



UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

**FACULTATEA DE JURNALISM
ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului

CREATIVITATEA ÎN JURNALISM

Volumul V

Conferința științifică națională. Rezumate

22 februarie 2023

*Aprobat de Consiliul Facultății
Jurnalism și Științe ale Comunicării*

Chișinău – 2023

CEP USM

CZU 070+659.3(082)

C 84

CREATIVITATEA ÎN JURNALISM
Conferința științifică națională. Rezumate
(Chișinău, 22 februarie 2023).

Coordonatori:

Mihai LESCU, doctor în științe politice, conferențiar universitar

Boris PARFENTIEV, doctor în istorie, conferențiar universitar

Recomandat de Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului

Recenzenți:

Ilie ZANFIR, doctor în științe ale comunicării, România

Alexandru BOHANȚOV, doctor, conferențiar universitar

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

„Creativitatea în jurnalism”, conferință științifică națională (2023 ; Chișinău). Creativitatea în jurnalism : Conferința științifică națională, 22 februarie 2023 : Rezumate / coordonatori: Mihai Lescu, Boris Parfentiev. – Chișinău : CEP USM, 2023 – . – ISBN 978- 9975-149-28-0.

Vol. 5. – 2023. – 94 p. : fig. color. – Antetit.: Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării, Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului. – Cuprins paral.: lb. rom.-engl., engl.-rusă. – Referințe bibliogr. la sfârșitul art. – 30 ex. – ISBN 978-9975-62-533-3.

070+659.3(082)

C 84

© DTPJ al FJȘC, 2023

© USM, 2023

ISBN 978-9975-62-533-3

LEGITIMAREA STUDENȚILOR ÎN INSTITUȚIILE DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR DIN RSS MOLDOVENEASCĂ

LEGITIMATION OF STUDENTS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF THE MOLDAVIAN SSR

CZU: 378.141(478)(091)

Georgeta STEPANOV,
doctor habilitat în științe ale
comunicării, profesor universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9002-5743>
georgeta.stepanov@usm.md

În URSS, procesele științifico-didactice și activitățile de cercetare erau organizate conform unor principii conceptuale și funcționale asemănătoare, fiind concentrate în academii de științe, în institute de cercetare și în instituții de învățământul superior – în universități și în institute. Universitățile erau instituții generaliste de învățământ profesional superior și de cercetare, oferta educațională a cărora includea o gamă largă de specialități din diferite domenii generale de studii, de regulă, de la cinci în sus. Universitățile pregăteau, în cadrul studiilor universitare, specialiști practicieni pentru economia și industria națională, iar în cadrul aspiranturii¹ – specialiști teoreticieni care după absolvire urmau să activeze ca cercetători și colaboratori științifici în diferite instituții de învățământ superior și de cercetare. Activitatea universitară, didactică și științifică, era subordonată Ministerului Învățământului.

În RSS Moldovenească a existat doar o singură universitate – Universitatea de Stat „Vladimir Ilici Lenin” din Chișinău, care a fost fon-

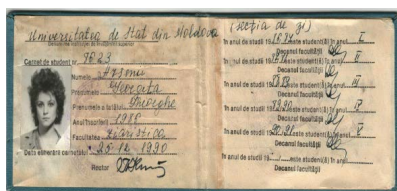
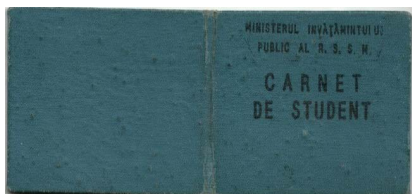
¹ Aspirantură – studii post universitare, de doctorat.

dată în anul 1946 [1, 2, p. 9]. În cadrul acestei instituții erau instruiți specialiști în domenii, precum: pedagogia, arheologia, jurnalistica, merceologia, jurisprudența, biologia, pedologia, filologia, contabilitatea, dar și cercetători pentru diferite ramuri ale științelor umanistice, exacte și ale naturii.

Institutele, spre deosebire de universități, erau instituții de învățământ superior, care asigurau formarea profesională a viitorilor specialiști într-un singur domeniu (artă, medicină, tehnică, pedagogie, agricultură etc). Acestea erau instituții de profil, în cadrul cărora studenții erau instruiți la mai multe specialități dintr-un singur domeniu general de studii. În institute, procesul instructiv-didactic și activitatea științifică erau subordonate atât Ministerului Învățământului, cât și ministerelor de profil, asociate cu domeniul de studiu al acestora.

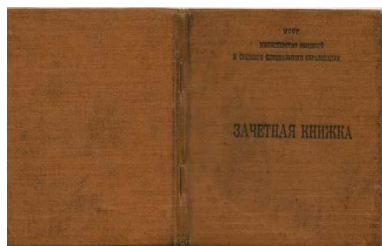
În RSS Moldovenească au existat șapte institute: *Institutul Pedagogic de Stat „Taras Șevcenko”* din Tiraspol, fondat în anul 1930 [3, pp. 87-95]; *Institutul Pedagogic „Ion Creangă”* din Chișinău, întemeiat în anul 1940 [4]; *Institutul Pedagogic din Bălți*, fondat în anul 1945 [5, p. 26]; *Institutul Agricol „Mihail Vasilievici Frunze”* din Chișinău, fondat în 1940 [6]; *Institutul Politehnic „S. Lazo”* din Chișinău, fondat în 1964 [7]; *Institutul de medicină din Chișinău*, fondat în anul 1945 [8]; *Institutul de Stat al Artelor din Chișinău*, fondat în anul 1964 [9]; și o singură academie de științe – *Academia de Științe a RSS Moldovenești*, constituită în anul 1961 [10].

Dat fiind faptul că, pe întreg teritoriu al URSS, învățământul superior și știința îndeplineau aceeași misiune socială, procesele didactice și de cercetare aveau, în toate instituțiile de învățământ superior, același concept și erau organizate după aceeași matrice. Tipicitatea formei și similaritatea conținutului învățământului superior sovietic se manifesta nu doar la nivelul proceselor educaționale, ci și în raport cu actele de studii, care legitimau studenții pe tot parcursul traseului academic. În RSS Moldovenească, toate actele de studii erau perfectate în limba rusă, abia în anul 1990 acestea au început să fie editate în limba română (cu grafie latină) (vezi imaginea 1).



Imaginea 1. Carnet de student, mostră din anul 1990

Primele două acte de studii – carnetul de student și matricola² – erau înmânate studenților chiar în prima lună de studii. Carnetul de student includea date privind numele, prenumele studentului, afilierea la instituția de învățământ superior, anul înscrierii la studii, facultatea, forma de studii. Carnetul de note era actul în care se înregistrareușita academică a studentului. Toate notele și calificativele acumulate de student pe parcursul anilor de studii, inclusiv în sesiunea de licență, erau înscrise în matricolă (vezi imaginea 2).



Imaginea 2. Carnet de note al studentului, mostră din anul 1986

Ultima activitate de evaluare care consemna încheierea studiilor superioare era sesiunea de absolvire³. Aproximativ peste o lună după încheierea acestei sesiuni, absolvenților li se înmâna diplomele de studii superioare, în care era indicată specialitatea sau specializarea la care a studiat și calificativul care i s-a atribuit absolventului. Nota generală

² Matricolă –carnet de note.
³ Sesiunea de absolvire – sesiunea de licență.

pe anii de studii sau notele de la sesiunea de absolvire nu erau trecute în diplomă(vezi imaginea 3).



Imaginea 3. Diplomă de studii superioare, mostră din anul 1991

Așadar, în perioada sovietică, formarea profesională în universități și institute se realiza conform unui concept tipizat; tipicitatea acestora se manifesta atât sub aspect organizațional și funcțional, cât și din perspectiva actelor de studii prin care studenții se legitimau atât în interiorul universităților, cât și în exteriorul ei.

