

CONCEPTUL ACTUAL AL PROFESIONALISMULUI ÎN JURNALISM: VALENȚE ȘI INTERPRETĂRI

THE CURRENT CONCEPT OF PROFESSIONALISM IN JOURNALISM: VALUES AND INTERPRETATIONS

Victor MORARU

*doctor habilitat în științe politice, profesor universitar, acad. al AȘM
Universitatea de Stat din Moldova*

ORCID: 0000-0002-0322-6086

victor.moraru@usm.md

Summary

Journalism does not lend itself to a single interpretation. This is due to the real complexity of the phenomenon. The development of contemporary journalism naturally incorporates elements of continuity and innovation at the same time. In the context of major cultural and technological transformations, the issues of defining the profession and professionalism are coming to the fore. It is precisely these innovative changes in journalism that form the focus of the investigations in this article.

Key words: *journalism, media, journalistic professionalism, impact of the internet, citizen journalism, transformations of journalism*

„Este jurnalismul o profesie, se întreba cu ostentație un exeget al domeniului? - Și dacă da – ce anume face dintr-un jurnalist un adevarat profesionist?” (Is journalism a profession? And if so, what makes a journalist professional?) [1]. Și, am adăuga noi, pe lângă calitățile de care ar dispune, care ar fi condițiile de realizare a dezideratului acestui profesionalism? Întrebarile par a fi sacramentale, dar, oricum, necesită răspunsuri pertinente.

Lucru știut, și lucru cât se poate de comun, o definiție simplă, poate simplistă, dar în linii mari, corectă, specifică în privința profesiei de jurnalist că desemnează o activitate specializată și instituționalizată (până nu demult) de colectare, prelucrare și difuzare a informației în formă de texte jurnalistice. Enciclopedia „Britannica” precizează – este vorba de colectarea, pregătirea și distribuirea de știri, comentarii și materiale informative aferente prin intermediul unor medii tipărite și electronice, cum ar fi ziare, reviste, cărți, bloguri, transmisiuni web, podcasturi, rețele sociale și site-uri de socializare, e-mail, precum și prin radio, filme și televiziune [2].

Particularitățile semnalate ale muncii jurnalistice permit a caracteriza profesia din mai multe perspective sau dimensiuni de creație, tehnologică, economică etc. Dimensiunea de creație, de exemplu, se manifestă la toate etapele activității jurnalistice – căutarea temei actuale, identificarea și unghiul de abordare a problemei, acumularea materialului factologic, crearea mesajului. Și pentru a izbuti, este nevoie de competențe specifice – așa cum au fost formulate, de exemplu, în literatura de specialitate [3, p. 45], conven-

tional și neexhaustiv, desigur, dar cu o doză destul de mare de plauzibilitate: jurnaliștii ar trebui (1) să posede o cunoaștere aprofundată a istoriei relevante, a actualității și o gândire analitică, (2) să aibă expertiză în subiectele specifice despre care relatează, (3) să aibă cunoștințe științifice despre procesul de comunicare, (4) să stăpânească abilități jurnalistice și (5) să se comporte în conformitate cu normele de etică profesională.

Competența generală înseamnă pur și simplu că jurnaliștii, pentru a evalua importanța evenimentelor și problemelor și pentru a conecta cunoștințele la context, au nevoie de o perspectivă intelectuală mai largă, care le-ar permite să ia decizii echilibrate în materie de conținut. În plus, jurnaliștii trebuie să știe cum să aplice gândirea analitică în tot ceea ce fac, de la verificarea informațiilor, contestarea informațiilor false sau a surselor dubioase de știri până la înțelegerea modelelor de comportament și a motivațiilor oamenilor. „Jurnaliștii, la fel ca și cercetătorii, exprimă cunoașterea prin corelarea faptelor cu contextele. Au nevoie de abilități analitice și critice, precum și de cunoștințe substanțiale” [4, p. 84].

