. În cea de-a doua categorie se includ studiile semnate de: I. Coteanu [6], I. Gheție [9], C. Mâneca [15], T. Slama-Cazacu [24], care, la general, promovează ideea că limbajul mediatic este un ansamblu hibrid, insuficient fixat, neunitar, imposibil de caracterizat prin trăsături generale, care depinde doar de reunirea într-un context anume a unor texte foarte diferite.

Conchidem că studiile în cauză au fost de un real folos în elaborarea metodologiei de cercetare a potențialului presei de mediere a dialogului social, precum și în identificarea strategiilor și a tacticilor de mediere jurnalistică a problemelor și conflictelor sociale. Sistemul metodologic adoptat se axează pe metode precum: analiza cantitativă și calitativă a datelor, sinteza, comparația, observația empirică, documentarea științifică, inducția și deducția, descrierea, analiza rezultatelor cercetării.

Drept urmare, am constatat:

- lucrările care au constituit bazele teoretico-metodologice ale cercetării în cauză, publicate atât în Republica Moldova, cât și peste hotarele ei, abordează, de cele mai multe ori, tangențial locul și rolul presei în medierea dialogului social;

- cercetările implicațiilor mass-mediei în reflectarea realității sociale, realizate la etapa actuală în țara noastră, proiectează, cel mai frecvent, o abordare sociologică, esența acestora ca fenomen mediatic fiind parțial lăsată în umbră;

- o atenție insuficientă este acordată analizei, stabilirii, elaborării metodologiilor de investigare a fenomenului medierii dialogului social prin intermediul presei;

- Republica Moldova rămâne a fi în continuare un spațiu deschis pentru cercetarea fenomenului medierii și stimulării dialogului social și promovarea măsurilor de eficientizare a acestei activități mediatice.

Concluzia generală care se impune este că analiza situației existente în domeniu a atestat necesitatea cercetării jurnalismului ca activitate de reflectare a realității și a potențialului lui de mediere și de stimulare a dialogului social: problema investigației complexe rezidă în necesitatea cercetării factorului mediatic din perspectiva potențialului lui de reflectare a proceselor de democratizare a societății și de mediere a problemelor și conflictelor specifice perioadelor marilor transformări.

Capitolul II, intitulat *Medierea dialogului social prin intermediul presei*, cuprinde analiza conflictelor sociale ca subiecte prioritare ale dialogului social și a principiilor de mediere jurnalistică a acestora. Totodată, aici este identificată și activitatea presei de stimulare a dialogului social, înțeles, în studiul nostru dintr-o perspectivă mai amplă, ca o formă de interacțiune umană, o varietate specifică a comunicării sociale, foarte importantă în cadrul

construirii relațiilor sociale pe verticală și pe orizontală și, de fapt, înglobând esența acestei comunicări.

Societatea contemporană este, de fapt, o societate informațională, care trăiește, cu alte cuvinte, sub semnul și sub presiunea tumultuoasă a informațiilor provenite din diferite medii. Informațiile înseamnă comunicare, iar dialogul social reprezintă, în orice caz, o parte semnificativă a acestui proces actual de comunicare. Toate aspectele dialogului social pot fi privite prin prisma comunicării: mesajul, forma și conținutul său, sursa și receptorul, canalele de comunicație, diversele procese și reacții care se produc în sistem ș.a.m.d., toate acestea pot fi analizate și utilizate pentru optimizarea dialogului. Presa, care asigură comunicarea mediatică, poate orienta în direcția convenită și poate cataliza dialogul social, doar dacă reflectă realitatea obiectiv, echidistant și responsabil și dacă își ajustează strategiile și tacticile de mediatizare la tipul de demers public. În același timp, dacă nu ține cont de aceste principii, presa poate orienta dialogul social într-o direcție greșită, poate perturba bunul mers al lucrurilor și chiar poate altera situațiile de conflict. Efectele unei comunicări mediatice de proastă calitate sunt distructive, pentru că incertitudinea și lipsa de consecutivitate și de consecvență în reflectarea și medierea situațiilor de conflict duc la dificultatea înțelegerii acestora, fapt care influențează negativ percepțiile sociale, iar ulterior, și atitudinea indivizilor sociali față de acest conflict.

Conflictul, în general, reprezintă evenimente care afectează sistemul de referințe simbolice, mai puțin însă și valorile fundamentale. El este un tip dinamic de relații sociale ce decurg din confruntările posibile sau reale ale subiecților conflictului. Iar confruntările sunt iminente, deoarece participanții la conflict au diverse predilecții, interese, valori. Conflictul reprezintă o relație interactivă și antagonistă a unor actori sociali (organizații, instituții, persoane, comunități etc.). Ele au devenit un atribut al cotidianului și, într-o formă sau alta, subiecte prioritare ale dialogului social.

Conflictul, ca subiecte prioritare ale dialogului social, solicită abordări diferite, în funcție de tipul, amploarea sau originea lor. Clasificarea conflictelor este determinată de necesitatea cunoașterii particularităților acestora, precum și a practicilor operaționale de mediere a lor. Clasificarea conflictelor poate fi realizată în baza mai multor criterii, între care:

- *numărul de actori implicați într-un conflict*, în baza căruia deosebim: conflicte sociale interpersonale; conflicte sociale în cadrul unor organizații, colective, comunități; conflicte sociale inter-grup;

- *forme de manifestare*, conform căruia deosebim: conflicte sociale deschise și conflicte sociale latente;

- *originea sau domeniul în care se manifestă*, în baza căruia conflictele pot fi clasificate în trei mari categorii: conflicte politice, economice și sociale, în care se includ toate celelalte tipuri de conflict existente la moment.

Dialogul social este foarte important pentru soluționarea conflictelor existente (dar și pentru cele care se perpetuează din trecut sau sunt latente, gata să răbufnească în viitor). Conflictele există – nu poți găsi viață socială, cu atât mai mult – politică, în cadrul căreia n-ar fi conflicte. Dar tocmai aici și este ascunsă forța dialogului: impactul lui asupra soluționării conflictului poate fi decisiv. Dialogul social se configurează însă și ca modalitate de prevenire a disfuncțiilor în societate. Cu cât circulă mai fluent informația în interiorul unei societăți, cu cât comunicarea este mai amplă și mai antrenantă și pentru toate grupurile populației, și pentru structurile oficiale ale statului, cu atât șansele „normalității” sociale sporesc.

Presa trebuie să reflecte conflictele sociale astfel, încât și factorii de decizie, dar și simplii cetățeni să conștientizeze importanța implicării lor în dialogul social în vederea ameliorării și depășirii situațiilor de conflict. Acest obiectiv este un motiv în plus de a susține că obligația primară a comunicării jurnalistice despre conflictele sociale rezidă în prezentarea stării de lucruri astfel, încât cetățenii să înțeleagă scopurile propuse pentru a acționa în mod corespunzător. Expunerea imparțială și echidistantă, în materialele jurnalistice, a soluțiilor, propuse pentru rezolvarea problemelor atât de experți, cât și de membrii comunității, validează abilitatea jurnaliștilor de a monitoriza conflictele sociale și viața societății afectată de acestea. Indiferent de tipul, amploarea și consistența lor, conflictele sociale reprezintă drept disfuncții sociale, care pot fi soluționate sau, cel puțin, reduse, în exclusivitate, prin intermediul dialogului social.

Din punct de vedere etic, jurnaliștii nu se pot implica direct în procesul de soluționare a conflictelor, dar nici nu au dreptul să stea deoparte în situațiile de forță majoră. Implicarea presei în procesele de soluționare a conflictelor sociale se manifestă prin acompanierea mediatică a acestora, la nivel de informare, explicare, analiză și convingere. Aceste activități care stau la baza medierii jurnalistice și asigură cadrul favorabil, necesar inițierii dialogului social între părțile aflate în conflict și determină voința de cooperare a acestora.