Referințe:

1. Cozma, Valeriu, Rusnac, Gheorghe. *Istoria Universității de Stat din Moldova; 1946-1996*. Chișinău: CEP USM, 1996. 560 p. ISBN 9975-923-03-8;
2. *Istoria Universității de Stat din Moldova*. Ion Eremia (coord.). Chișinău: CEPUSM, 2016. 740 p. ISBN 978-9975-71-823-3.
3. Mafteuță, Natalia. *Activitatea Institutului Pedagogic din Tiraspol înanii 1930-1940*. În: *Revista de Istorie a Moldovei*, nr. 3-4 (119-1120) 2019, pp. 87-95. ISSN 1857-2022.
4. *Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău*. [Accesat 11.12.2022] Disponibil: <https://upsc.md/universitate/istoric/>
5. Baciu, Gheorghe. *Organizarea învățământului superior în Bălți în perioada sovietică*. În: *O utopie devenită realitate: învățământul superior în RSS Moldovenească – de la planificare la reproducere*. Chișinău: Lexon-Prim, 2020. 288 p. ISBN 978-9975-3454-9-6.
6. *Universitatea Agrară de Stat din Moldova*. [Accesat 11.12.2022] Disponibil: <https://www.uasm.md/ro/universitatea/file-de-istorie>
7. *Mesager Universitar*. Ediție lunară în 8 pagini, anul VII, nr. 8-9 (66-67), octombrie – noiembrie, 2004.

8. *Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova.* [Accesat 11.12.2022]. Disponibil: <https://usmf.md/ro/scurt-istoric-usmf>
9. *Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice din Republica Moldova.* [Accesat 11.12.2022]. Disponibil: <https://amtap.md/prezentarea-amtap.html>
10. *Despre Academia de Științe a Moldovei.* [Accesat 24.01.2023]. Disponibil: https://old.asm.md/?go=despre&new_language=0

RECENZAT DESPRE RECENZIE

REVIEWED ABOUT THE REVIEW

CZU: 070.447

Victoria BULICANU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0003-3358-5554
victoria.bulicanu@usm.md

Varietatea speciilor publicistice de opinie poate fi completată cu una dintre cele mai des utilizate în jurnalismul comentativ – recenzia. Conform DEX, recenzia reprezintă o prezentare succintă (de obicei, la apariție) a unei opere literare sau științifice, cu comentarii și aprecieri critice[1]. Trebuie să menționăm că posibilitatea de exprimare liberă a opiniilor, nu scutește autorul unei recenzii de anumite obligațiuni, precum corectitudinea, responsabilitatea și obiectivitatea în exprimarea comentariilor și aprecierilor critice, ori propriile complexe și frustrări ale autorului de recenzii nu ar trebui să se răsfrângă și asupra operei recenzate, dar recunoaștem că există și asemenea situații. Varietatea operelor recenzate în zilele noastre poate începe de la o carte, film, spectacol de teatru, dar cu aceeași lejeritate, am putea întâlni în presă (în mod special, occidentală) și recenzii asupra bucatelor dintr-un restaurant proaspăt deschis sau asupra calităților unui automobil recent lansat pe piață. De aici, și multitudinea de abordări în cadrul acestei specii publicistice de opinie.

Totuși, în gazetărie recenziile cel mai des se referă la apariția noilor lucrări beletristice sau științifice. În condițiile în care spunem că recenzia reprezintă o descriere cât mai exactă și mai completă a unei opere, aceasta înseamnă: trecerea în revistă a titlului, a conținutului și a ideilor, pe scurt. Sorin Preda în lucrarea sa *Jurnalismul cultural și de*

opinie e de părere că autorul unei recenzii nu ar trebui să urmărească o analiză amănunțită a lucrării, ci doar consemnarea părților sale principale și a ideilor esențiale[2, p. 37]. O recenzie completă va cuprinde și sumare comentarii, aprecieri critice referitoare la lucrarea analizată. Reieșind din acest fapt, activitatea de recenzare solicită persoane bine pregătite, specializate în domeniul respectiv și a căror competență este recunoscută, ori tocmai de competențele acestora depinde, în mare măsură, modalitatea în care opera va fi văzută de acum încolo de către publicul larg. Textul recenziei va fi pertinent, dar va conține în același timp și aprecieri personale. Mai mult decât atât, recenzia va încerca și o integrare a operei analizate într-un context, dar și reliefaarea elementelor de noutate pe care le aduce aceasta. Un aspect important este distincția operei de autor. Nu vom recenza personalitatea autorului, plusurile sau minusurile lui, ci valoarea intrinsecă a operei semnate de acesta. Desigur, așa cum precizăm chiar de la început, o scurtă biografie a autorului este absolut necesară, dar nu mai mult decât atât. Totodată, vor fi selectate acele date biografice care pot fi încadrate, nu în ultimul rând, în creația produsă. Astfel, dacă autorul creează, spre exemplu, o operă despre viața la țară, vom prezenta tocmai acele date biografice din viața autorului care i-au marcat existența la țară. De menționat că prezentarea informațiilor detaliate cu referire la întreaga viață a autorului, nu fac decât să scadă din valoarea analizei creației, pentru că în felul acesta atenția publicului va fi direcționată de la produs la autor[3, p. 45].

O recenzie utilă publicului trebuie să conțină mai multe elemente:

- 1) *O motivație* pentru a evidenția de ce și cum s-a ales respectiva carte, lucrare științifică, film pentru a i se realiza o recenzie;
- 2) *Detalii despre autorul lucrării*: numele lui, alte opere, premii, stil, prin ce se remarcă, prin ce a devenit cunoscut..., sau de ce trebuie remarcat, dacă este la începutul carierei. Ce îl recomandă? Ce naționalitate are autorul, unde își tipărește lucrările și în ce limbă scrie.
- 3) *Detalii despre lucrare*: date tehnice: când a fost publicată, unde, cine este editorul (dacă este relevant); editura (dacă e necesar scoate în evidență proeminența editurii); număr de pagini; stil; serie de colecție; numărul ediției; dacă este o traducere, unde și când a fost tipărită în original; titlul original etc.

- 4) *Contribuțiile originale ale autorului:* prin ce se remarcă lucrarea; elementele specifice ale cărții și ale autorului; despre așteptările autorului, care pot fi extrase din prefață sau introducere; concluziile din lucrare. În aceste fragmente ale recenziei trebuie să se ofere informații, dar nu opinii.
- 5) *Despre conținut:* o trecere în revistă a ideilor. În acest caz nu este nevoie să copiezi prefața, introducerea sau informațiile de pe coperta din spate. Este strict necesar să se folosească cuprinsul lucrării pentru a recenza conținutul.
- 6) *Aspecte specifice:* citate, idei, capitole, care să atragă atenția prin originalitate și unicitate.
- 7) *Structura lucrării:* vor fi incluse informații despre capitole, despre modalitatea de înlănțuire a ideilor autorului. Totodată se va face referință și la actualitatea lucrării.
- 8) *Citate reprezentative.* O recenzie ar trebuie să dovedească, inclusiv, autorului cărții că respectiva carte a fost citită. Citarea se va face selectiv, dar nu trebuie să se citeze numai din primele pagini ale cărții. E un semn clar de superficialitate.
- 9) *Observații personale privitoare la conținut și afirmații.* Este contraindicat să se comenteze asupra frazelor extrase din context. Autorul trebuie să fie sigur de sensul pe care autorul îl oferă unui anumit lucru.
- 10) *Comparație cu alte lucrări.* Se vor realiza trimiteri și la alte lucrări care abordează același subiect prin reliefaarea diferențelor, unicității fiecăreia dintre ele și originalității lucrării recenzate.
- 11) *Comparație cu alte recenzii.* Se vor realiza trimiteri, în cazul în care este posibil, trimiteri la alte recenzii scrise de alți autori la aceeași lucrare.
- 12) *Așteptările autorului.* Se vor indica momentele surprinzătoare pentru autor, impresiile puternice sau dezamăgirile. Totodată, ar fi indicat să se indice dacă lucrarea poate fi recomandată spre lectură și care ar fi motivele pentru care autorul recomandă lucrarea.
- 13) *Date tehnice finale precum* prețul publicației, locul unde poate fi procurată, disponibilitatea acesteia și în format electronic, etc.