Astfel, etapa dobândirii cunoștințelor este foarte importantă, dar ele trebuie transformate în instrumentarul propriu care funcționează ca scheme generalizate. Un alt gând care mi se pare substanțial - principalul în pregătirea specialistului devine nu atât recepția informației, cât filtrarea și selectarea ei, activitățile de monitorizare a informației. Sarcina tradițională a jurnalismului se deplasează acum spre gestionarea fluxului social de informații și supervizarea dezbaterii publice.

Jurnalismul, conectat irevocabil la procesele marcate de spiritul modern, se manifestă plenar în viața socială și politică, căutând răspunsuri la provocările timpului și raportându-se mereu la transformările survenite. În consecință, dinamica dezvoltării jurnalismului conturează un peisaj multivalent al mediilor în continuă schimbare, comportă emergența spectaculară a noilor forme și paradigme mediatice. În acest context, factorul cel mai relevant al schimbărilor continuă să fie, conform opiniei notoriului cercetător Manuel Castells, Internetul, „tehnologia decisivă a Erei Informaționale” [5, p. 132].

Explicând natura transformărilor jurnalismului ca profesie, Mark Deuze a evidențiat două concluzii générale care caracterizează acest proces: „creșterea presiunilor asupra jurnaliștilor, care trebuie să-și reechipeze și să își diversifice setul de competențe pentru a produce mai multă muncă în același interval de timp, sub presiunea continuă a termenelor limită pentru una sau mai multe media. Cea de-al doua concluzie a vizat faptul că tehnologia nu este un agent neutru în modul în care operatorii media își desfășoară activitatea - hardware-ul și software-ul tind să amplifice modalitățile existente în domeniu și sunt folosite pentru a completa mai degrabă decât pentru a schimba radical ceea ce oamenii făceau deja și necesită mult timp pentru a se sedimenta în cultura de lucru a unei organizații de știri [6, p. 11].

În mod firesc, determinat de complexitatea conceptului, jurnalismul nu se pretează nicidecum unei interpretări univoce. Perceput din diferite perspective ca „fenomen, profesie, industrie, cultură” [7, p. 66], jurnalismul poate avea diverse definiții, focalizate pe diverse unghiuri de abordare, care ilustrează cu prisosință diversitatea manifestărilor și, respectiv, a accepțiilor. Pe de o parte, acest fapt este justificat de evoluția mijloacelor de comunicare în masă, care au proprietatea de a se perfecționa, și tendința de a se orienta

tot mai mult spre acapararea publicului din mediul online. Pe de altă parte, însăși istoria comunicării, dar și actualul statut al jurnalistului vine să completeze mereu activitatea jurnalistică cu aspecte noi și specifice.

Jurnalismul contemporan, astfel, înregistrează caracteristici marcate concomitent de însemnele continuității și inovării. În contextul unei retrospective vizând devenirea cotidianului *Le Monde*, Yves Agnès, fostul redactor șef al acestei publicații, menționa: „Favorizarea comunicării, a schimbului, prin difuzarea informației și punerea ei într-o perspectivă mai largă, iată misiunea profundă a jurnalismului, care o face să devină un factor puternic al dezvoltării umane. De mai bine de 200 de ani, funcția aceasta este recunoscută drept unul dintre „principiile fondatoare ale unei societăți libere și democratice” [8, p. 15]. Astfel, pornind de la ideea impactului social și a rolului major al jurnalismului, notoriul jurnalist constată că jurnalismul din secolul XXI, se bazează pe aceleași principii pe care le-a moștenit încă de la apariția și constituirea sa ca profesie: furnizarea informațiilor de interes public, actuale, utile, veridice. O astfel de abordare a jurnalismului permite interpretarea acestui gen de activitate drept angajament al celor implicați în procesul de comunicare mediatică, intervenind în câmpul social „pentru a-i înlesni o funcționare sănătoasă”. În altă ordine de idei, jurnalismul, în linii mari, este activitatea care constă în obținerea, prelucrarea și distribuirea informațiilor de interes public. Fără doar și poate, este elementul central al comunicării mediatice, dar și o muncă al cărei produs finit este produsul mediatic de calitate. În consecință, scrisul pentru ziar, realizarea unor știri radio sau TV, producerea emisiunilor sau a materialelor pentru plasare în spațiul virtual, și orice altă activitate ce are drept finalitate comunicarea prin intermediul canalelor mediatice sunt exemple de discurs, adresat unui interlocutor deosebit, menționat în literatura de specialitate cu termenii „public”, „audiență”.

