ROLUL CULTURII ORGANIZAȚIONALE ÎN INSTITUȚIILE MEDIA DE TIP CONVERGENT. PROIECT DE START-UP „ARTeria”

Ana MĂRGINEANU,

masterandă, anul I, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării

CZU: 070.4:005.73:316.752 anamargineanu7@gmail.com

Progresul tehnologic și convergența mediatică au transformat modul în care consumăm astăzi informația. Digitalizarea rapidă și impactul rețelelor sociale impune instituțiilor media să se adapteze rapid acestor schimbări. Nivelul de adaptabilitate și succesul unei instituții media depinde de cultura organizațională, care este responsabilă de stabilirea unor strategii de inovare, de gestionarea schimbărilor și de construirea unei identități organizaționale specifice convergenței. Cultura organizațională reprezintă un set de concepții cu caracter distinctiv, care se exprimă prin modele de credință (ideologie), activitate (norme și ritualuri), limbaj și alte forme simbolice prin care membrii unei organizații își creează și susțin o viziune asupra lumii [1. p. 1]. Evoluția tehnologică din ultimii ani a dus la apariția convergenței mediatice, datorită căreia s-au creat forme noi de conținut mediatic și s-a modificat cultura organizațională. Astfel, s-a schimbat modul în care angajații interacționează, lucrează și comunică în interiorul organizațiilor [2]. Luând în considerare aceste aspecte, a fost creat un proiect de start-up al unei instituții media care își propune promovarea jurnalismului cultural.

ARTeria își va focaliza activitatea pe explorarea și dezvoltarea aspectelor culturale ale societății din Republica Moldova. Denumirea face trimitere la arteră, un vas de sânge care duce sângele de la inimă la alte organe. Metaforic, ARTeria își propune să pulseze cultura. Un alt simbol care exprimă ideea de cultură din denumire, este silaba „art”, care din engleză înseamnă „artă”.



Logo-ul instituției*, elaborat de autoare*

ARTeria își dorește să inspire, să educe și să conecteze moldovenii printr-un jurnalism cultural de calitate și informativ, care explorează și împărtășește diversitatea culturală. Valorile instituției media sunt: diversitate și incluziune, promovarea tinerelor talente, autenticitate, profesionalism, creativitate, educație și originalitate. ARTeria va crea conținut pentru persoane interesate și pasionate de cultură (arte vizuale, literatură, teatru, film), pentru profesioniști din aceste domenii, pentru tineri și studenți. Publicul țintă al instituției este reprezentat de persoane cu vârsta cuprinsă între 20 și 60 de ani, care consumă jurnalism de calitate.

ARTeria va crea conținut distribuit pe șase categorii: CRE.ART (articole despre arte vizuale); RITM.LITERAR (recenzii la cărți, prezentarea noutăților din literatură); CINE.FLUX (recenzii, cronici de fim); PULS.DRAMATIC (recenzii, cronici de teatru); INTER.VIU (interviuri cu personalități din cultură); AZI, UNDE? (liste cu evenimente culturale). Promovarea va fi realizată în spațiul real prin: participare la evenimente culturale, parteneriate cu instituții culturale, participare la forumuri și discuții tematice naționale și internaționale și pentru început, prin promovarea artiștilor deja cunoscuți, dar într-o formă mai neobișnuită. În spațiul virtual, promovarea va începe prin crearea unui website interactiv și ușor de navigat, crearea platformelor de *Social Media*, distribuirea cunținutului în grupuri tematice de *Social Media* și prin marketing digital.

Pentru început echipa ARTeria va fi formată dintr-un manager, un redactor-șef, un editor, o redacție din cinci persoane pe versiunea limbii române și două persoane pe versiunea limbii ruse, două persoane pe *Social Media*, două persoane în departamentul foto și video și departamentul de publicitate. Programul de lucru va fi de luni până vineri, de la 9.00 până la 18.00, cu o oră pauză de masă. În weekend va lucra câte o persoană, după același program, care își va putea lua o zi liberă pe parcursul săptămânii. Vor fi angajați și studenți, care vor avea un program flexibil.

ARTeria va avea un stil de conducere democratic, o cultură organizațională centrată pe sarcini și pe persoană și trei tipuri de leadership – colegial, vizionar și democratic. Activitatea angajaților va fi monitorizată prin ședințe redacționale săptămânale și lunare (uneori zilnice); ședințe individuale cu angajații, rapoarte de activitate, documente cu *deadline*-uri și instrumente de management. Comunicarea individuală se va realiza prin ședințe individuale cu fiecare membru, iar cea coorporativă prin: platforme de comunicare internă (tot ce se referă la muncă: Nextiva, Slack sau Confluence); platforme de socializare internă (teme care nu se referă la muncă: Messenger); ședințe generale; document trimestrial care sintetizează informații relevante pentru echipă și evenimente corporative, petreceri și ieșiri în echipă pentru a consolida relațiile.

Activitățile extra-muncă sunt importante în stabilirea unor relații interpersonale bune între membrii echipei, de aceea, instituția va organiza un teambuilding o dată în an în preajma sărbătorilor de iarnă; o vacanță într-un oraș european o dată pe an, seri în oraș în echipă o dată în lună, ieșiri la spectacole și concerte, petreceri tematice periodice și zile de naștere, inclusiv aniversarea anuală a ARTeria. Pentru a avea resurse financiare, ARTeria va deschide un cont de Patreon, va avea parteneriate și colaborări cu instituții culturale, va aplica la granturi, va urmări să obțină finanțări interne și externe și va publica publicitate relevantă.

Concluzionând, o cultură organizațională funcțională creează un mediu de lucru pozitiv și sănătos, care stimulează implicarea angajaților, inovarea și o comunicare eficientă. Acestea vor asigura succesul și durabilitatea organizației. De asemenea, apariția unei instituții media exclusiv culturală va revoluționa piața mediatică din Republica Moldova și va stimula conturarea unui nou tip de consumatori media.

Referințe:

1. DAVIS, S. M. *Managing corporate culture*. Cambridge: Harper Collins Publishers 1984. ISBN-13 978-0884109976. p. 123
2. Media convergence | *Definition, Impact & Examples. Encyclopedia Britannica* © 2008 [citat 5 martie 2024]. În: https://www.britannica.com/topic/media-convergence.

Recomandat
***Mariana TACU**, dr., conf. univ.*