- 14) *Concluzii motivaționale și care îndeamnă la acțiune.* Orice lucrare trebuie să trezească anumite sentimente pentru cel care o recenzază, ori în lipsa acestora, probabil, motivația pentru a o recența va fi absentă.
- 15) *Alte aspecte:* dacă recenzia se va realiza pentru un blog sau alt spațiu online, e necesar să i se ofere cititorului posibilitatea să intervină cu anumite comentarii și impresii în raport cu recenzia sau chiar lucrarea recenzată, pentru ca autorul recenziei să observe dacă și ceilalți cititori se regăsesc printre ideile și impresiile împărtășite de acesta.

Recunoaștem că o recenzie nu trebuie să fie mai bună decât cartea la care se face recenzia, pentru că autorul acesteia ar putea să-și piardă credibilitatea în ceea ce privește obiectivitatea și imparțialitatea acestuia, iar în cazul în care autorul se specializează în recenzarea unui anumit tip de lucrări, ar putea să-și rateze cariera, în cazul în care lucrarea recenzată nu se va ridica la nivelul așteptărilor cititorilor, care au fost motivați, în primul rând, de recenzie pentru lecturarea lucrării. În mare parte, aceleași criterii pot fi utilizate pentru recenzii de filme, evenimente sau produse, desigur, ținând cont de elementele specifice ale fiecărei creații. Amintim că recenzia astăzi s-a extins atât de mult și în alte domenii decât cel literar sau jurnalistic, încât a devenit o componentă esențială ale multor domenii, precum economic, gastronomic, automobilistic etc., pentru că recenzăm nu doar cărți, dar putem recența și multe alte creații, printre care filme artistice și documentare, spectacole de teatru, concerte, prezentări de produse și servicii, etc. Acest fapt comportă și mai multă responsabilitate din partea autorilor unei recenzii, competență, documentare, relevanță, profunzime și alte calități, care trebuie să combată rezervele cu care încă mai este tratată recenzia actualmente, reieșind din nivelul înalt de subiectiv, prin definiție, în abordarea textului speciei.

Referințe:

1. *Recenzie. Definiție.* Disponibil: <https://dexonline.ro/definitie/recenzie> (vizitat: 3.01.2023)
2. Preda, Sorin. *Jurnalismul cultural și de opinie.* Iași: Polirom, 2006. 262 p.
3. Roșca, Luminița. *Producția textului jurnalistic.* Iași: Polirom, 2004. 231 p.

TEHNICI DE VIZUALIZARE ÎN INVESTIGAȚIA JURNALISTICĂ ÎN MEDIUL ONLINE

VISUALIZATION TECHNIQUES IN INVESTIGATIVE JOURNALISM IN THE ONLINE ENVIRONMENT

CZU: 070.341:004

Ludmila RUSNAC,
doctor în filologie,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0001-7034-3082
Ludmila.rusnac@usm.md

Tehnologizarea și digitalizarea procesului mediatic și-au pus amprenta pe toate aspectele activității jurnalistice. Internetul, ca sursă unică de căutare, analiză comparativă, dar și evolutivă a proceselor și fenomenelor și stocare a informațiilor, le permite jurnaliștilor să obțină, într-un timp foarte scurt, accesul la documente oficiale, baze de date, resurse electronice ale altor instituții de presă, biblioteci, arhive, agenții de presă, etc. Posibilitățile jurnalistului de investigație s-au lărgit într-atât, încât actualmente un profesionist bun poate realiza investigații jurnalistice fără a ieși pe teren și fără a realiza interviuri cu sursele de informare. Chiar dacă în ultimile decenii se configurează ideea că jurnalismul de investigație are în vizer subiecte legate de corupție, legăturile funcționarilor publici cu lumea interlopă și abuzul de putere, în realitate investigația ca gen jurnalic poate fi realizată pe cele mai diverse teme. Un jurnalist de investigație bun poate realiza un material fenomenal și despre scăderea nivelului de apă în fântâni sau întetirea alunecărilor de teren într-o anumită zonă. Dar un material investigativ de speță va conține nu doar fapte, dar și comentarii, argumente și contraargumente, etalate proporțional, astfel că munca asupra unei investigații

poate dura minimum o lună, pentru a evita prezentarea tendențioasă a informațiilor.

Totodată, noile tehnologii au influențat enorm și aspectul structural al investigațiilor jurnalistice, deoarece platformele online permit și publicarea materialelor destul de voluminoase, însoțite de multe fotografii, grafice, diagrame și chiar conținuturi video și audio. Odată cu dezvoltarea alertă a tehnologiilor, au fost inventate și se aplică pe scară largă în practică numeroase instrumente inovative, pe care jurnalistul le poate utiliza la necesitate: geotaggingul (geolocația) (o tehnică de alăturare a metadatelor geografice fotografiilor, site-uri web. etc), geolocația în timp real (tehnică utilizată pentru a stabili locația geografică a resurselor și a persoanelor), hashtagurile (click-ul pe hashtag ne redirecționează către toate postările care se focusează pe o temă anumită) conturile persoanelor fizice pe rețelele de socializare (foarte utile pentru jurnaliști și care sunt utilizate activ), accesul la bazele de date deschise și gratuite, dar și cele cu plată. Cu ajutorul lor jurnaliștii de investigație pot obține un volum de informație mult mai mare decât prin aplicarea tehnicilor și metodelor tradiționale, cum sunt observația și interviul, de exemplu.

Scopul prezentei cercetări este de a studia tematica materialelor și subiectele ce prezintă interes pentru jurnaliștii de investigație din Republica Moldova, de a analiza instrumentele și tehnicile aplicate în căutarea și dobândirea informațiilor, de a elucidă metodele aplicate în procesul redacțional și gradul de respectare a preceptelor deontologice în procesul investigativ.

În Republica Moldova, interesul pentru domeniul jurnalismului investigativ este în continuă creștere, fiind alimentat de câteva aspecte esențiale:

- a) Nivelul crescut de corupție în toate domeniile sociale;
- b) Intensificarea politicilor anticorupție, cu scopul alinierii Republicii Moldova la politicile europene;
- c) Creșterea nivelului de liberalizare și independență a mass-mediei în a-și stabili agenda în mod independent;
- d) Noile tehnologii au simplificat semnificativ munca jurnaliștilor de investigație.

După cum afirmă și cercetătorul Paul N. Williams ”Trecerea la producția asistată de calculator a afectat rapid și semnificativ felul în care este transmisă informația” [1, p. 72]. Primordial, a mărit viteza de colectare, triere, selectare și transmitere a datelor, dar și a lărgit posibilitățile de documentare, dat fiind faptul că internetul poate fi considerat un fel de trusă, iar în trusă se găsesc bloguri, rețele sociale, fișiere video și audio, forumuri specializate, pagini web ale instituțiilor, inclusiv ale instituțiilor de presă, cu tot cu arhive, iar ”a ști ce unealtă să utilizeze în funcție de scopul urmărit în activitatea jurnalistică este un prim pas în utilizarea eficientă a resurselor internetului” [2], ne spune cercetătorul Mike Wendland.

Trebuie să recunoaștem și faptul că în era digitală jurnalismul se reconfigurează și el, mai cu seamă domeniul investigativ, odată ce tehnicile jurnalismului asistat de calculator ”conferă articolelor un context mai adânc ca niciodată” [3, p.3], iar investigațiile jurnalistice asistate de calculator reprezintă ”niște modalități mai ieftine, mai bune și mai rapide de a analiza un volum excesiv de date și informații” [4]. Consumatorul de informație contemporan nu se mai mulțumește doar cu titluri atractive și o poză – două ce însoțesc textul, dar și jurnalistul, fiind antrenat continuu într-o cursă activă pentru atenția publicului, se străduiește să utilizeze toate posibilitățile pe care i le oferă internetul, pentru a-și face materialele accesibile și atractive: infografice, secvențe video, documente, fotografii, scheme, etc, care îl ajută pe jurnalist să vizualizeze informația, să o prezinte într-o formă concentrată, rezumativă, care ar ocupa foarte mult spațiu, dacă ar fi expusă ca text. De altfel, platformele moderne de prezentare a conținutului au devenit foarte atractive pentru jurnaliștii de investigație, de exemplu, platforma de scenarii de investigație vizuală VIS, foarte utilă în ilustrarea schemelor de corupție. Am supus analizei investigațiile jurnalistice publicate pe două platforme specializate în publicarea materialelor investigative: *rise.md* și *anticorupție.md*. Demersul investigativ a fost realizat în perioada 28.12.2021 – 28.12.2022, iar în total au fost analizate 73 de materiale cu conținut investigativ.

