# CREATIVITATEA ŞI PROCESUL DE CREAȚIE ÎN JURNALISM

*Georgeta STEPANOV*

Procesul de creație în jurnalism presupune „identificarea şi crearea produselor obiectiv-valorice”[1, p.24]. Întru realizarea acestui deziderat, jurnalistul pătrunde în esența lucrurilor, înțelege relațiile logice dintre acestea, le explică şi le interpretează, făcând, astfel, posibilă recepționarea optimală a produsului mediatic de către publicul cititor, spectator sau ascultător. Aceste activități de creație contribuie nemijlocit la formarea experienței, a schemelor perceptive, a sistemului de reprezentări, a competențelor profesionale generale ale jurnalistului. „Creativitatea nu este o capacitate psihică autonomă, ci este rezultanta organizării optime a unor factori de personalitate diferiți. Ea nu este o dimensiune în plus a personalității, ci efectul conlucrării unor procese psihice variate în condiții favorabile. Ca rezultantă a întregii personalități, creativitatea există numai sub forme specifice: creativitate artistică, ştiințifică, tehnică, jurnalistică (n.a) etc. Produsele creației pot fi reprezentări artistice, teorii, idei, tehnologii etc. Creativitatea este, deci, o disponibilitate, o potențialitate a personalității. Creația este manifestarea acestei disponibilități în condiții prielnice, transformarea în act a unei potențialități” [2].

Actul de creație este un proces irepetabil, or, niciodată „nu urmează un tipar unic, modalitățile de realizare a unui produs nou şi valoros pentru societate sunt variate, purtând amprenta personalității creative. Rezultatul evident al procesului de creație îl reprezintă creația. Creația este rezultatul convergenței factorilor cognitivi cu cei emoționali, motivaționali etc. Constelația acestor factori fiind extrem de complexă, putem asocia termenul de creație cu cel de gândire divergentă, care se caracterizează prin flexibilitate, fluență şi originalitate” [2].

În procesul de creație se realizează saltul calitativ al activității de cunoaştere a jurnalistului de la particular la general, sau invers, de la accidental la necesar, de la simpla constatare a existenței evenimentului sau fenomenului la interpretarea şi explicarea lui logico-cauzală. El se organizează ca un sistem multifazic, care include coordonate temporale: trecut, prezent şi viitor, şi coordonatele spațiale: local, național, internațional, şi care întotdeauna finalizează cu un produs cu caracter de noutate sau care conține elemente de noutate. „Un produs e nou dacă nu este simpla reproducere a unor produse

anterioare, dacă este un unicat, care poate va face obiectul unor reproduceri ulterioare. Un produs este valoros dacă prin el se rezolvă o problemă, sporeşte adaptabilitatea la mediu a creatorului/grupului său sau schimbă condiţiile existenţei acestuia"[2].

Procesul de creaţie în jurnalism are menirea să realizeze corelaţia între diverse momente, etape, elemente, stări etc. ale fenomenului. În acest sens, jurnalistul foloseşte informaţia despre trecutul evenimentului pentru a explica situaţiile care s-au creat în prezent, integrează informaţia despre trecutul şi prezentul evenimentului pentru a prognoza evoluţiile ulterioare ale lui. Actul de creaţie finalizează cu produse mediatice de tip predictiv, anticipativ, interpretativ, explicativ etc., care contribuie la elaborarea noilor modele, proiecte şi planuri ale acţiunilor sociale, în particular, şi a noilor configuraţii ale mediului înconjurător, realităţii sociale, în general. „Specificul procesului de creaţie în jurnalism presupune activităţi care extind limitele cunoaşterii. Tocmai acestea îi permit jurnalistului să identifice noile relaţii pe care le stabileşte sau în care există subiectul/obiectul cercetat, să determine şi să aplice un nou unghi de abordare a realităţii şi, în final, să creeze un produs jurnalistic original" [3, p.10].

Etapele şi obiectivele procesului de creaţie sunt determinate de diverşi factori obiectivi, între care: complexitatea şi amploarea evenimentului, politica editorială a instituţiei mass-media, nevoile informaţionale şi aşteptările publicului, intenţiile jurnalistului care rezultă din atribuţiile sale de funcţie etc. Specificarea acţiunilor pe care trebuie să le întreprindă un jurnalist, în funcţie de postul pe care îl suplineşte şi ca răspuns la atribuţiile sale de funcţie, duce la clarificarea obiectivelor de producţie şi, respectiv, la sporirea calităţii procesului mediatic.