Este important de menționat, în acest context, că, pe timpuri, cu decenii în urmă, Internetul, calificat drept generator al „turbulenței informaționale” [9, p. 15], a început să fie perceput drept o nouă provocare și un factor evident al schimbărilor din domeniul jurnalismului contemporan. Încă de pe atunci apărea chestiunea extinderii globale a comunicării mediatice drept urmare a volumului sporit de informații, a vitezei de transmitere a lor la distanțe nelimitate.

Într-un mod vizibil și spectaculos, evoluția tehnologică a mijloacelor de comunicare de masă în totalitatea lor (atât a presei scrise, dar mai ales a massmediei electronice), dezvoltarea vertiginoasă a așa zisei *computer mediated communication*, sporirea oportunităților comunicaționale oferite auditoriului, „a conturat o nouă configurație a universului mediatic, marcată de o expansiune peremptorie și consecventă, de un efort continuu în vederea diversificării modalităților de transmitere a mesajelor” [10, p. 7], de o afirmare substanțială a noilor factori de incidență asupra fluxului informațional, ca superabundența, rapiditatea difuzării și mercantilizarea informației [11, p. 84].

În fond, toate aceste constatări converg în confirmarea justeții concluziei lui Manuel Catells privind Internetul ca „motor al schimbărilor” [12, p. 15], „emblema simbolică” a tendințelor recente ale societății [13, p. 81], gemenele noii construcții sociale, bazate pe modalitatea dialogică și determinate de invazia tehnologică și antrenată plenar în trecerea dincolo de hotarele statului național pentru a modela comunitatea noii comunicări [14, p. 125].

Astfel, există toate temeiurile pentru a constata că jurnalismul contemporan este un fenomen cu multiple aspecte, foarte diversificat, aflat în evoluție și stimulat de un șir de factori de diversă natură, precum cei economici, politici, de dezvoltare a societății și a tehnologiilor de comunicare. În cadrul unor studii privind apariția și dezvoltarea fenomenului mediatic contemporan, acești factori sunt interpretați drept consecința unei evoluții marcate de trei etape majore din istoria comunicării mediatice: 1) etapa presei tipărite (înc. sec. XVII), 2) etapa presei audiovizuale (înc. sec. XX), 3) etapa presei online (sec. XX - înc. sec. XXI). Comentând această cronologie a fenomenului mediatic, cercetătorii reliefează ideea că „dezvoltarea complexă și multidimensională a societății umane a condus, de-a lungul timpului, la creșterea atât a importanței mijloacelor de informare în masă, cât și la sporirea necesității informaționale și a dependenței individului social de informația de presă” [15, p. 10]. Astfel, jurnalismul actual apare drept consecința a câtorva fenomene distincte: evoluția sistemelor economice, evoluția sistemelor politice, evoluția sistemelor tehnologice, evoluția sistemelor sociale. Prin urmare, jurnalismul contemporan are o istorie la origini, constituită în urma dezvoltării localităților urbane și apariția unor noi centre comerciale, a consolidării informației în calitate de produs și a primelor edituri pe poziția de importante întreprinderi din domeniul industriei mediatice, a percepției presei ca mijloc de informare a cetățeanului, dar și drept arenă a dezbaterilor politice. Actualul jurnalism se profilează ca o continuare a jurnalismului clasic, care s-a readaptat în rezultatul unor invenții ce i-au îmbunătățit sistemul tehnologic de creare și distribuire a informațiilor.