Astfel, pe platforma anticorupție.md, lansată de Centrul de investigații jurnalistice din Republica Moldova în perioada analizată

au fost plasate 54 de materiale cu conținut investigativ la următoarele categorii: economic (5), justiție (9), bani publici (4), achiziții publice (1), social (19), integritate (16). De exemplu, de la categoria Social ni s-au părut mai reprezentative următoarele materiale: *Al doilea Cernobil*, *Copiii invizibili*, *Revoluția de gen*, *Femeile și copiii romi – forță de muncă pentru afaceri cu cerșetori din Odesa*. Investigațiile plasate la categoria Integritate se concentrează primordial pe următoarele subiecte: integritatea demnitarilor și magistraților, cazuri de îmbogățire ilicită, afaceri gestionate din umbră, eschivarea de la plata impozitelor, legăturile demnitarilor cu lumea interlopă și scheletele din dulap ale magistraților și altor funcționari publici. Aceste investigații sunt realizate în mare parte în fața calculatorului, reporterii documentându-se din sursele deschise și accesând bazele de date gratuite sau cu plată, la care sunt abonate redacțiile (Agenția Servicii Publice, Serviciul Vamal, Serviciul Fiscal de Stat, Poliția de Frontieră a Republicii Moldova, etc). Pe platforma rise.md au fost publicate 17 investigații în perioada supusă analizei, având următoarele subiecte: integritatea funcționarilor publici, afaceri ale funcționarilor publici, tranzacții ilegale, apartamente pentru judecători, ilegalități la eliberarea pașapoartelor, angajări fictive în instituții, agentura secretă rusească, îmbogățire ilicită. Materialele sunt voluminoase, fiind utilizate și variate tehnici de vizualizare a informației: fotografiile făcute de la înălțime, hărți cu configurarea locațiilor, poze ale demnitarilor și funcționarilor publici, preluate de pe rețelele de socializare, primordial de pe facebook.com și ok.ru, poze și videoclipuri cu case, terenuri și automobile, documente atașate și intercalate în text (hotărâri, decizii, anchete, mesaje de răspuns pe mail, declarații de avere și interese personale, acte de constatare, rezoluții, constatări ale inspecției financiare, texte ale proiectelor de hotărâre), capturi de pe google maps și suporturi fizice, interviuri în format video, fișiere audio cu interviuri realizate prin telefon, videoclipuri făcute cu drona, videoclipuri preluate, secvențe din emisiuni, stenograme ale dialogurilor cu eroii vizați în materiale, ilustrații foto și stilizări comice.

Referințe:

1. Williams, Paul. *Investigative Reporting and Editing*. New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1982. 294 p.

2. Wendland, Mike. *Five things journalists need to know about the Net*. [Accesat: 12.02.2023]. Disponibil: <http://www.poynter.org/column.asp?id=32&aid=4439>.
3. Houston, Brant. *Computer-Assisted Reporting. A Practical Guide*. New York: Bedford/St. Martin's, 2003. 246 p.
4. Sullivan, Drew. *The Media, the FOIA and Electronic Data*. [Accesat: 10.02.2023]. Disponibil: <http://www.drewsullivan.com /training/asap.htm>.

FENOMENE ASOCIATE PROGRESULUI TEHNOLOGIC ȘI DIGITALIZĂRII INFORMAȚIONALE

PHENOMENA ASSOCIATED WITH TECHNOLOGICAL PROGRESS AND INFORMATIONAL DIGITALIZATION

CZU: 004:007

Mariana TACU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0003-4930-2395
mariana.tacu@usm.md

Reflectarea privind impactul și efectele asupra procesului de digitalizare, în general și asupra industriilor media, în particular, înseamnă proiecția de noi coordonate în materie de reorganizare la nivel de structură, cultură și stabilirea relațiilor pe care le întreținem cu alte sisteme, categorii de public sau utilizatori, cu care interacționăm în mod multidirecțional, sistematic și constant.

Este important să înțelegem, după cum subliniază și Manuel Castells (**sociolog spaniol, al cărui nume cel mai frecvent este asociat cu societatea informațională și procesul de tehnologizare în domeniul comunicării**), că acest nou mediu nu este un loc digital care tinde a exclude spațiul fizic, dar trebuie conceput ca o nouă entitate cu proprietăți inedite care nu se reduc la suma caracteristicilor spațiului fizic și digital [1].

Mai exact, ne aflăm într-un context nou, cu reguli care sunt de asemenea noi, nevoi diferite, riscuri și oportunități de neconceput în parametrii vechilor paradigme privind procesul de informare și comunicare. Din această perspectivă, digitalul a avut și va avea cu siguranță un impact direct asupra noastră, reușind să ne schimbe radical percepția

cu privire la:

- a) timpul de execuție a transferului de date și informații;
- b) spațiul în care activăm;
- c) nivelul de confidențialitate și inteligență;
- d) dezvoltarea strategică politică și economică la nivel global.

O reorganizare care își are bazele într-o schimbare tehnologică fără precedent, aflată în vizorul tuturor, a produs, de fapt, o creștere a capacității de calcul, de arhivare și comunicare, reprezentativă celor mai decisive inovații, care inevitabil contribuie la schimbarea de paradigmă tehnologică a acestei perioade istorice, marcată de fenomene asociate, precum:

- Digital Gap (*decalaj digital*) – cu privire la diferențele sociale create de digitalizare.

Subiect aflat și pe ordinea de zi a Parlamentului European în data de 13 decembrie 2022. Digitalizarea are un impact profund asupra vieții sociale, economice, politice și culturale cotidiene a cetățenilor, lucrătorilor și consumatorilor și afectează toate domeniile societății, întrucât digitalizarea se află la originea mai multor diferențe sociale, cu apariția unui nou decalaj digital, nu numai între zonele urbane bine conectate și zonele rurale și îndepărtate, ci și între cei care pot beneficia pe deplin de un spațiu digital îmbogățit, accesibil și sigur, cu o gamă largă de servicii [2].

- Artificial intelligence AI (*inteligența artificială*) – reprezentată de capacitatea unei mașini de a imita funcții umane, cum ar fi raționamentul, învățarea, planificarea și creativitatea [3]. În lucrarea, Inteligența artificială: o abordare modernă (*Artificial Intelligence: a modern approach*), cercetătorii Stuart Russell și Peter Norvig analizează patru obiective sau definiții potențiale ale AI, care diferențiază sistemele computerizate pe baza raționalității și gândirii față de acțiune:

- *Abordare umană:*

1. Sisteme care gândesc ca oamenii;
2. Sisteme care acționează ca oamenii.

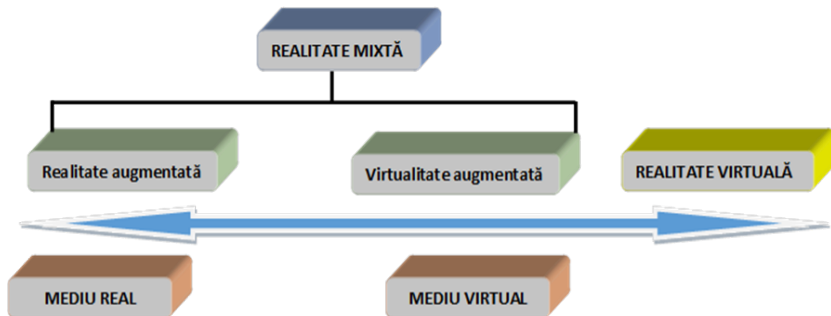
- *Abordare ideală:*

1. Sisteme care gândesc rațional;
2. Sisteme care acționează rațional [4, p. 23-25].

Un exemplu relevant și actual, în acest context este ChatGBT, un chatbot lansat ca prototip de OpenAI în noiembrie 2022, care a atras rapid atenția utilizatorilor, atât prin răspunsuri logice, articulate, dar și detaliate din variate domenii. ChatGBT, la moment poate fi considerat atât un aliat al surselor de informare, dar și un concurent la nivel de furnizare a unor date, creare de conținut și executarea mai multor acțiuni în același timp.