Medierea jurnalistică reprezintă o formă de abordare structurată și consecventă a unui conflict prin reflectarea în presă (spre deosebire de medierea de ordin juridic) a acțiunilor actorilor implicați în acest conflict, a factorilor de decizie și a societății, în genere. Ea este o procedură voluntară, ce se desfășoară într-un cadru flexibil, în care presa, prin tratament echitabil și responsabil, ajută părțile să clarifice problemele-cheie și să-și construiască acordul. Medierea jurnalistică de calitate are la bază comunicarea etică care, prin intermediul articolelor de presă,

favorizează discuțiile între părțile implicate în conflict, proiectează dialogul social, stabilește și restabilește legăturile sociale, asigură prevenirea sau rezolvarea unor situații conflictuale.

Toate sursele bibliografice cercetate cu privire la principiile de mediere jurnalistică reliefează angajamentul civic al acestuia ca o condiție fundamentală pentru menținerea echilibrului social. În opinia noastră, medierea jurnalistică în societatea contemporană presupune o atitudine cetățenească față de locul individului în societate și față de politica esenței acestuia. Principiile medierii journalistice se bazează pe comunicarea relațională care presupune:

- angajamentul social al instituțiilor de presă, care se traduce printr-o legătura constantă cu toți actanții conflictului, pe toată durata lui, la toate etapele acestuia;

- activitatea permanentă, în salturi, care permite îmbinarea armonioasă a tuturor celor patru dimensiuni ale comunicării: a cere, a da, a primi și a refuza. Raportată la presă, dimensiunea comunicațională *a cere* se traduce drept acțiunea de solicitare și de colectarea cât mai multor informații despre părțile implicate în conflict; dimensiunea *a primi* presupune acțiunile de colectare a semnalelor, datelor, opiniilor și informațiile parvenite de la părțile implicate în conflict sau chiar din surse anonime; dimensiunea comunicațională *a refuza* presupune activitățile de evaluare și de filtrare a informației în vederea excluderii datelor care nu corespund realității, a informației trunchiate, a mesajelor instigatoare; dimensiunea *a da* reprezintă acordul final al actului jurnalistic – difuzarea sau distribuirea informațiilor;

- reacția la schimbare. Acest principiu certifică atitudinea profesională de a răspunde la solicitările, pe de o parte, a celor implicați direct în conflict, iar, pe de altă parte, a societății, care influențează direct modalitatea de abordare a problemelor (operativitate, receptivitate, promptitudine) și calitatea produsului mediatic finit. Importante, în acest context, sunt inițiativa și creativitatea, precum și capacitatea jurnaliștilor de a înțelege și analiza informațiile recepționate, de a reacționa prompt și de a acționa constructiv;

- autonomia afectivă și spirituală a jurnaliștilor-mediatori;

- împlinirea principalelor nevoi relaționale: a asculta toate părțile implicate în conflict, a înțelege obiectivele și cerințele acestora, a mediatiza echidistant conflictul, a exercita o influență pozitivă și asupra actanților implicați în conflict, dar și asupra percepției publice a acestora;

- atitudinea mutuală față de publicul-țintă care permite înțelegerea modului în care mesajele despre conflict sunt percepute, ce efecte generează ele în societate, cum se proiectează conflictul în percepția socială, care este atitudinea societății față de diferiți actanți ai conflictului și care pot fi acțiunilor lor sociale în raport cu aceștia.

Medierea jurnalistică poate fi eficientă și de calitate, doar în cazul în care jurnaliștii, în particular, și instituțiile de presă, în general, respectă principiile enunțate mai sus.

Medierea jurnalistică se realizează prin folosirea unui șir întreg de strategii, în funcție de care rezultă efectele mediatizării. Strategiile mediatice reprezintă resursele culturale, psihice, tehnice, financiare etc. ale unei instituții mediatice sau ale unui jurnalist care proiectează un anumit mod de acțiune și solicită anumite procedee de realizare scopului propus. În contextul cercetărilor noastre, strategia mediativă poate fi interpretată drept *un model sau un plan care integrează într-un tot coerent scopurile majore ale instituției de presă, obiectivele, politicile și cursul ei de acțiune în vederea mediatizării unui conflict, exprimate într-o manieră proprie, prin tactici mediatice speciale, determinate de politica editorială a acesteia.*

În procesul de mediere jurnalistică a conflictelor sociale, presa concepe și își dezvoltă propriile strategii. Strategiile implementate și tacticile aplicate de jurnaliști pentru mediatizarea unui conflict influențează direct proiectarea socială a acestuia. Modul în care un conflict se desfășoară, cum el este perceput de societate (percepțiile indivizilor sociali în raport conflictul mediatizat) depinde foarte mult și de strategiile aplicate de instituțiile de presă în procesul de reflectare a acestuia. De asemenea, strategiile mediatice utilizate influențează cursul, eficiența și efectele actului de mediere, precum și însăși desfășurarea dialogului social. Elaborarea și implementarea unei anumite strategii, care să corespundă atât necesităților părților implicate în conflict, cât și și așteptărilor publicului larg, dar și politicii editoriale a instituției de presă sunt activități foarte importante, întrucât ele determină cursul ulterior al acțiunilor jurnaliștilor, tehnicile și tacticile pe care aceștia le vor aplica în procesul de reflectare a conflictului în cauză. Totodată, aplicarea unei sau altei strategii determină gradul de implicare a instituției de presă în procesul de mediere a conflictului, precum și efectele pe care le pot genera produsele mediatice despre conflict, semnate de jurnaliștii care activează în această instituție.

Intenționalitatea instituției de presă, în general, și a jurnaliștilor antrenați în procesul de mediere, în particular, influențează deciziile privind politicile și strategiile de reflectare a conflictelor. Intensitatea și frecvența folosirii strategiilor proiectează imaginea mediativă a conflictelor, care, la rândul lor, formează cunoștințele și percepțiile publicului despre subiectul reflectat. Rezultate din tipul de strategie aplicată, efectele produselor mediatice despre conflicte sunt foarte variate, de la cele pozitive, de natură constructivă până la cele negative cu caracter distructiv. Strategiile mediatice aplicate în procesul de reflectare a situațiilor de conflict, din perspectiva impactului și a efectelor pe care le produc, pot fi divizate, simbolic, în două categorii: strategii pozitive și strategii negative [27, pp. 67-71]. Din prima categorie fac parte strategia de însoțire, de maximalizare, de minimalizare și cea de atac, iar din cea de-a doua – strategia de negare, de tăcere, de aderare și cea de învinuire. Strategiile care generează efecte pozitive în procesul de mediere a conflictelor iau în calcul interesul public și așteptărilor

sociale ale indivizilor, iar în rezultatul aplicării acestora, în circuitul informațional sunt puse produse mediatic de calitate, care au efecte pozitive. În contrariu, strategiile care generează efecte negative în procesul de mediere a conflictelor reprezintă concepte deformate, care asigură o acompaniere mediatică greșită și iresponsabilă și, de regulă, au la bază interesul privat al instituțiilor de presă (economi, politic, financiar).

Identificarea și analizarea principiilor de stimulare a dialogului social prin intermediul presei a fost un alt obiectiv al acestui capitol. În vederea realizării acestui obiectiv, a fost realizat studiul *Mediatizarea procesului de adoptare a Legii cu privire la asigurarea egalității*.