Referitor la această evoluție a jurnalismului, rezultatele unor cercetări mai recente confirmă plener impactul Internetului și a noilor mijloace de comunicare în masă. În consecință, noile media sunt parte a societății informaționale, caracterizată prin progres și supraabundența informației, apariția și evoluția cărora este strict legată de dezvoltarea într-un ritm vertiginos a noilor tehnologii informaționale, „devenite rapid un aliat de încredere al sistemului mass-media, o forță absolută și omniprezentă care s-a impus ca un sistem cu o putere de influență deosebită, având un impact major asupra aspectelor psihologice, sociale, economice, politice, culturale și educaționale ale vieții individului” [16, p. 67].

David Randall, autorul lucrării „Jurnalismul universal”, relevă primatul muncii reportericești în descoperirea de informații, accentuând importanța etapei documentării. După părerea jurnalistului britanic, un bun reporter trebuie să fie dotat de abilități specifice, printre care cele privind arta scrisului, dar și capacitățile de a identifica evenimentele importante și informațiile ponderabile. Astfel, în viziunea sa, reporterul poate fi definit drept persoana care „întrunește o întregă sumă de însușiri care îi permit să descopere fapte și să le înregistreze în mod corespunzător, are la dispoziție ceva echipament tehnic și de asemenea, echipament intelectual. În plus, pentru a fi un bun reporter, va mai trebui să aibă un caracter pe măsură”. În lista cu echipamente tehnice, David Randall menționează carnetul de notițe și pixul, ustensile cunoscute și preluate din practicile jurnalistice ale secolului al XIX-lea, la care adăugă altele mai noi: reportofonul, aparatul de fotografiat. În aceeași listă sunt menționate și cunoașterea limbilor străine, dar și abilitățile de lucru la calculator. Acestea din urmă, permit constatarea faptului că, aproximativ cu două decenii în urmă, preferințele unui public nou și particularitățile societății

globale au înaintat noi cerințe vizavi de cei specializați și antrenați în procesul de comunicare mediatică. Încă de pe atunci, computerele care erau „din ce în ce mai folosite în lumea întreagă pentru producerea publicațiilor” și considerate „utile pentru reporteri în documentare” se aplicau în două sensuri: de obținere a unor informații grație bazelor de date stocate în mediul online din acea perioadă, dar și de transmitere a materialului din teren către cei din redacție [17, p. 52]. Setul de echipamente intelectuale, menționate de David Randall se referea la abilitățile necesare pentru activitatea cotidiană a reporterului precum flerul jurnalistic (instinctul, simțul știrii), flexibilitatea și corectitudinea în comunicarea cu alte persoane, spirit activ.

Totuși, stabilirea „ordinii de zi” (acțiunea de „agenda setting”), se pare că reprezintă cea mai relevantă activitate și acțiune tranșantă a acestei categorii de jurnaliști. Conștientizarea faptului că mass-media cu adevărat formulează și direcționează, structurează și evaluează interesele sociale, politice, economice, culturale ale cetățenilor, comportă concentrarea asupra realizării unei serii întregi de obiective: presa sporește valoarea socială a unei idei, concepții, participă la procesul de socializare, identifică valențele sociale ale evenimentelor, determină „impactul acestuia asupra publicului consumator, amploarea în spațiul public, importanța și utilitatea acestuia” [18, p. 12]. Un loc aparte revine aici și acelei direcții emergente a jurnalismului, calificată drept jurnalism participativ, cetățenesc [19].