ChatGPT-ul experimental, bazat pe generatorul său de text de completare automată GPT-3.5. a fost acceptat cu entuziasm de utilizatorii de pe web. Interfața botului încurajează oamenii să pună întrebări și, în schimb, oferă rezultate impresionante și fluide într-o serie de interogări, de la generarea de poezii, cântece și scenarii TV, până la răspunsul la întrebări de tip Trivia și la scrierea și depanarea liniilor de cod [5].

- Virtual Reality VR (*realitate virtuală*). La nivel teoretic, definiția din care derivă conceptul actual de realitate apare în 1994, când, în contextul a două cercetări independente, Paul Milgram și Fumio Kishino au definit simultan conceptul de *Realitate virtuală continuă*. Rezultatele investigației lui Milgram și Kishino este o diagramă care exprimă continuitatea dintre lumea reală, ce coincide cu absența totală a virtualității, și lumea virtuală, în care toate conținuturile sunt de natură sintetică [6]. Ceea ce se întâmplă de-a lungul liniei de continuitate se caracterizează prin realitate mixtă, în care găsim o coexistență dintre real și virtual. Aici se manifestă realitatea augmentată și virtualitatea augmentată.



***O taxonomie a afișajului vizual ca realitate mixtă.
Tranzacții IEICE pe sistemele informaționale.***

Sursa: <https://tech4future.info/realta-virtuale-visori-aplicazioni/>

Cele mai recente progrese din domeniul inteligenței artificiale, ne conduc către noi forme de reflectare (în timp real), înțelegere (aplicații care asigură traducerea instantaneu) și clasificare a realității (algoritmi care ne sistematizează evenimentele în funcție de anumite standarde).

Amplourea tehnologiei cu capacitatea sa de a detecta, stoca, procesa date și tria informații, într-o matrice care este permanent conectată în timp real și întotdeauna complet accesibilă la dispozitivele noastre, semnifică că tehnologiile digitale au devenit interfața principală pe care o raportăm la dimensiunea materială a realității. Aceasta înseamnă că fiecare relație dintre noi și realitate trebuie să ia în considerare noile caracteristici, riscuri, oportunități și fenomene asociate.

Conchidem, prin a evidenția faptul că este extrem de importantă promovarea utilizării conștiente și eficace a noilor tehnologii, care nu se referă doar la modul de abordare, nivelul și posibilitățile de dezvoltare, dar și la capacitatea de a analiza impactul utilizării acestora. În prezent, progresul digital în contextul comunicării și informării este considerat prioritar, din perspectiva organizării, relaționării și subiectelor implicate în această schimbare de paradigmă, specifică societății informaționale și societății cunoașterii, care aduce în prim plan fenomene asociate reprezentative progresului tehnologic, precum cele menționate anterior.

Referințe:

1. *Le vie della digitalizzazione. Rapporto sulle strategie delle imprese.* [Accesat 29.01.2023] Disponibil:https://www.fondazioneunipolis.org/Risorse/Le%20vie%20della%20digitalizzazione_Unipolis_Pandora.pdf ()
2. *Rezoluția Parlamentului European din 13 decembrie 2022 referitoare la decalajul digital: diferențele sociale create de digitalizare.* [Accesat 30.01.2023]. Disponibil: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0438_RO.html
3. *Ce este inteligența artificială și cum este utilizată?* [Accesat 02.02.2023] Disponibil: <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/society/20200827STO85804/ce-este-inteligenta-artificiala-si-cum-este-utilizata>
4. Russell S. J. and Norvig P. *Artificial Intelligence A Modern Approach.* Fourth Edition, Hoboken: Pearson 2021.
5. *AI-generated answers temporarily banned on coding Q&A site Stack Overflow.* [Accesat 02.02.2023]. Disponibil: <https://www.theverge.com/>

2022/12/5/23493932/chatgpt-ai-generated-answers-temporarily-banned-stack-overflow-llms-dangers

6. *Realtà virtuale: cos'è, a cosa serve, i visori e le applicazioni di business.* [Accesat 02.02.2023]. Disponibil: <https://tech4future.info/realta-virtuale-visorii-applicazioni/>

DETERMINISMUL GEOGRAFIC – FUNDAMENT AL ȘTIINȚEI GEOPOLITICE

GEOGRAPHIC DETERMINISM – FOUNDATION OF GEOPOLITICAL SCIENCE

CZU: 124.6:[911.3:32]

Mihai LESCU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000 - 0001- 9837 – 6687
mihai.lescu@usm.md

Geopolitica nu a apărut pe teren viran. Evoluția ei a înaintat de rând cu dezvoltarea sistemului/sistemelor sociale ale omenirii. Elemente de geopolitică întâlnim încă în tratatele elaborate de oamenii de știință din antichitate, deoarece din cele mai vechi timpuri, schimbările din relațiile internaționale au avut un impact deosebit asupra teoriilor și a cunoștințelor civilizației.

Savanții evidențiază mai multe evenimente care subliniază interesul gânditorilor și conducătorilor din lumea antică față de fenomenele geopolitice, percepend că viața statelor și a popoarelor, în toată diversitatea ei, este în mare măsură condiționată de mediul geografic și climă, de capacitatea oamenilor/unei puteri de a stăpâni sau controla anumite spații.

Încă Herodot, supranumit și „părintele istoriei”, a lăsat posterității nu numai însemnări despre istoria popoarelor din epoca sa, ci și referiri la raporturile mediului geografic cu activitatea politică a comunităților umane. El a considerat că centrul lumii este Marea Mediterană și a consemnat, uneori cu lux de amănunte, evenimentele politico-militare, economice și cultural-religioase din statele ce se manifestau în această zonă. Călătoriile pe diferite meridiane ale globului i-au permis

să cunoască și să intuiască anumite intercondiționări între spațiu și populația care trăia în acel spațiu.

Contemporanul lui Herodot, Hipocrate a încercat în aforismele sale să dea o explicație diversității indivizilor din punct de vedere fizic și psihic. Apelând la influența mediului ambiant asupra omului, el a remarcat în *Tratatul Despre aer, apă și locuri*, în urma analizei comparative între popoarele Asiei, Europei și Africii: constituția fizică și psihică, modul de viață al oamenilor, dar și „înfățișarea și felul de gândire a lor, corespund în cele mai multe cazuri naturii ținutului” [1, p.276.], adică țării, spațiului geografic, unde aceștia locuiesc.

O piatră trainică în fundamentul disciplinei geopolitice a pus și filozoful grec Aristotel, care a dezvoltat ideea lui Platon, teoretizând legăturile dintre organizarea politico-statală și mediul geografic. Aristotel a arătat -- cu o argumentație convingătoare -- că există o relație fundamentală între caracterul diferitelor comunități umane și spațiul locuit de acestea. Conform lui, trei lucruri îi puteau face pe oameni buni și virtuoși și ridica într-o anumită societate aproape de stadiul de stat ideal: natura, habitatul și principiul rațional. Filozoful observa, în mod concret, că geografia trebuie să fie favorabilă apărării unei așezări. Relieful trebuie să fie obstacol pentru invadatori și favorabil celor care se apără. Or, prin reflecțiile și concluziile sale Aristotel inițiază primele analize geopolitice. El considera că poziția geografică a popoarelor definește calitățile lor intelectuale și morale, subliniind că din punct de vedere geografic, locul central ocupat de greci, indică faptul că acest popor este în „Centrul Lumii”: între locuitorii Europei de nord și ai Asiei, distingându-se astfel de alte popoare, prin curaj, caracter și prin gradul avansat de inteligență și buna organizare de stat [2, p.601]. Nu întâmplător, teoreticienii și analiștii geopolitici consideră că „Aristotel ar putea fi așezat la originea analizelor geopolitice, în sensul admis astăzi” [3, p.26].