Legea cu privire la asigurarea egalității nr. 121 din 25.05.2012 a fost publicată la 29.05.2012 în *Monitorul Oficial* nr. 103, articol nr. 355, în urma unor confruntări dure și acțiuni de amploare foarte diferite și controversate atât pro, cât și contra acestui act normativ. Această lege, mai mult decât oricare alta, a polarizat societatea, unii indivizii sociali, organizații neguvernamentale, dar mai ales Biserica ortodoxă văzând în ea un pericol sporit pentru moralitatea poporului moldovenesc. Oponenții adoptării acestei legi au organizat diverse acțiuni publice de protest: conferințe de presă, marșuri, mitinguri prin care și-au exprimat deschis dezacordul și au îndemnat societatea să se opună cu vehemență adoptării acestei legi. Totodată, liderii de opinie ai acestor organizații au exploatat maximal posibil mass-media pentru a-și face publice viziunile și a influența opinia publică. O altă parte a societății, între care mai multe ONG-uri, precum: Consiliul Național al Tineretului din Moldova; Centrul de Informații *GenderDoc-M*; Centrul Național al Romilor din Moldova; Asociația Civică Internațională *Hyde Park*; Centrul de Resurse *Tineri și Liberi*; Centrul *Parteneriat pentru Dezvoltare*; Asociația *Porojan*; Institutul de Instruire în Dezvoltare *Millenium*; Societatea de Planificare a Familiei din Moldova; Societatea Internațională a Drepturilor Omului; Comitetul Internațional pentru Diplomatie Civică, din contra, s-au implicat active în susținerea și promovarea acestei legi. Aceste ONG-uri, în parteneriat cu autoritățile statale și instituțiile internaționale, au participat la conceperea și promovarea acestei legi. Acest conflict de amploare s-a manifestat atât în spațiul public, cât și în cel mediatic, iar acompanierea mediatică a evenimentelor care se succedau, deși a fost foarte diferită, a avut un rol semnificativ în asigurarea dialogului social.

În cadrul acestui studiu autorul a efectuat analiza cantitativă și de conținut a fluxurilor de informații dedicate acestui subiect, puse în circuit de către cinci publicații periodice: *Jurnal de Chișinău* [33], *Moldova Suverană* [55], *Săptămâna* [74], *Timpul* [89] și *Adevărul* [1], în perioada 01.01.2012 - 30.06.2012.

În procesul de mediere a dialogului social pe acest subiect, presa a avut de realizat două obiective majore: a informat echidistant și a oferit dreptul la replică pentru toate părțile implicate

în conflict. Cercetările au demonstrat că ziarele și-au realizat, per ansamblu, aceste obiective. Materialele care au tratat subiectul legii antidiscriminare, în majoritate, au fost scrise în baza evenimentelor care au anticipat adoptarea *Legea cu privire la asigurarea egalității*, precum și în baza celor care s-au precipitat imediat după adoptare. Ziarele au ținut pulsul acțiunilor, reflectând fiecare eveniment sau declarație privind acest subiect. Faptul că ziarele respective au venit cu materiale ce dovedesc necesitatea adoptării acestui act, fără însă a lua partea vre-unuia dintre cei implicați în conflict, este o dovadă că ea și-a îndeplinit rolul de a informa echidistant populația, iar prin aceasta, s-a manifestat ca un mediator eficient în această problemă. Pe de o parte, publicațiile periodice analizate au încercat să cultive respectul pentru sine, dar și pentru cei din jur și să inculce sentimentul toleranței în raport cu actorii implicați direct în acest conflict – factori de decizie, cler și cetățenii cu viziuni diferite. Pe de altă parte, ele au încercat să instruiască întreaga societate în vederea cultivării culturii toleranței, care definește respectul libertății altora, al modului lor de gândire și de comportare, precum și al opiniilor lor de orice natură politică, socială, culturală, economică, religioasă etc.

Sstrategiile pe care le-au utilizat ziarele analizate pentru reflectarea subiectului legii antidiscriminare sunt variate, spectrul acestora incluzând, cel mai adesea, strategiile cu efecte pozitive, deși, în unele situații, publicațiile periodice au aplicat și strategiile cu efecte negative. Cercetarea a demonstrat că frecvența și tipul materialelor jurnalistice, unghiul de abordare a problemei, accentele logice, argumentele autorilor, sursele utilizate etc. – toate au reieșit din obiectivele editoriale ale ziarelor analizate.

Acompanierea mediatică realizată de publicațiile periodice analizate s-a desfășurat în două direcții: spre factorii de decizie pentru a-i determina să întreprindă măsuri de remediere, capabile să stopeze declanșarea conflictului și spre publicului larg, pentru a-l preveni despre potențialele pericole și a-l determina să aibă o atitudine tolerantă în raport cu acest subiect. Ziarele au întreprins o activitate de supraveghere a situației, de formare a opiniei publice, dar și de monitorizare a acțiunilor de gestionare a conflictului în cauză, materialele jurnalistice având un caracter general informativ-analitic.

Cercetarea articolelor de presă care au reflectat procesul de concepere și adoptare a legii antidiscriminare din Republica Moldova, a demonstrat că presa a „dizolvat” situațiile de conflict în rândul maselor, fapt care a polarizat semnificativ opinia publică. Este un exemplu convingător de extrapolare a conflictului prin modelarea opiniei publice, care demonstrează capacitatea presei de a aduce pe agenda publică un subiect, de a atrage și de a menține atenția publică asupra acestuia și de a organiza dezbateri întru analiza, explicarea și chiar identificarea soluțiilor necesare pentru rezolvarea situațiilor de conflict.

În capitolul III, *Socializare și medierea jurnalistică: condiții de principiu și particularități*, este abordată problema socializării cetățeanului prin intermediul presei. Socializarea indivizilor și atragerea lor în dialogul social este un proces ce se realizează prin concursul mai multor instituții sociale, inclusiv al presei. Activitatea de socializare, ca rezultat al medierii jurnalistice, se realizează grație unui tip de produse mediatice particulare ce generează un anumit tip de comunicare care, mai mult decât oricare alta, se centreează pe relațiile interumane, ține în vizorul său individul social ca parte componentă a unei comunități, ca element constitutiv al unor relații sociale și se manifestă prin atitudine paternalistă în abordarea acestor subiecte. Cercetătorii converg în opinia că acest gen de comunicare se încadrează în sfera socială prin comunitatea instituțiilor sociale și oferă posibilitatea comunicării între indivizi, referitoare la apărarea intereselor acestora. Jurnalismul bazat pe acest tip de comunicare preia funcțiile unui moderator care, prin structură și formă sa, creează condiții propice pentru dialogul social.

Specialiștii în comunicare văd specificul activității mediatice de socializare a maselor în avantajul acesteia de a media realitatea prin prisma intereselor individului social și a tot ce e legat de el nemijlocit. A porni medierea realității „de la om” și de la interesele lui – acesta și este jurnalismul care socializează. Acest gen de jurnalism tinde să pună la dispoziție un tablou reprezentativ al societății, oferindu-le cetățenilor suficientă informație pentru ca ei să-și poată forma independent opiniile și să poată lua atitudini asupra unui șir de probleme.

Procesul de socializare a indivizilor se axează pe două tipuri de activități complementare: (1) producerea informației jurnalistice – activitatea presei de reproducere și de mediere a realității sociale și de asigurare a circuitului informațional și (2) asimilarea produsului jurnalistic – activitatea consumatorului de produse mediatice în raport cu fluxul informațional. Produsul informațional devine o condiție necesară și un mijloc de realizare a activității sociale în cazul ajustării conținutului și a formei lui la interesele informaționale și la necesitățile oamenilor, precum și în cazul asigurării unei difuzări complexe și a unei accesibilități maxime.

Etalarea capacităților presei de socializare a populației a impus realizarea cercetării activității lor de mediere și de mediatizate a anumitor aspecte ale realității înconjurătoare. Pentru realizarea acestui deziderat a fost realizat studiul *Mediatizarea procesului de integrare europeană a Republicii Moldova*, care a avut drept scop cercetarea calității acompanierii mediatice a acestui subiect (din perspectiva socializării maselor), realizată de agenția de știri IPN. La selectarea instituției s-a ținut cont de caracterului generalist al agenției, de formatul ei tradițional, de arealul național de valorificare și de acoperire mediatică, precum și de statutul ei privat. Totodată, selectarea acestei instituții a fost determinată și de datele API, conform cărora

IPN are cel mai mare grad de credibilitate, iar fluxului ei informațional deschis are cele mai multe accesări zilnice.