Conceptul de „jurnalism cetățenesc” se referă la jurnalismul produs nu de profesioniști, ci de cei din afara mass-mediei instituționalizate. „Jurnaliștii-cetățeni” au, de obicei, puțină sau nicio calificare profesională, dar scriu și relatează în calitate de cetățeni, membri ai comunităților, activiști. Sunt producători media amatori, care se implică în procesul de colectare, raportare, analiză și diseminare a știrilor și informațiilor, [20, p. 9], adică al noului tip de jurnalism, căruia i s-au atribuit, de altfel, și astfel de calificări, ca „public”, „democratic”, „accidental”, circumscrise fâgașului de jurnalism „alternativ” [21]. „Jurnaliștii-cetățeni”, în accepția lui Jay Rosen, profesor de jurnalism de la Universitatea New York [22], sunt oamenii, cunoscuți anterior drept public, audiență, care se aflau la capătul unui sistem media ce funcționa unidirecțional, și care azi folosesc instrumentele mediatice aflate în posesie pentru a se informa unul pe altul. Explicația este aprofundată prin intermediul unei metafore: „Gândiți-vă la pasagerii corabiei care au primit-o în posesie. Cititorii scriitorii. Spectatorii care dețin camera de luat vederi. Ascultătorii atomizați anterior care, cu un efort modest, se pot conecta unul cu altul și pot obține mijloace pentru a vorbi lumii, ca să zicem așa” [23].

Jurnalismul cetățenesc a devenit „un termen proeminent referitor la o varietate de practici de știri și raportare realizate printr-o serie de noi tehnologii digitale” [24, p. 704]. Este adevărat că termenul nu se pretează unei accepții univoce, înregistrând, în diferite circumstanțe interpretări diferite. Inițial, jurnalismul „public” a fost conceptualizat drept o modalitate pentru instituții media de a colabora cu publicul local în scopul depășirii deficiențelor jurnalismului tradițional și a fost văzut ca o oportunitate pentru asigurarea democratizării comunicării, vizând dezvoltarea parteneriatelor dintre profesioniști și „amatori”, fortificarea implicării cetățenilor în viața civică. Experții, de fapt, converg în opinia că, oricum, indiferent de perspectiva abordării, „revigorarea democrației rămâne obiectivul principal al jurnalismului cetățenesc” [25, p. 709].

Autorii care s-au consacrat evidențierii rolului jurnalismului cetățenesc în condițiile erei digitale raportează subiectul în cauză la o serie de factori care au favorizat dezvoltarea acestei „ramuri de jurnalism”, considerând importante astfel de caracteristici principale în producerea știrilor pe Internet ca: viteza și spațiul, multiplicitatea și policulturalitatea, interactivitatea și participarea. Devenirea acestor caracteristici s-a datorat inventării Internetului, ceea ce a făcut ca jurnalismul operat de cetățeni (amatori) să se afirme în cadrul industriei media. Progresul tehnologic a contribuit (ca niciodată până acum) la crearea multiplelor posibilități noi pentru cetățeni în vederea adevăratei participări în jurnalism.

Indiscutabil, fenomenul emergent al jurnalismului cetățenesc nu trebuie nicidecum idealizat. El rămâne în continuare supus unor impedimente, vulnerabilități și provocări. Întemeiat pe spiritul activismului și mobilizării acest jurnalism nu are cum să fie dominat de neutralitate, să nu poarte amprenta unui oarecare dezechilibru. În cadrul lui se operează fără a ține cont de standarde și practici profesionale, și nu sunt deloc întâmplătoare acuzațiile aduse de reprezentanții tagmei jurnalistice profesioniste asupra subiectivismului, amatorismului, calității fluctuante a jurnalismului cetățenesc. Deși unii jurnaliști profesioniști critică jurnalismul cetățenesc, și o fac din motive întemeiate, este important de reținut că cele două tipuri de jurnalism – profesionist și cetățenesc - susțin o relație de colaborare, care poate fi calificată drept una de perspectivă. Nu se cuvine a le contrapune, ca și în cazul când se afirmă categoric: „jurnalismul și așa-numitul jurnalism cetățenesc sunt complet diferite unul de celălalt” [26, p. 715]. Dimpotrivă, se merită a le găsi și a le dezvolta punctele de tangență.

Acestea ar fi unele considerații asupra condiției jurnalismului contemporan, și pentru a răspunde în mod adecvat la provocări, trebuie considerate cu minuțiozitate fațetele profesionalismului. Este lucru firesc ca în condițiile transformării majore ce-și pune amprenta puternică asupra condițiilor, formelor și metodelor activității jurnalistice problemele definirii profesiei și profesionalismului să avanseze în primul plan.