Astfel, trăgându-și rădăcinile din antichitate, ideile despre dependența vieții sociale de factorii geografici (despre influența naturii asupra omului și asupra vieții unui popor, despre necesitatea fortificării armoniei între popor și natură pentru a percepe destinele maselor), care au fost exprimate de-a lungul secolelor de către Herodot, Hipocrate, Aristotel, Strabon ș.a. [4], se concretizează în doctrina *determinismului geografic*.

La răspântia secolelor XV-XVI determinismul geografic, condiționat de dezvoltarea relațiilor capitaliste și de epoca marilor descoperiri geografice, cucerește pe deplin lumea științifică. „Expansiunea geografică a Europei”, deplasarea „centrului de greutate al economiei spre Atlantic” [5, p.29], dar și descoperirea „Lumii Noi” și luarea ei în stăpânire sau sub control de către unele state europene, evenimente descrise cu lux de amănunte de Lyle N. McAliste în partea a doua a cărții sale *Spania și Portugalia în Lumea Nouă, 1492-1700* [6], iar odată cu includerea în această ecuație a Angliei și Franței -- și la sfere de influență între state, și la conflicte, misiuni militare și expediții, prin ultimile remarcându-se la acea vreme Statul rus.

Incontestabil, evenimentele și faptele amintite mai sus, care erau dezbătute și interpretate prin prisma condițiilor climaterice și ale geografiei, au sporit și mai mult interesul oamenilor de știință, dar și a societății față de mediul geografic. În această ordine de idei se remarcă Jean Bodin, care împreună cu Las Casas studiază mediul geografic și influența lui în activitatea politică, ajungând la concluzia că „mediul geografic exercită o dictatură de la care omenirea nu se poate sustrage”.

Oricum, părintele conceptului de determinism geografic este recunoscut Montesquieu, care bazându-se pe lucrările lui J. Bodin și a colegilor săi de idei a pus bazele teoretice ale lui în cartea *Despre spiritul legilor*. În acest context Montesquieu susținea că factorii geografici: clima, solul și relieful determină/influențează obiceiurile și înclinațiile oamenilor, iar de acestea depind organizarea statală a poporului, modul/stilul său de viață, legile. Tot el mai reflectă că „condițiile unui sol sterp” călesc oamenii, îi fac mai curajoși și mai combativi, determinându-i să-și apere libertatea. Nimicnicia și lașitatea, specifice popoarelor cu climă blândă, mereu le-a condamnat pe acestea la robie, în timp ce popoarele cu climă rece, fiind mai curajoase, sau menținut întotdeauna libere [7, p.394].

Determinismul geografic a avut susținători și simpatizanți și în mediul științific rus. În numărul lor se înscrie L.I. Mecnikov, care susținea că factorii de bază ce caracterizează nașterea și evoluția civilizațiilor sunt râurile/fluviile și spațiile acvatice. În una din cele mai cunoscute lucrări ale sale, *Civilizația și marile râuri istorice*, Mecnikov sublini-

ază: „Patru mari culturi antice, toate sau născut și s-au dezvoltat pe malurile marilor fluvii”... [8, p.199].

De-a lungul timpului doctrina determinismului geografic a fost supusă în repetate rânduri criticilor dure pentru că abordează problematica socială unilateral, punând accentul mai mult pe factorii externi/internaționali în detrimentul celor interni ce caracterizează activitatea societății și că în cercetările întreprinse nu acordă atenție cuvenită aspectelor interactive om- natură/mediul ambiant.

Cu toate acestea, urmează să ținem seama că unele idei ale determinismului geografic prezintă interes real și în zilele noastre, în contextul crizei ecologice prin care trece acum omenirea, care nu prea conștientizează faptul că supraviețuirea civilizației este dependentă foarte mult de factorii naturali.

Însă, cel mai mare merit al determinismului geografic rămâne acela de a servi drept bază coagulantă/de îmbinare a sa cu fenomenul politic, dând naștere pe această cale *geografiei politice* -- prima treaptă către *știința geopolitică*.

Referințe:

1. Гиппократ. *Сочинения*. Избранные книги. Том 1, Москва, Госбиомедгиз, 1936, 736 с.
2. Аристотель. *Сочинения в 4 т.* Т. 4, Москва: Мысль, 1983, 830 с. ББК 87.3(0)321-225
3. Hlihor, C. *Geopolitica și geostrategia în analiza relațiilor internaționale contemporane: considerații teoretice și metodologice*. București: Editura Universității Naționale de Apărare “Carol I”, 2005, 330 pag. ISBN 973-663-304-7
4. *Confirmare*: Ильин, В. В., Машенцев, А.В. *Философия в схемах и комментариях*. СПб.: Питер, 2005. 304 с. ISBN 5-469-00566-6
5. Hlihor, C. *Op. citată*.
6. McAlister, L. *Spain and Portugal in the New World, 1492-1700 (Europe and the World in the Age of Expansion, vol. III)*. Minnesota: Univ Of Minnesota Press, Minnesota Arhivă Edițiile, 1984. 620 pag. ISBN: 978-0816612185
7. Монтескьё, Ш. *О духе законов*. Москва: РИПОЛ Классик, 2019 г., 840 с. ISBN: 978-5-386-10459-7; Montesquieu, *Despre spiritul legilor*. București: Editura Antet, 2011. 312 p. ISBN 978-973-636-447-1
8. Мечников, Л. И. *Цивилизация и великие исторические реки*. Москва: Издательство Айрис-Пресс, 2013 г., 320 с. ISBN: 978-5-8112-5112-4

**MANIFESTĂRILE ȘTIINȚIFICE CA PARTE A
EVALUĂRII ȘI ADMINISTRĂRII CERCETĂRII
ÎN ANUL 2022**

**SCIENTIFIC MANIFESTATIONS AS PART OF THE
EVALUATION AND ADMINISTRATION OF RESEARCH
IN THE YEAR 2022**

CZU: 061.3:001.891"2022"

Vitalie MINCIUNĂ,

doctor habilitat,

(<https://orcid.org/0000-0002-4812-8885>)

Valeria VRABIE,

doctor,

Marina PIȘCENCO,

doctor,

(<https://orcid.org/0000-0003-3858-696X>)

Aliona DANILIUC,

doctor,

(<https://orcid.org/0000-0002-2766-7919>)

Gheorghe CUCIUREANU,

doctor habilitat,

(<https://orcid.org/0000-0003-2140-0591>),

*Agenția Națională de Asigurare
a Calității în Educație și Cercetare*

Introducere. Asigurarea calității comunicărilor și materialelor manifestărilor științifice este un element important al managementului cercetării, având în vedere că lucrările publicate în culegerile conferințelor și altor manifestări științifice sunt luate în considerare la îndeplinirea

cerințelor pentru conferirea titlurilor, acordarea premiilor și în alte cazuri ce țin de avansarea în carieră. Modul de evaluare și evidență a manifestărilor științifice este reglementat în Republica Moldova prin *Regulamentul cu privire la recunoașterea, clasificarea și evidența manifestărilor științifice*, aprobată într-o variantă nouă prin Decizia Consiliului de Conducere al Agenției Naționale de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare (ANACEC) nr. 5 din 28.01.2022[1]. În această variantă a documentului a fost prevăzută punerea în aplicare a *Platformei on-line pentru înregistrarea, monitorizarea și raportarea evenimentelor științifice din Republica Moldova*, care permite înregistrarea online a evenimentelor, generarea în timp real a unor date. Luând în considerare aspectele menționate mai sus, ne-am propus în acest articol să vedem cum a funcționat mecanismul de evaluare și evidență a manifestărilor științifice din Republica Moldova în anul 2022.