Perioada de cercetare a fost 01.01.2013 - 30.06.2013, timp în care agenția *IPN* au fost înregistrate 176 produse mediatice, realizate și puse în circuit, în care a fost folosită sintagma *integrare europeană*. Pentru cercetare au fost selectate materialele expuse în circuitul deschis, care au fost la dispoziția tuturor, deoarece procesul de socializare prin intermediul acestora a avut un caracter de masă. Cercetarea materialelor jurnalistice din perspectiva frecvenței, volumului, intensității mediatizării, unghiului de abordare, dar și a strategiilor și a tacticilor pe care le-au aplicat jurnaliștii acestei instituții în procesul de reflectare a subiectului în cauză s-a realizat în baza arhivelor electronice ale acestei instituții.

Proiectarea și construirea dialogului social în vederea formării opiniei publice și a atitudinii sociale pozitive față de procesului de integrare europeană a Republicii Moldova prin intermediul produsului jurnalistic al agenției *IPN* a permis identificarea obiectivelor pe care, prioritar, le-a promovat instituția mediatică în cauză, între care: informarea complexă a cetățenilor, semnalarea problemelor, promovarea valorilor europene și internaționalizare realității autohtone. Prin această proiecție mediatică, agenția de știri *IPN* a modelat opinia publică, orientând interesul societății spre procesul de integrare europeană, spre beneficiile și efectele acestui proces pentru toate categoriile și păturile sociale din Republica Moldova. Produsul agenției *IPN* a asigurat o reflecție pozitivă a procesului de integrare europeană, astfel contribuit la reducerea euroscepticismului în rândurile cetățenilor din RM. Astfel, studiul respectiv a etalat forța mass-mediei de socializare a cetățenilor și de modelare a opiniei publice.

Un alt obiectiv al acestui capitol a fost relevarea rolului jurnalistului în medierea dialogului social. Personalitatea jurnalistului-mediator are valoare funcțională în procesul de mediere, întrucât imaginea lui poate fi prezentă în materialele semnate de acesta atât ca „subiect al relatării”, cât și ca purtător de conținuturi de idei. În poziția jurnalistului-mediator se distinge totalitatea principiilor, viziunilor și convingerilor lui, care determină direcția activității și comportamentul lui profesional în procesul de mediere a dialogului social. Această totalitate de viziuni include elemente ce aparțin tuturor formelor conștiinței publice, un rol important revenindu-i celor științifice, morale și estetice. Cunoștințele științifice servesc pentru orientarea practică a omului în realitatea înconjurătoare și naturală; în afară de aceasta, știința raționalizează relațiile omului cu realitatea, evitând prejudecățile și rătăcirile. Principiile și normele morale servesc drept un regulator în comportamentul oamenilor și, împreună cu viziunile estetice, determină atitudinea față de mediul înconjurător, față de formele realității și de scopurile și

rezultatele acțiunii sociale. Astfel, viziunile și acțiunile jurnalistului-mediator în procesul de mediere a dialogului social reiese din reprezentările lui sociale.

Imaginea jurnalistului-mediator poate avea diverse roluri în procesul de mediere a dialogului social, între care: rolul autorului ca „oglindă” a realității, rolul autorului ca participant (erou al lucrării) sau martor la eveniment și rolul autorului ca instanță care analizează și apreciază realitatea. Fenomenul „reflectării în oglindă” are la bază strategia mediatică „de însoțire”, care contribuie la descoperirea și la diseminarea informațiilor despre opiniile și afirmațiile-cerințe ale participanților la dialogul social. Reacționând într-un fel sau altul la reacțiile și sentimentele acestora, jurnalistul-mediator își manifestă opiniile personale față de situația în care aceștia s-a pomenit implicați, prin aceasta conferind materialului de presă un anumit caracter emotiv. În procesul de mediere a unei situații de conflict, reflectarea cerințelor actanților se face nu doar la nivel emotiv, ci și rațional. Reflecțiile jurnalistului-mediator, aprecierile și părerile lui determină, în mare parte, poziția societății în raport cu aceștia. Esențiala recomandare a aprecierii constă în evaluarea faptelor și prognozarea efectelor, prin acestea influențând percepțiile și comportamentele consumatorilor de produse mediatică. Acest gen de influență se bazează pe faptul că raporturile dintre om și realitate se schimbă nu doar grație evenimentelor, ci și datorită aprecierilor și evaluărilor jurnalistice care capătă în text o coloratură social-politică bine determinată.

Activitatea jurnalistului-mediator e orientată spre evidențierea semnelor distinctive ale evenimentului, spre determinarea relațiilor dintre părțile implicate în dialog, spre formarea unor reprezentări sociale. În produsele jurnalistice pot fi utilizate noțiuni și reprezentări unice, comune, concrete și abstracte, care permit jurnalistului-mediator să facă conexiunea dintre faptele vechi și cele noi, stabilind, astfel niște relații comune între ele. Această activitate nu doar contribuie la înțelegerea evenimentului sau la aprofundarea conceptului expus, ci și la proiectarea a noi perspective și orizonturi pentru evoluția dialogului social.

Medierea jurnalistică a dialogului social solicită din partea jurnalistului-mediator să aducă în permanență argumente pro sau contra unor manifestări ale actanților, de aceea el nu poate deține simplul rol de „fixator” de evenimente. Promovând sau negând anumite acțiuni ale participanților la dialog, jurnalistul-mediator formulează judecățile privind obiectul cercetat. În acest fel, reprezentările sociale ale lui influențează obiectivele, accentul logic și finalitățile materialului jurnalistic, precum și cursul dialogului social.

Unghiul de abordare și limbajul medierii jurnalistice a constituit un alt obiectiv al capitolului în cauză. Unghiul de abordare reprezintă perspectiva în care va fi prezentat evenimentul în procesul de mediere a dialogului social și se conturează în funcție de intenția

jurnalistului: de a informa, de a transmite opinii, de a analiza cauzele sau potențialele consecințe ale evenimentului etc. El ajută la conferirea unei anumite semnificații evenimentului, în particular, și dialogului social, în general; la valorizarea componentei psihologice a subiectelor de dialog; la focalizarea interesului publicului pe un anumit aspect al lor; la descifrarea și înțelegerea evenimentului și cursul dialogului. Unghiul de abordare proiectează perspectiva din care vor fi ordonate faptele, orientând astfel jurnalistul-mediator să ierarhizeze informațiile pe care le deține, să situeze unele informații pe primul plan, iar altele pe cel secund, să facă diferență între ceea ce este esențial pentru text și ceea ce este detaliu. Unghiul de abordare devine prioritar în materialele analitice prin care se realizează medierea jurnalistică, or acestea nu doar reproduc realitatea, ci și o analizează, o explică, o prognozează. Stabilirea unghiului de abordare presupune identificarea celui mai important aspect al subiectului și de această alegere depinde întreaga organizare a dialogului social.

Alături de unghiul de abordare a subiectelor, un rol important în medierea realității sociale și în socializarea maselor îi revine limbajului jurnalistic folosit în materialele produse în acest scop. Modul în care jurnalistul relatează ceva contează tot atât de mult ca și ceea ce el relatează. Limbajul jurnalistic reflectă realul sub forma unor propoziții enunțiative ce se rezumă la observații, constatări sau chiar valorizări și este intim legat de viața socială. El se caracterizează prin dimensiunea psihoafectivă, inteligibilă și social-culturală, care sunt proiectate de cunoașterea senzorială-intuitivă și rațională a lucrurilor reflectate. În materialele informative, limbajul jurnalistic pune accentul pe cunoaștere prin percepere și pricepere, iar în cele analitice – pe valorizare și asumare.