Valențele abordării acestei probleme, rezultate la care se poate ajunge în urma investigației acesteia sunt multiple. Silvio Waisbord, autorul, celei mai consistente, probabil, lucrări în domeniu: „Reinventing Professionalism: Journalism and News in a Global Perspective”, scria: studiul chestiunii profesionalismului „oferă un punct de intrare util în miezul schimbărilor care au loc în jurnalismul contemporan... Combinația dintre transformările economice, politice și tehnologice recente a zguduit vechea ordine jurnalistică, având consecințe încă imprevizibile. De fapt, schimbarea nu este neobișnuită în jurnalism. Ca produs al modernității, jurnalismul mereu s-a situat în mijlocul transformărilor sociale, fiind foarte sensibil la transformări extinse [27, p. 7] ... pe măsură ce jurnalismul navighează într-o lume în schimbare și se confruntă cu îndoieli cu privire la viitorul său, este important să înțelegem cum își menține jurnalismul poziția unică în societate, cum își consolidează rolul de arbitru-expert al știrilor, încercând să-și mențină autonomia față de forțele externe” [28, p. 10].

Este recunoscut, practic, unanim, că formarea profesionalismului reprezintă o problemă majoră, indicatorii căreia ar fi pătrunderea profundă a problematicii abordate, orientarea după jaloanele foarte precise, posedarea de mijloace expresive adecvate. De fapt, de la începutul secolului, specialiștii în domeniu au început să vorbească despre

criza profesiei, estomparea hotarelor acesteia [29, p. 442-464], locul principal revenit în aceste procese tehnologice. Dezvoltarea tehnologică, pătrunderea pertinentă în cotidianul jurnalismului au început să impună necesitatea revizuirii domeniului profesional, considerării lui într-o lumină nouă. Acest lucru se produce deja, desigur. Cercetătorii explozează diverse aspecte ale întrepătrunderii tehnologiilor și jurnalismului, jurnalismului și inteligenței artificiale. Așa că limitele profesiei, respectiv, ale profesionalismului nu mai sunt chiar atât de impenetrabile sau limitate.

Pentru a evita receptarea idealizată sau idealizantă asupra profesiei de jurnalist, experții preferă să stabilească spațiul profesional preponderent între parametrii următori:

- Serviciu public: jurnaliștii furnizează un serviciu public (în calitate de gardieni sau „vânători de știri”, colectori și difuzori activi de informații);
- Obiectivitate: jurnaliștii sunt imparțiali, neutri, obiectivi, corecți și (prin urmare) credibili;
- Autonomie: jurnaliștii trebuie să fie autonomi, liberi și independenți în munca lor;
- Caracterul imediat: jurnaliștii au simțul imediatității, actualității și rapidității (inherent conceptului de „știri”);
- Etică: jurnaliștii au simțul eticii, validității și legitimității [30, p. 448].

Însă, pentru a face față situației – care, de altfel, printre elementele-cheie ale realității, tot mai vizibile, enumeră incertitudinea, turbulența, volatilitatea, transformarea, impredictibilitatea. Aceasta determină starea curentă și viitoare a lucrurilor în privința modului de a face jurnalismul și de a utiliza rezultatele lui, avertizează Mark Deuze. În opinia lui, pentru a deține un loc ponderabil în contemporaneitate, jurnalismul trebuie să se dezvolte, să fie suficient de manevrabil, adică să aibă capacitatea de a se orienta între diferite și, uneori, contradictorii așteptări ale lumii contemporane.

Cercetătorii americani au elaborat un model (unul din multele posibile) de investigare a profesionalismului jurnaliștilor, axat pe opt dimensiuni: 1) nivelul de formare profesională, 2) gradul de performanță ale instituțiilor media, 3) percepția știrilor din partea audienței, 4) practica etică de transmitere a informației, 5) indicatori ai autonomiei profesionale, 6) satisfacția produsă de activitatea profesională, 7) participarea la acțiunile breslei jurnalistice, 8) gradul de cunoaștere a realizărilor în domeniu, ilustrat prin literatura de specialitate [31, p. 448].