Aspecte metodologice. În Regulamentul menționat mai sus este specificat că vor fi conținute manifestările / evenimentele ce vor fi reflectate în *Registrul manifestărilor științifice recunoscute de către ANACEC*, întocmit în baza registrelor generate în timp real de Platforma on-line pentru înregistrarea, monitorizarea și raportarea evenimentelor științifice din Republica Moldova [2], în condițiile respectării cerințelor de eligibilitate și validării datelor preluate de platformă. În acest studiu a fost analizat *Registrul materialelor publicate în baza manifestărilor organizate în anul 2021*, generat de Instrumentul Bibliometric Național [3], în baza indexării acestui tip de publicații științifice, în scopul validării congreselor, simpoziunelor, conferințelor științifice organizate în anul de referință. Ipoteza noastră este că acest rezumat nu va fi recenzat.

Analiza manifestărilor științifice desfășurate în 2022. Contribuind la responsabilizarea organizatorilor de evenimente, platforma analizată susține schimbul automat de date cu alte sisteme din domeniul cercetării-inovării, colectează metadate relevante, care în ansamblu creează o imagine completă a evenimentului, utilă din diverse perspective pentru multiple părți interesate. Congresele, simpoziunile și conferințele științifice sunt acceptate de ANACEC doar în condițiile editării și prezervării în cadrul Instrumentului Bibliometric Național a culegerilor de materiale publicate în urma evenimentelor organizate. Analiza noastră

a arătat că în baza a 233 de congrese, simpozioane și conferințe planificate pentru anul 2021 au fost publicate 64 de culegeri (fig. 1).

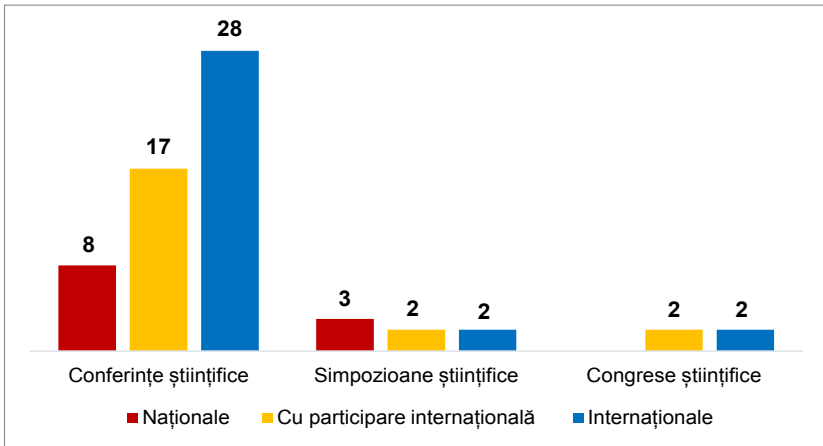


Figura 1. Culegeri ale materialelor editate în baza manifestărilor științifice.

Acest fapt denotă că doar 28% din aceste tipuri de evenimente au fost organizate în corespundere cu criteriile de eligibilitate stabilite. O pondere mai mare a evenimentelor ce corespund criteriilor de eligibilitate se înregistrează în categoria manifestărilor internaționale, fapt ce relatează despre un nivel mai înalt de responsabilitate în raport cu evenimentele organizate.

Necesitatea implementării unor instrumente suplimentare de publicitate a evenimentelor preconizate, dar și de monitorizare mai exigentă a celor în curs de organizare, a servit drept temei pentru elaborarea și punerea în aplicare a platformei menționate mai sus.

Au fost organizate cca 60% din numărul total de evenimente înregistrate pe platformă, planificate pentru anul 2022. Au fost raportate (prezentată integral informația solicitată privind evenimentul organizat) 84% din numărul evenimentelor înregistrate ca organizate pe platformă. 40% din numărul evenimentelor organizate au depus link-ul către înregistrarea video pe platformă.

O evidență aparte se face pentru congrese, simpozioane și conferințele științifice, dat fiind faptul că publicațiile în urma acestora sunt evaluate în cadrul procedurilor de atestare a personalului științific și științifico-didactic și abilitării acestora cu dreptul de conducător de doctorat. Astfel, reieșind din datele generate de platformă, menționăm că au fost organizate 25% din numărul total al congreselor științifice planificate, 47% – din numărul total al simpozioanelor științifice planificate și 57% – din numărul total al conferințelor științifice planificate.

Au fost raportate (prezentată integral informația solicitată privind evenimentul organizat) 100% din numărul congreselor științifice organizate, 71% din numărul simpozioanelor științifice organizate și 65% din numărul total al conferințelor științifice organizate. Similar situației stabilite în anul precedent, s-a înregistrat o pondere mai mare de organizare a evenimentelor planificate în cazul evenimentelor internaționale sau celor cu participare internațională – la nivelul a cca 60%, în timp ce în raport cu evenimentele naționale ponderea respectivă este cu 10% mai mică.

Concluzii. Utilizarea Platformei on-line pentru înregistrarea, monitorizarea și raportarea evenimentelor științifice din Republica Moldova a permis o monitorizare și evidență mai bună a manifestărilor științifice desfășurate în Republica Moldova în anul 2022. Totodată, aceasta a arătat că sunt planificate mult mai multe evenimente științifice decât se desfășoară în realitate, cu respectarea cerințelor reglementare. Considerăm că utilizarea în continuare a acestei platforme și îmbunătățirea funcționalităților și a modului de raportare vor conduce la creșterea calității publicațiilor științifice rezultate în urma desfășurării manifestărilor științifice în Republica Moldova.

Referințe:

1. ANACEC. *Decizia Consiliului de conducere al Agenției Naționale de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare cu privire la modificarea Regulamentului cu privire la recunoașterea, clasificarea și evidența manifestărilor științifice nr. 5 din 28 ianuarie 2022* [Accesat 01.02.2023]. Disponibil: https://www.anacec.md/files/D5_CC_28.01.2022.PDF
2. *Evenimente științifice în Republica Moldova*. IDSI © 2021-2023. [Accesat 01.02.2023]. Disponibil: <https://conferinte.stiu.md/>
3. *Instrumentul Bibliometric Național*. IDSI © 2012-2023. [Accesat 01.02.2023]. Disponibil: <https://ibn.idsi.md/>

**ELEMENTE CREATIVE NOI ÎN EMISIA
TELEVIZATĂ DIN PERIOADA SUPRANUMITĂ –
DE RESTRUCTURARE (1985-1991)**

**NEW CREATIVE ELEMENTS IN TELEVISION
SHOWING FROM THE ABOVE NAMED PERIOD –
RESTRUCTURING (1985-1991)**

CZU: 654.19(478)“1985/1991”

Boris PARFENTIEV,
doctor în istorie,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0003-3531-9102
bparfentiev@gmail.com

În perioada investigată, numită – de restructurare, în emisia televizată au intervenit schimbări calitative, cu elemente creative noi pentru timpul respectiv. Vom menționa schimbările în tematica emisiunilor, sporirea volumului de emisie în direct, apariția elementelor interactivității, dialogul vine să suplinească monologurile propagandistice, bazate pe interminabilele indicații partinice de la diferite congrese, conferințe, plenary ale partidului comunist. Despre acestea, dar și despre alte elemente inovative, ne vom referi în rândurile ce vor urma.

Un suflu nou în emisie l-a constituit ciclul „Forum”, inițiat în februarie 1985, care se constituia din două emisiuni. Prima – „Ministrul răspunde la întrebările telespectatorilor”, iar peste trei săptămâni – „Forum – Ce s-a întreprins?” În a doua emisiune se preconiza o dare de seamă despre activitățile pentru lichidarea neajunsurilor semnalate de telespectatori.

Elementul dialogului în emisia televizată, străin pentru anii precedenți, devine unul esențial, decisiv în spațiul mediatic audiovizual.