Limbajul medierii jurnalistice reprezintă un stil funcțional cu identitate distinctă, un hibrid dintre vorbirea curentă și cea literară (uneori incluzând și elemente ale stilului științific), un aliaj capabil să reproducă realitatea pe înțelesul tuturor și să asigure dialogul social. Mass-media zilnic reflectă cele mai variate și mai diverse domenii ale activității umane, fiecare dintre care își are limbajul său specializat pe care nu îl poate folosi și, în același timp, nu îl poate înțelege oricine, decât doar cei care îl cunosc. Misiunea jurnaliștilor, în această ordine de idei, este să simplifice și să ajusteze limbajele specializate la limbajul jurnalistic, asigurând decodificarea acestora de audiență. Valoarea limbajului jurnalistic utilizat procesul de mediere a dialogului social trebuie să fie clar, precis, corect, simplu, natural, coerent, emotiv. Particularitățile limbajului medierii jurnalistice sunt: claritatea, precizia, corectitudinea, simplitatea, naturalitatea, coerența, emotivitatea.

În procesul de reflectare și de mediere a realității, instituțiile de presă folosesc, de regulă, limbajul literar. Nu sunt însă deloc rare cazurile când, în scopul eficientizării asimilării

produsului, limbajul jurnalistic folosește, de rând cu cel literar, și expresii specifice limbajelor diverselor categorii sociale sau specifice unor anumite zone geografice. Utilizarea unor limbaje diferite în procesul de mediere jurnalistică a dialogului social contribuie la nuanțarea unor caracteristici ale interlocutorilor sau la evidențierea apartenenței acestora la anumite categorii sau grupuri sociale, fapt care conturează identitatea lor socială în raport cu alți actanți ai realității mediatizate. În procesul de socializare a maselor și de mediere jurnalistică, selectarea corectă a limbajului jurnalistic în care să fie expuse faptele are o valoare incontestabilă, întrucât ea poate facilita înțelegerea de către anumite categorii de indivizi a subiectelor luate în discuție și poate modela percepțiile acestora în raport cu subiectul dialogului social.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Studiul întreprins de autor în vederea evidențierii potențialului presei de mediere a dialogului social și relevării principiilor, strategiilor și tacticilor de mediere jurnalistică a condus la următoarele **concluzii**:

1. Rolul presei în democratizarea societății rezidă în misiunea de a stabili în plan sociopolitic, economic și cultural agenda comună pe verticală – între guvernanți și cei guvernați, precum și pe orizontală – între diverși actori sociali, comunități, grupuri și categorii sociale. Astfel, una dintre activitățile principale ale presei este, pe de o parte, medierea contactului între factorii de decizie și simplii cetățeni, iar, pe de altă parte, medierea relațiilor dintre cetățenii de rând – indivizi cu statuturi sociale diferite, exponenți ai diverselor culturi, adepți ai diferitor confesiuni religioase etc. în scopul proiectării și modelării dialogului social.

2. Dialogul social este forma democratică primordială de gestionare a societății contemporane și reprezintă o categorie pluridimensională ce vizează relațiile comunicaționale între exponenții diverselor experiențe socio-culturale, între adepții diferitor puncte de vedere și viziuni asupra realității sociale, între purtătorii diverselor valori sociale. El înglobează toate formele de negociere și de consultare, precum și schimbul de informații privind conflictele, problemele, subiectele de interes comun de ordin economic, politic și social. Perspectiva dialogică oferită de presă pune în circuit pluralismul de opinie și autonomia primară a indivizilor – ca o condiție de principiu pentru existența democrației.

3. Medierea jurnalistică a dialogului social se încadrează în categoria activităților sociale, absolut necesare dezvoltării normale a oricărei societăți democratice. Acest tip de activitate jurnalistică se realizează prin cumularea unor funcții generale, dar și specifice ale presei, care, toate împreună, proiectează spațiul informațional, unde se confruntă și devin publice diverse puncte de vedere și opinii asupra unor chestiuni de interes major.

4. Strategiile folosite de presă în procesul de mediere sunt orientate spre asigurarea comunicării între fragmentele diverse ale audienței prin intermediul unui șir de consensuri, generate de convenție – acordul dintre părți în interiorul unui segment social sau chiar la nivelul întregii societăți. Principiul convențional favorizează procesul deliberativ rezultat din procesul dialogic în sfera publică, călăuzit spre căutarea și adoptarea deciziilor. Strategia mediatică poate fi interpretată drept un model sau un plan care integrează într-un tot coerent scopurile majore ale instituției de presă, obiectivele, politicile și cursul ei de acțiune în vederea mediatizării unui conflict, exprimate într-o manieră proprie, determinată de politica editorială a acesteia.

5. După efectele pe care le pot genera, strategiile de mediatizare aplicate în procesul de mediere jurnalistică a unor situații de conflict pot fi clasificate în două categorii: strategii cu efecte pozitive și strategii cu efecte negative. Din prima categorie fac parte strategia de însoțire, de maximalizare, de minimalizare și cea de atac, iar din cea de-a doua – strategia de negare, de tăcere, de aderare și cea de învinuire.

6. În medierea jurnalistică a dialogului social foarte importante sunt tacticile pe care jurnalistul le aplică în procesul de reflectare a evenimentelor. Tactica mediatică este modul de acțiune, linia de conduită și procedeele folosite de jurnalist în procesul de mediatizare a diverselor aspecte ale realității. Aplicarea unei sau altei tactici reiese din tipul de strategie în baza căreia a fost conceput materialul.

7. Implicarea presei în dialogul social transformă instituțiile acesteia în mediatori, care trebuie să ia în considerare interesele tuturor părților implicate în conflict și să găsească o soluție acceptabilă pentru toți. Astfel, înseși instituțiile de presă se transformă în participanți ai dialogului social, ele fiind un catalizator eficient al procesului constructiv de identificare a celor mai potrivite soluții pentru rezolvarea conflictelor.

8. Procesul de socializare a indivizilor prin intermediul presei, indisolubil legat de activitate de mediere, are la bază două tipuri de activități complementare: (1) producerea informației jurnalistice – activitatea presei de mediere socială și de asigurare a circuitului informațional și (2) asimilarea produsului jurnalistic – receptivitatea consumatorului de produse mediatice în raport cu fluxul informațional. Produsul jurnalistic este o condiție necesară pentru socializarea indivizilor și realizarea activităților lor sociale în vederea soluționării în comun a problemelor și conflictelor.

9. Comunicarea mediatică în vederea asigurării dialogului social, necesar pentru depășirea unor probleme sau soluționarea unor conflicte, este o consecință a actului de mediere realizat de instituțiile de presă. Comunicarea ca element al medierii conflictelor și modelării opiniei publice în raport cu acestea, capătă o relevanță semnificativă în societatea contemporană.

10. Imaginea mediatică este o realitate convențională, general acceptată din punct de vedere social, la care se raportează atât la indivizii sociali, în particular, cât și societatea în ansamblu. Ea are un impact psihologic semnificativ și influențează orice dialog social. Forța de influență a imaginilor jurnalistice despre problemele și conflictele mediate poate fi intensificată sau, din contra, diminuată în funcție de modul în care jurnalistul reflectă aceste probleme și conflicte, precum și de strategiile și de tacticile pe care le aplică în procesul de mediere.

11. Unghiul de abordare reprezintă perspectiva în care este prezentat evenimentul în procesul de mediere și se conturează în dependență de intenția jurnalistului. Capacitatea jurnalistului de a selecta unghiul de abordare potrivit este una dintre cele mai importante calitățile profesionale, or alegerea corectă a unghiului de abordare facilitează, pe de o parte, scrierea materialului și receptarea acestuia de către cititori, iar, pe de alta, înțelegerea importanței dialogului social într-o societate, precum și a necesității implicării fiecărui individ în acest dialog.