Există o serie întreagă de subiecte care ar merita o discuție pertinentă asupra, de exemplu, problema autonomiei jurnalismului (acesta este tipul de autonomie pe care politicienii încearcă mereu să o limiteze și să o controleze (în special în timp de război și în perioadele de criză). Gradul de autonomie poate atesta cea mai clară diferență între jurnalism și propagandă. Dacă jurnalismul, ca instituție socială, tinde spre autonomie, propaganda este o preocupare guvernamentală în care lucrează funcționari publici ocupați cu retorica în scopuri de oportunitate politică și care nu se gândesc deloc să fie separată de interesele statului). Adică, paradoxurile, de fapt, dramatice, legate, pe de o parte, de tendințe spre o autonomie reală și dependența tot atât de reală de putere sau de patroni, sponsori, ofertanții de publicitate [32].

Alte probleme relevante ar putea fi cultura profesională a jurnaliștilor [33], superficialitatea jurnalismului, tipologia gândirii jurnalistice (mai ales, în accepția adoptată de

Pierre Bourdieu [34], și anume, fastthinking, percepția realității prin idei preconcepute (comportând în cadrul jurnalismului structurarea rigidă în bază de rating și necesitând căutarea febrilă știrilor senzaționale, excepționale, rezultnd producerea noutăților gen omnibus), postura jurnalismului de moderator al dezbaterii publice odată ce monopolul său atotputernic de colectare și distribuire a știrilor (și funcționalitatea în calitate de gatekeeper) se prăbușește. Pe măsură ce provocările jurnalismului cresc, sarcina de a explica audienței circumstanțele reale ale schimbărilor [35, p. 10] devine mai complexă și mai solicitantă. Iar acest lucru necesită un răspuns din partea comunității profesionale.

Numai prin regândirea și revigorarea jurnalismului va fi posibilă instituționalizarea jurnalismului ca o profesie dotată cu atributele necesare pentru a-și îndeplini misiunea.

Referințe bibliografice:

1. Thomsen, L. H., Waisbord, S. Reinventing Professionalism: Journalism and News in a Global Perspective. Cambridge: Polity. 2013. Recenzie. *MedieKultur*, 2015, Vol. 31, Issue 58, pp. 150-153. ISSN 0900-9671.
2. *Encyclopedia Britannica* (Online) (2025, November). Disponibil: <https://www.britannica.com/topic/journalism> (accesat: 2025-03-12).
3. Donsbach, W. Journalists and their professional identities. In: Stuart Allen (Ed.). *The Routledge companion to News and Journalism*. London: Routledge, 2010, pp. 38-48. ISBN 9780203869468.
4. Hermida, A. Revitalizing Science Journalism for a Digital Age. In: Donald Kennedy and Geneva Overholser (Eds.). *Science and the Media*. Cambridge: American Academy of Arts and Sciences, 2010, pp. 80-87. ISBN 0-87724-087-6.
5. Castells, M. The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. In: Castells, Manuel et. al. (Eds.). *Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. Madrid: Turner Publicaciones, 2015, pp. 127-148. ISBN 978-8415832454.
6. Deuze, M. Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same. In: *Westminster Papers in Communication and Culture*. London: University of Westminster, 2008, Vol. 5, Issue 2, pp. 4-23. ISSN 1744-6708.
7. Zelizer, B. Definitions of Journalism. In: Geneva Overholser, Kathleen Hall Jamieson (Eds.). *Institutions of American Democracy: The Press*. New York: Oxford University Press, 2005, pp. 66-80. ISBN 9780195172836.
8. Agnes, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011. 440 p. ISBN 978-973-46-1949-8.
9. Castells, M. The interaction between information and communication technologies and the network society: a process of historical change. In: *Coneixement i Societat*. Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació, 2003, Nr. 1, pp. 8-21. ISSN 1696-7380.
10. Moraru, V. *Mass media vs politica*. Chișinău: CEP USM, 2001. 206 p. ISBN 9975- 70-025-X.
11. Ramonet, I. *Tirania comunicării*. București: Editura Doina, 2000. 160 p. ISBN 973-9193-40-4.
12. Castells, M. et. al. (Eds.). *Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. Madrid: Turner Publicaciones, 2015, pp. 127-148. ISBN 978-8415832454.
13. Heinonen, A. *Journalism in the age of the net: Changing society, changing profession*. Tampere: Tampere University Press. 1999. 94 p. ISBN 951-44- 607-0.
14. Moraru, V., Pintilii, I. Internetul, ca motor al schimbărilor, în vizorul cercetării științifice. *Akadosmos*. Revista de Știință, Inovare, Cultură și Artă (AȘM, Chișinău), 2022, Nr. 3, pp. 121-127. ISSN 1857-2294.