„Credinţa în puterea şi măreţia cuvântului declanşează un război lăuntric ce dă naştere unei forţe, o energie creativă de neimaginat. În această situaţie, se poate spune, pe drept cuvânt, că orice vis poate deveni realitate, chiar şi atunci când este vorba despre arta scrierii. Totul este credinţă, voinţă, inspiraţie, perseverenţă şi îndrăzneală, indiferent de obstacolele pe care le întâmpini. Restul este pricepere şi talent" [4]. Or, acţiunile jurnalistului şi, respectiv, rezultatul acestora, depind nu doar de existenţa obiectivă a elementelor constitutive ale procesului de creaţie, ci şi de percepţiile personale ale jurnalistului. „Activitatea de creaţie a publicistului, – susţine cercetătorul N.M. Sciudrea, – se bazează pe unitatea indispensabilă a raţionalului şi a emoţionalului" [5, p.8].

În jurnalismul de informare, calitatea înaltă a produsului mediatic poate fi asigurată dacă jurnalistul se axează, în special, pe elementele constitutive ale evenimentului şi pe percepţiile lui curente în raport cu evenimentul propriu-zis. Pentru fiecare secvenţă de percepţii, jurnalistul selectează acţiunea care

va maximiza valoarea evenimentului, luând în calcul performanța informațiilor factologice de la eveniment, dar şi datele statistice existente. Prin urmare, actul de creație în jurnalismul de informare reprezintă procesul de mediatizare – sub forma noțiunilor şi constatărilor – a evenimentelor şi fenomenelor, în general, şi a însuşirilor acestora, în particular.

În jurnalismul de opinie, jurnalistul nu poate să se axeze doar pe informația factologică şi pe percepțiile lui de moment în raport cu evenimentul. Pentru redarea complexă şi multidimensională a evenimentului, pentru compensarea informațiilor incomplete sau incorecte şi/sau a circumstanțelor schimbătoare, el trebuie să se bazeze pe cunoştințele anterioare, dar şi să se documenteze, să analizeze mediul prin prisma parametrilor variabili, spațiali şi temporali. Informațiile utilizate în analiza mediatică a realității trebuie mereu actualizate pentru a reflecta schimbările, tendințele, percepțiile etc. În jurnalismul de opinie, calitatea înaltă a produsului mediatic poate fi asigurată dacă jurnalistul stabileşte toate acțiunile posibile ca răspuns la fiecare secvență de percepții posibile ale evenimentului. Raționalitatea are nevoie de o componentă de documentare – este necesar să ştim cât mai mult posibil despre mediu înainte de a lua o decizie rațională, dar şi de o componență analitică – pentru a identifica logica existențială a evenimentului şi a da aprecieri argumentate şi judecăți de valoare corecte. Prin urmare, actul de creație în jurnalismul de opinie reprezintă procesul de mediatizare – sub forma judecăților şi raționamentelor – a evenimentelor şi fenomenelor, în general, şi a însuşirilor acestora, a relațiilor legice, cauzale între ele, în particular.

Procesul de creație nu este o acțiune în linie dreaptă, ci apare ca un fenomen multiplu caracterizat prin restructurarea calitativă a mecanismelor şi principiilor comunicării informaționale. El se desfăşoară permanent în direcția evidențierii însuşirilor generale şi esențiale ale evenimentelor, tendințelor, fenomenelor şi este subordonat necesităților informaționale ale publicului.

***Referințe:***


1. TABIDZE, O.I. *Ţennostnâi aspect tvorcestva*. B: *Voprosî filosofii,* 1981, № 6, c.124.
2. POP, Codruța Liliana. Rolul creativității şi al procesului de creație în conturarea personalității creative. În: *Răsunetul. Cotidianul bistrițenilor de oriunde*, 06.12.2009. http://www.rasunetul.ro
3. KIM, M.N. *Jurnalistica. Metodologhia jurnalistskogo tvorcestva*. Sankt-Peterburg: Izdatelistvo Mihailova V.A., 2004.
4. POPA, Ştefan. *Reporterul, prin actul creației, are părtăşie cu veşnicia*. În: *Lumina*, 26.10.2013. http://www.ziarullumina.ro
5. SCIUDREA, N.M. *Âsteticeskie osobennosti publiţisticeskogo tvorcestva* /Autoreferat al tezei de doctor. AKD, Kiev, 1985, p.14.