12. Limbajul jurnalistice reprezintă un stil funcțional cu identitate distinctă, un hibrid dintre vorbirea curentă și cea literară (uneori incluzând și elemente ale stilului științific), un aliaj capabil să reproducă realitatea pe înțelesul tuturor. Misiunea limbajului medierii jurnalistice este să simplifice limbajele specializate în vederea facilitării decodificării acestora de către publicul cititor.

13. Funcționalitatea unui sistem mediatic democratic presupune adecvarea anumitor cerințe. Esența acestora constă în: oportunități asigurate pentru cetățeni în vederea exprimării și apărării propriilor interese; supravegherea pertinentă a acțiunilor guvernării, crearea condițiilor pentru menținerea unui acord social constructiv ș. a. Doar în acest caz are loc consolidarea unui sistem deschis, bazat pe respectarea aspirațiilor tuturor elementelor societății de participare reală în viața socială afirmarea plenară a dialogului social.

14. Presa dispune de un potențial semnificativ pentru mediere socială și pentru promovarea dialogului social. Dezvoltarea continuă a acestei laturi de activitate a presei, în condițiile asigurării respectării principiilor de desfășurare a acestui dialog, reprezintă o premisă sigură pentru armonizarea vieții sociale.

În conformitate cu concluziile expuse, propunem un șir de **recomandări** în vederea eficientizării activității presei de mediere a dialogului social:

1. Orientarea instituțiilor media spre extinderea diapazonului tematic al publicațiilor prin includerea în grilele de emisie a programelor posturilor de radio și TV, în paginile publicațiilor periodice sau în fluxurile de produse jurnalistice on-line a mai multor emisiuni și cicluri de materiale ce ar asigura transparența vieții social-politice, economice, culturale, luării deciziilor în

toate domeniile de activitate a societății, fortificarea și amplificarea publicațiilor care pot contribui la formarea culturii dialogice a cetățenilor și promovează spiritul participativ, incluziunea socială etc.

2. Promovarea consecventă de instituțiile de presă a valorilor sociale în scopul formării abilităților de autoidentificare și de autorealizare a indivizilor sociali, acordarea atenției sporite includerii în agenda mediatică și promovării valorilor civice, naționale, fortificarea practicii de difuzare a ciclurilor de materiale și emisiuni cognitive, în scopul formării culturii civice și sporirii gradului de implicare a cetățenilor în soluționarea conflictelor și problemelor sociale.

3. Mediatizarea mai frecventă a practicilor pozitive de soluționare a conflictelor sociale în vederea cultivării toleranței. În acest sens, se impune mediatizarea implicațiilor constructive pe verticală și pe orizontală, atât ale factorilor de decizie, cât și ale cetățenilor, precum și a acțiunilor comune ale acestora care au condus la consens.

4. Realizarea de către fiecare instituție mediatică a unui dialog permanent cu publicul său în vederea cunoașterii realităților acestuia: necesitățile, solicitările, problemele cu care se confruntă etc.

5. Includerea mai substanțială în agenda de activitate a instituțiilor antrenate în monitorizarea, supravegherea, gestionarea sectorului mediatic (CCA, Consiliul de Presă, Consiliul de Observatori al Instituției Publice Naționale a Audiovizualului, Uniunile Jurnaliștilor etc.), pentru a sensibiliza societatea în ansamblu, precum și instituțiile puterii despre importanța conlucrării permanente asupra fortificării interacțiunii informaționale, sporirea prezenței mass-mediei în societate în postură de mediator social, moderator al dialogului social.

6. Implicarea organizațiilor nonguvernamentale din sfera mediatică în elaborarea programelor de politică informațională, în organizarea de forumuri, festivaluri, concursuri, traininguri pentru dezvoltarea jurnalismului care promovează dialogul social, formarea jurnaliștilor ca mediatori, susținerea, la toate nivelurile, a interesului pentru dialog social plener.

BIBLIOGRAFIE

1. Ancheș D.-I. Mediarea în viața social-politică. Rezumatul tezei de doctorat. Cluj-Napoca: Universitatea „Babeș Bolyai”, 2010. 55 p.
2. Beciu C. Spațiul Public în societatea informațională. Impactul noilor tehnologii de comunicare. In: Florin Filip (Coord.). Societatea informațională, societatea cunoașterii – concepte și strategii. București: Editura Expert, 2001, pp. 165-177.
3. Bogdan-Dascălu D. Limbajul publicistic actual. Timișoara: Augusta-Artpress, 2006. 137 p.
4. Bolocan Gh. Unele caracteristici ale stilului publicistic al limbii române literare. În: Studii și cercetări lingvistice, 1961, Anul XII, nr. 1, pp. 35-71.
5. Coman M. Introducere în sistemul mass media. Iași: Polirom, 2007. 360 p.

6. Coteanu I. Stilistica funcțională a limbii române. Stil, stilistică, limbaj. București: Academiei, 1973. 204 p.
7. Cvasnii-Cătănescu M. Retorică publicistică. De la paratext la text. București: Universitatea din București, 2006. 266 p.
8. Ferreol G., Flageul N. Metode si tehnici de exprimare scrisa si orala. Iași: Polirom, 2007. 216 p.
9. Gheție I. Introducere în studiul limbii române literare. București: Științifică și Enciclopedică, 1982, pp. 157-163.
10. Guzun I., Ciornei V. Omul, mai ales. Chișinău: Logos Print, 2005. 112 p.
11. Guzun M. Toleranța politică și etnică din perspectiva mediatică. Chișinău: CCRE Presa, 2005. 80 p.
12. Lescu M. Activitatea profesională a jurnalistului. În: Integrare prin cercetare și inovare. Teze ale conferinței științifice. Chișinău: CEP USM, 2014, pp. 67-68.
13. Malcoci L. Mass-media și opinia publică în societatea de tranziție: interferențe. Chișinău: AȘM, 2000. 156 p.
14. Marin C. Societatea civilă. Între mit politic și pledoarie socială. Chișinău: Epigraf, 2002. 182 p.
15. Mâneca C. Statistica lexicală și stilurile limbii. În: Limba română, 1973, XXII, nr. 6, pp. 529-544.
16. Moraru V. Mass media vs politica. Chișinău: CEP USM, 2001. 206 p.
17. Moraru V. Puterea, mass-media și constituirea spațiului public. În: Societatea și comunicarea în tranziție. Coord. V. Moraru. Chișinău: IMM, 2008, pp. 6-18.
18. Neculau A. Psihologia cîmpului social. Reprezentările sociale. Iași: Polirom, 1997. 248 p.
19. Pârvulescu C. În căutarea dialogului civic. În: România Liberă, 2010, 1 octombrie.
20. Ramonet I. Geopolitica haosului. București: Doina, 1998. 156 p.
21. Randall D. Jurnalistul universal. Iași: Polirom, 1997. 272 p.
22. Roșca L. Producția textului jurnalistic. Iași: Polirom, 2004. 232 p.
23. Sandu D. Schimbarea ca paradigmă socială. În: Sfera politicii, 1997, nr. 46, pp. 4-8.
24. Slama-Cazacu T. Limbaj și Context. Problema limbajului în concepția exprimării și a interpretării prin organizări contextuale. București: Științifică, 1959. 464 p.
25. Snegureac L. Dialogul Politic sau Politica Dialogului? În: Timpul, 2011, 13 august.
26. Stepanov G. Jurnalismul social: aspecte definitorii. Chișinău: CEP USM, 2015. 246 p.
27. Stepanov G., Guzun I. Jurnalismul în situații de criză. Chișinău: CEP USM, 2010. 228 p.
28. Șchifirneț C. Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în era Internetului. București: Tritonic, 2014. 356 p.
29. Tacu M. Teorii mediatice contemporane. Suport de curs. Chișinău: CEP USM, 2016. 70 p.
30. Tarța A.-G. Comunicarea mediatică în construirea socială a realității. În: Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Cluj-Napoca: Ephemerides, 2008, nr. 2, pp. 142-153.
31. Țurcanu D. Realitatea politică ca obiect de falsificare mediatică. În: Realitățile politice și realitățile mediatice. Coord. V. Moraru. Chișinău: ICJP, 2014, pp. 46-58.
32. Zavadschi Ala, Andronic Ludmila. Comunicare societală și relații publice în perioadă de criză. Chișinău: FJȘC, 2010. 203 p.
33. Bachmann Ph. Communiquer avec la presse écrite et audiovisuelle / Metier Journaliste. Paris: Victoires-Editions, 2004. 201 p.
34. Baumann M., Siebert H. The Media as Mediator. Colorado: NIDR Forum, 1993, pp. 28-32.