15. Stepanov, G. *Bazele jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2018. 246 p. ISBN 978-9975-71-714-4.
16. Tacu, M. New media: de la WEB 1.0 la WEB 4.0. In: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană / Volumul VI*. Chișinău: CEP USM, 2016, pp. 64-74. ISBN 978-9975-917-96-4.
17. Randall, D. *Jurnalismul universal*. Iași: Polirom, 2007. 360 p. ISBN 9789734605514.
18. Tugarev, L. *Analiza critică a presei. Suport de curs*. Chișinău: CEP USM, 2022. 91 p. ISBN 978-9975-159-71-5.
19. Moraru, V., Pintilii, I. Jurnalismul cetățenesc - reflecție a inovațiilor actuale în sfera mediatică. *Moldoscopie*, 2018, nr. 2, pp. 76-85. ISSN 1812-2566.
20. Bowman, Sh., Willis, C. *We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information*. Reston: The Media Center at the American Press Institute, 2003. 65 p.
21. Atton, Ch. What is „Alternative” Journalism? *Journalism*, 2003, Vol. 4, Issue 3, pp. 267-272. ISSN 1464-8849.
22. Obama, C. M. Normativity and the Problem of Look in the Emergence of Citizen Journalism. *Advances in Journalism and Communication*, 2016, Vol. 4, Nr. 1, pp. 1-7. ISSN 2328-4927.
23. Rosen, J. A Most Useful Definition of Citizen Journalism [On-line]. Disponibil: http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html (accesat: 14.12.2025).
24. Campbell, V. Theorizing Citizenship in Citizen Journalism. *Digital Journalism*, 2015, Vol. 3, nr. 5, pp. 704-719. ISSN 2167-082X.
25. Chadha, K., Steiner, L. The Potential And Limitations of Citizen Journalism Initiatives. *Journalism Studies*, 2015, Vol. 16, #5, pp.706-718. ISSN 1461-670X.
26. Ibidem.
27. Waisbord, S. *Reinventing Professionalism. Journalism and News in a Global Perspective*. Cambridge: Polity Press, 2013. 280 p. ISBN 978-07-456-5192-7.
28. Ibidem.
29. Deuze, M. What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 2005, Vol. 6, Issue 4, pp. 442-464. ISSN 1464-8849.
30. Ibidem.
31. Weaver, D. H., Wei, Wu. *The global journalist: news people around the world/International Association for Media and Communication Research*. Cresskill: Hampton Press, 1998. 492 p. ISBN 1572731680.
32. Moraru, V. Mass-media la intersecția logicii mediatică și a presiunii politico-economice. In: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană. / Vol. VI*. Chișinău, CEP USM, 2016, pp. 9-18. ISBN 978-9975-917-96-4.
33. Vasilendiu, N. et all. (Eds.). *Jurnalism sub presiune*. București: Tritonic, 2025. 288 p. ISBN 9786067498219.
34. Bourdieu, P. *Despre televiziune*. București: Art, 2007. 176 p. ISBN 978-973-124-047-3.
35. Bulicanu, V. *Jurnalism de opinie și comentativ. Suport de curs*. Chișinău: CEP USM, 2025. 86 p. ISBN 978-9975-62-958-4