35. Bush B. R. A., Folger J. P. *The Promise of Mediation: The transformative approach to conflict*. San Francisco: Jossey Bass, 2005. 287 p.
36. *Conflict, Citizenship and Civil Society*. Eds.: P. Baert et al. London: Routledge, 2010. 288 p.
37. Davallon J. *La médiation : la communication en procès?* În: *Médiation et information*, 2003, nr. 19, pp. 37-59.
38. Dong Q. *Mass Media Socialization Research*. San Diego: Cornella, 2012. 552 p.
39. Dunleavy P. *New Worlds in Political Sciences*. În: *Dialogue and Innovation in Contemporary Political Science*. Political studies. Special Issue, 2010, vol. 58, Issue 2, pp. 239-265.
40. Ghellab Y. *Recovering from the crisis through social dialogue*. Geneva: International Labour Office, 2009. 12 p.
41. Guillaume-Hofnung M. *La Médiation Que sais-je?* 4e édition, Paris: PUF, 2007, 201 p.
42. Habermas J. *Between Facts and Norms*. New Baskerville: MIT Press, 1996. 675 p.
43. Hjarvard S. *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agentsof Social and Cultural Change*. *Nordicom Review*, 2008, vol. 29, nr. 2, pp. 105-134.
44. Jeffers K. *Inclusive democracy in Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2007. 134 p.
45. Loveless M. *Understanding Media Socialization in Democratizing Countries: Mobilization and Malaise in Ce* Ghellab Y. *Recovering from the crisis through social dialogue*. Geneva: International Labour Office, 2009. 12 p.
46. McCoy M. L., Scully P. L. *Deliberative Dialogue to Expand Civic Engagement: What Kind of Talk Does Democracy Need?* În: *National Civic Review*, 2002, Vol. 91, nr. 2, pp. 117-135.
47. Merritt D., Rosen J., A. Austin. *Public Journalism: Theory and Practice*. Indiana University School of Journalism, 1995. 47 p.
48. Shiv G., Zoller H. M. *Dialogue, Activism, and Democratic Social Change*. În: *Communication Theory*, 2012, nr. 22, pp. 66-91.
49. *Social Change and Conflict Transformation*. /Berghof Handbook for Conflict Transformation. Dialogue Series, nr. 5. Eds.: D. Bloomfield, M. Fischer, B. Schmelzle. Berlin: Research Center for Constructive Conflict Management, 2007. 100 p.
50. Swidler L. *Dialogue for Interreligious Understanding: Strategies for the Transformation of Culture-Shaping Institutions*. Philadelphia: Springer, 2014. 212 p.
51. Todorov T., Bakhtine M. *Le principe dialogique*. Paris: Seuil, 1981. 318 p.

PUBLICAȚII LA TEMA TEZEI:

1. MANOLESCU M. Toleranța ca principiu al activității mediatice. În: *Философия в цивилизационном контексте. Сборник трудов по материалам международной научной конференции „Философское знание и вызовы цивилизационного развития”*. Республика Беларусь, г. Минск, Институт философии НАН Беларуси, 21 –22 апреля 2016. – Минск: Право и экономика, 2017, pp. 192-195. ISBN 978-985-552-686-6.
2. MANOLESCU M. Dialogul social vs conflict social. În: *Pregătim viitorul promovând excelența. Studii și articole*. Iași: Editura Apollonia, 2016, pp. 393-343. ISBN 978-606-8410-74-6.
3. MANOLESCU M. Toleranța ca principiu al medierii prin mass-media. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2016, nr 3, pp. 202-208. ISSN 1857-2294.
3. MANOLESCU M. Repere ale dialogului social. În: *Tendințe contemporane ale dezvoltării științei. Materialele Conferinței științifice internaționale a doctoranzilor*. Chișinău: Universitatea Academiei de Științe a Moldovei, 2015, p. 177. ISBN 978-9975-3036-4-4.
5. MANOLESCU M. Condiția de afirmare a dialogului civic și social. În: V. Moraru (Coord.) *Europenizarea: fațetele procesului*. Chișinău: AȘM, 2013, pp. 225-228. ISBN 978-9975-57-064-0.
6. MANOLESCU M. Unghiul de abordare în jurnalismul de socializare. În: *Studia Universitatis. Seria Științe Sociale*, 2012, nr. 1, pp. 206-209. ISSN 1857-2081.
7. MANOLESCU M. Rolul jurnalistului în construirea socială a realității. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2012, nr. 1, pp. 180-188. ISSN 1857-2294.
8. MANOLESCU M. Rolul limbajului mass-media în socializarea maselor. În: *Mass-media: între document și interpretare. Studii și cercetări de istorie a presei*. Chișinău: CEP USM, 2012, pp. 76-83. ISBN 978-9975-71-237-8.
9. MANOLESCU M. Interviu – modalitate de zugrăvire a portretelor sociale. În: *Interferențe universitare – integrare prin cercetare și inovare. Conferința științifică cu participare internațională. 25-26 septembrie 2012. Rezumate ale comunicărilor. Științe sociale*. Chișinău: CEP USM, 2012, pp. 24-26. ISBN 978-9975-71-268-2.
10. MANOLESCU M. Rolul limbajului mass-media în socializarea maselor. În: *Mass-media: între document și interpretare. Tezele comunicărilor științifice ale participanților la Congresul internațional de istorie a presei, ediția a V-a, Chișinău, USM, 27-28 aprilie 2012*. Chișinău: CEP USM, 2012, pp. 23-27. ISBN 978-9975-71-238-5.
11. MANOLESCU M. Aspecte ale socializării cetățeanului prin mass media. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2011, nr. 3, pp. 184-190. ISSN 1857-2294.

ADNOTARE

Autor: MANOLESCU Mădălina Camelia

Tema: **Potențialul presei în medierea dialogului social.** Teză de doctor în științe ale comunicării la specialitatea 571.01 – Jurnalism și procese mediatică. Chișinău, 2016.

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 177 de titluri, 154 de pagini text de bază, 2 tabele. Rezultatele obținute se regăsesc în 11 lucrări științifice publicate.

Cuvinte-cheie: presă, democratizare, mediere socială, dialog social, conflict social, socializare, democrație dialogică, strategie mediatică, tactică, potențial.

Domeniul de studiu: Media / Științe ale comunicării.

Scopul lucrării: determinarea principiilor activității de mediere jurnalistică și de stimulare a dialogului social, analiza strategiilor și tacticilor de abordare jurnalistică a situațiilor de conflict și elucidarea potențialului presei în medierea dialogului social.

Obiectivele lucrării: determinarea specificului abordării conceptual-teoretice a fenomenului *dialog social*, raportat la realitățile mediatică, analiza principiilor de mediere jurnalistică a dialogului social, cercetarea practicilor presei de socializare a maselor, relevarea particularităților organizării dialogului social prin intermediul presei.

Problema științifică importantă soluționată rezidă în elucidarea complexă a procesului de mediere jurnalistică a problemelor/conflictelor sociale, inclusiv, identificarea potențialului presei în proiectarea, medierea și stimularea dialogului social, în determinarea calității actului de mediere jurnalistică și a eficienței factorului mediatic din perspectiva capacității lui de reflectare a proceselor de democratizare a societății. Problema științifică soluționată a fost abordată prin prisma principiilor și strategiilor jurnalistice de reflectare a problemelor și conflictelor sociale, a implicațiilor presei în medierea acestora, fapt ce a condus la evidențierea potențialului presei în promovarea, menținerea și stimularea dialogului social.

Noutatea și originalitatea științifică constă în determinarea potențialului presei de mediere a situațiilor de conflict și de stimulare a dialogului social, precum și în identificarea modului de implicare a acestui gen de activitate mediatică în procesele de democratizare a societății.

Rezultatele științifice principale înaintate spre susținere rezidă în: *determinarea* condițiilor de afirmare a dialogului social și a implicațiilor presei în procesele de democratizare a societății; *evidențierea* principiilor de mediere jurnalistică; *analiza* strategiilor și tacticilor de mediere a situațiilor de conflict prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, *elucidarea* potențialului presei de mediere a dialogului social.

Semnificația teoretică a tezei rezidă în: crearea unui cadru teoretic de analiză a jurnalismului din perspectiva potențialului lui de mediere a dialogului social, a funcționalității presei și a rolului ei în stimularea dialogului social; elaborarea modelelor de abordare a realității sociale bazate pe diverse strategii și tactici de mediere jurnalistică.

Valoarea aplicativă a lucrării constă în rezultatele cercetărilor asupra potențialului mass-mediei de mediere a dialogului social, în informațiile factologice și datele statistice, materialele empirice din studiu, care pot servi drept bază metodologică pentru elaborarea politicilor editoriale ale publicațiilor periodice, posturilor de radio și TV, agențiilor de știri.

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

ANNOTATION

Author: MANOLESCU Mădălina Camelia

Topic: **The potential of the press to mediate the social dialogue.** Doctoral thesis in Communication Sciences, Specialty 571.01 - Journalism and Media Processes. Chisinau, 2016.

Structure of the thesis: introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, bibliography comprising 177 titles, 154 basic text pages, 2 tables. The results obtained can be found in 11 published scientific papers.

Key words: press, democratization, social mediation, social dialogue, social conflict, socialization, dialogic democracy, media strategy, tactics, potential.

Field of study: Media / Communication Sciences.

The purpose of the paper: to determine the principles of journalistic mediation and of the encouragement of the social dialogue, to analyze the media strategies and tactics in order to address conflict situations and get across the press's potential in mediating the social dialogue.

Objectives of the paper: to determine the specifics of the conceptual-theoretical approach of the social dialogue phenomenon, related to media realities and analysis of principles, of social dialogue journalistic mediation, to study the media's practices of mass socialization, to reveal the particularities of organizing and maintaining the social dialogue through media.

The important scientific problem solved makes reference to a complex approach of the process of journalistic mediation of social problems / conflicts, including the identification of the media potential in the mediation and encouragement of the social dialogue, the determination of the quality of the journalistic mediation act and the efficiency of the media factor in terms of its capacity to reflect the processes of society's democratization. The solved scientific problem was approached in terms of the principles and strategies of journalism to reflect social problems and conflicts, media implications in mediation, which led to highlighting the potential of the press in promoting, maintaining and stimulating social dialogue.

Scientific novelty and originality consists in elucidating the media's potential of mediating conflict situations and encouraging the social dialogue, as well as in identifying the impact of media activity in the processes of society's democratization.

The new important results for science and practice are as follows: determination of social dialogue auspicious conditions and the media's implication in the processes of society's democratization; emphasizing the principles of journalistic mediation; analyzing the strategies and tactics of mediating the conflict situations through media, elucidating the media's potential of the social dialogue mediation.

The theoretical significance of the thesis lies in: the creation of a theoretical framework of journalism in terms of its capability for mediating the social dialogue, the media's functionality and its role in encouraging the social dialogue; developing patterns for addressing the social reality based on various operational strategies and practices.

The applicative value of the paper is related to the research results regarding the media's potential of mediating the social dialogue, the factual information and the statistical data, the empirical materials of the study, which can serve as a methodological basis for elaborating the editorial policies of periodicals, radio TV stations and news agencies.

Implementation of scientific results: the scientific results were implemented by both publishing 11 articles and studies and contributions to national and international conferences.

АННОТАЦИЯ

МАНОЛЕСКУ Мэдэлина Камелия. Потенциал печати в медиации социального диалога. Диссертация на соискание ученой степени доктора наук в области наук о коммуникации. Специальность 571.01 – Журналистика и медиатические процессы. Кишинев, 2016.

Структура диссертации. Настоящее исследование включает в себя: аннотации на румынском, русском и английском языках, содержание, введение, текст на 154 страницах, 177 библиографических источников, 2 таблицы. Результаты исследования отражены в 11 опубликованных научных работах.

Ключевые слова: Печать, демократизация, социальная медиация, социальный диалог, социальный конфликт, социализация, диалогическая демократия, медиа стратегия, тактика, потенциал.

Область исследования. Средства массовой информации и коммуникации.

Цель и задачи диссертации. Цель диссертации заключается в научном исследовании принципов журналистской медиации социального диалога, в анализе стратегий в осмыслении конфликтных ситуаций и в раскрытии потенциала СМИ в медиации социального диалога. В рамках исследования были поставлены и выполнены следующие задачи: концептуально-теоретическое рассмотрение специфики социального диалога в соотношении с деятельностью СМИ, анализ стратегий журналистской медиации диалога, раскрытие опыта СМИ в социализации масс, выявление особенностей организации и поддержки социального диалога посредством СМИ.

Основная решенная научная проблема: комплексное исследование процесса журналистской медиации конфликтов и идентификация возможностей СМИ в медиации и стимулировании социального диалога, в том числе, оценка особенностей журналистского акта медиации и эффективности медиа-фактора с точки зрения его способности отражать процессы демократизации общества, выявление потенциала СМИ в продвижении, поддержании и стимулировании социального диалога, учитывая принципы и стратегии журналистики при рассмотрении социальных проблем и конфликтов, медиации социального диалога.

Научная новизна и оригинальность исследования определяются выявлением потенциала СМИ в медиации и стимулировании социального диалога, идентификацией характера включенности СМИ в процессы демократизации общества. Научные положения, выдвигаемые к защите заключаются в определении условий утверждения социального диалога, раскрытии принципов журналистской медиации, анализе стратегий медиации социальных конфликтов посредством СМИ.

Теоретическое значение данной работы заключается в создании теоретических основ для анализа журналистики с точки зрения ее потенциала в медиации и стимулировании социального диалога, а также в разработке моделей раскрытия социальной действительности, основанных на различных стратегиях.

Практическая значимость работы состоит в применимости результатов исследования для оценки потенциала прессы в медиации социального диалога, в эмпирическом материале, которые могут служить методологической базой для разработки издательских политик периодических изданий, радио и телеканалов, агентств новостей.

Внедрение научных результатов. Теоретические и практические исследования, результаты которых представлены в диссертации, были опубликованы в 11 научных статьях и изложены в докладах и сообщениях на национальных и международных конференциях.

MANOLESCU MĂDĂLINA CAMELIA

POTENȚIALUL PRESEI ÎN MEDIEREA DIALOGULUI SOCIAL

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

AUTOREFERATUL

tezei de doctor în științe ale comunicării

Aprobat spre tipar: 25.10.2017

Hîrtie offset. Tipar offset.

Coli de tipar: 1,3.

Formatul hîrtiei 60x84 1/16

Tiraj 40 ex.

Comanda nr. 37

Biblioteca Științifică (Institut) a AȘM
bd. Ștefan cel Mare 1. Chișinău, MD 2001