Periodic sunt incluse în grila de emisie programele „Linia fierbinte”, „Dialog social”, „Microfonul liber”. Tot mai populare devin emisiunile în direct, organizate de pe străzile orașului. „Emisiunea „Unda tineretului” în anii 1988 -1989, în zilele de joi, plasa Carul Mobil de televiziune în Piața Biruinței (actualmente Piața Marii Adunări Naționale), ceea ce permitea tuturor doritorilor la ora emisieii în direct să vină și să-și spună păsul, să prezinte adevărata opinie publică autentică, veritabilă. Programele pentru tineret capătă un caracter dezinvolt, realizatorii nu evită cele mai acide tematici, care se referă la activitățile guvernării, la modelele vechi de organizare a proceselor de producție, la starea ecologică dezastruoasă în urma utilizării excesive a îngrășămintelor minerale, erbicidelor, pesticidelor, la privilegiile neîntemeiate ale lucrătorilor de partid etc. Se schimbă și ținuta vestimentară - participanții la emisiune apar în pantaloni-blugi, pulovere, maiouri, cravata pierzând rolul de element obligatoriu pentru apariția pe ecran. Limbajul utilizat în emisie treptat se debarasează de stilul oficial, dur, de lemn și se apropie de cel cotidian. A crescut și gradul de credibilitate în cele ce se mărturisea în subiectele televizate, dovadă fiind numărul sporit de scrisori sosite la redacție și de mesaje transmise la telefon.

Apar la Televiziunea din Moldova și primele talk-show-uri și emisiuni analitice, care permit expunerea celor mai controversate opinii pe cele mai actuale probleme de dezvoltare a țării. Jurnaliștii-prezentatori **Constantin Ciobanu, Iurie Tăbârță, Gheorghe Corman, Sandu Osadenco, Serghei Tcaci, Alexandru Suprun** devin persoane cunoscute în societate și protagoniști ai recenziilor, articolelor analitice din presa timpului. Rolul crainicilor treptat își pierde importanța atât în televiziune, cât și la radio. Buletinele de știri, care se deosebeau de restul emisieii prin conservatismul său în difuzarea informației, treptat își schimbă formatul tematic. Informațiile, știrile sunt difuzate într-o variantă mult mai dinamică; tot mai mult timp se oferă unor teme, care în anii precedenți erau excluse din programele de știri – accidente, catastrofe, evenimente criminale, fapte diverse etc.

Autoritatea, prestigiul mass-mediei în general și a televiziunii în particular în a doua jumătate a anilor ’80 sporește vădit. Crește mult numărul de scrisori de la telespectatori. Oferirea posibilităților de a vor-

bi deschis despre problemele din societate, îi fac participanți activi ai emisiei televizate pe mai mulți scriitori, savanți, oameni de artă, reprezentanți ai intelectualității naționale. Datorită acestui fapt, publicistica audiovizuală moldovenească dobândește o nouă dimensiune în perceperea realităților, obținând o profunzime socială, o încadrare în vârtoarea vieții cotidiene.

Din anul 1988 se atestă o schimbare radicală în ceea ce privește oglindirea în mass-media a religiei. Pentru prima dată în cei 70 de ani ai puterii sovietice, în mod oficial a fost sărbătorită aniversarea de un mileniu al ortodoxiei în Rusia. Telespectatorul moldovean a fost uimit de apariția fețelor bisericești în programele televiziunilor de la Moscova și de la Chișinău cu numeroase discursuri despre credință, spiritualitate, despre rolul creștinismului și a bisericii ortodoxe în societate. Este semnificativ și faptul, că după mai mulți ani de zeflema a religiei de către organele de partid, chiar și noțiunea „Dumnezeu” a început a fi scrisă cu majusculă. Dacă încă câțiva ani în urmă la televiziune săptămânal apărea emisiunea „Religia – opium pentru popor”, iar enoriașii erau caracterizați ca „înapoiați”, „lipsiți de cultură” și chiar „retardați mintal”, apoi acum despre credincioși se spunea ca despre „sute și mii de contemporani, care-și caută propriul său drum spre Dumnezeu”.

În anul 1989 o mostră de emisie în stil democratic, cu expunere de opinii diferite, o constituie noul ciclu, intitulat „Telereferendum” (Redacția emisiunii publicistice), care și-a pus scopul să atragă în fața ecranelor un cerc cât mai mare de oameni/cetățeni la dezbateră problemelor vitale, de importanță raională, orășenească, republicană. Prima emisiune a noului ciclu a fost derulată la 27 februarie 1989 și a fost dedicată problemelor ecologice ale Chișinăului. Subiectele ecologice sunt tot mai frecvente în programele Televiziunii din Moldova. Unul din promotorii acestei tematici a fost telegenialistul **Andrei Dumbrăveanu**, care începând încă din anul 1987 a dedicat o serie de emisiuni stării precare a râului Nistru. În aprilie 1989, sub egida lui demarează un nou ciclu „Râul Nistru – sub patronajul televiziunii”[1], în cadrul căruia cu regularitate sunt discutate problemele poluării fluviului, scoaterii ilicite a nisipului, braconajului în pescuit etc.

Un alt ciclu, ce era în pas cu cerințele timpului, ca rezultat al proceselor de restructurare și democratizare a vieții sociale, a devenit cel intitulat „La întrebările Dumneavoastră răspund miniștrii”. Tot mai des în emisiuni se vorbește despre autogestiune, autodirijare, mișcare cooperatistă, faliment, șomaj – noțiuni noi, nemaîntâlnite până atunci în vocabularul cotidian al mass-mediei și al poporului, numit sovietic. Încep discuții la contradictoriu despre politica națională a partidului comunist, cu referiri nu numai la tradiționalele teze leniniste, dar și la deformările ce au avut loc pe parcursul anilor în politica națională promovată în Uniunea Sovietică. Acum încă câțiva ani în urmă era de neînchipuit de a vorbi la microfon sau în fața camerei de luat vederi și de a pune la îndoială teoriile politicii naționale leniniste, Lenin fiind dumnezeul comuniștilor. Iată ce scria **Dumitru Țurcanu**, redactor-șef, Redacția emisiuni publicistice în săptămânalul Teleradio: „Istoria URSS poate fi o mărtirie a dezvoltării naționale a zecilor de popoare, dar și a tragediei a unui șir de popoare, ce au fost strămutate de pe locurile lor tradiționale de trai.” Și în continuare face referiri la „criza ce are loc între națiuni, la izvoarele conflictelor, la faptul cum se manifestă ele în republica noastră și care sunt căile ameliorării lor pe baza noilor mecanisme de stat – sociale și economice”[2]. Exemplele prezentate sunt argumente, că televiziunea se încadra în dezbaterea tuturor problemelor ardente din societate, temele tabu rămânând în trecut.

Încă un element nou al emisiei din perioada analizată îl constituie Maratoanele republicane televizate. Una din primele manifestații de acest tip s-a desfășurat la 7 aprilie 1990 și a fost consacrată revitalizării monumentelor de istorie și cultură. După cum se menționa mai târziu în presa timpului, a fost „o zi de televiziune întru reconstruirea temeiurilor spiritalității noastre”. Începând cu anul 1991, formatul de emisie, intitulat „Telemaraton” își găsește un loc permanent în grila de programe. La 13 aprilie, sub acest generic este desfășurată o manifestație de amploare, dedicată problemelor ecologice și intitulată „De suflet, de sănătate”. La 25 aprilie, - încă un „Telemaraton” - cu ocazia împlinirii a 5 ani de la trista zi a catastrofei de la stația atomică Cernobâl. Pentru prima dată s-a vorbit deschis și direct/cinstit despre consecințele tragice ale acestui

dezastru, despre soarta de mai departe ale celor ce au avut de suferit de pe urma radiației.

În a doua jumătate a anilor '80, începutul anilor '90 se schimbă nu numai tematica și conținutul programelor televizate, ci și formele și metodele de lucru ale jurnaliștilor. La televiziune apar noi cicluri, care au în bază dialogul, schimbul de opinii. În grila de emisie sunt introduse emisiuni, în care se pun în discuție cele mai imperioase și grave probleme ale țării: „Dialog la microfon”, „Opinii de după paravan”, „Tribuna liberă”, „Pro- și contra”. Apar tot mai multe programe analitice, iar interesul publicului spectator pentru opinii diferite despre problemele din societate, fac ca genul interviului să devină destul de relevant.

În perioada analizată au survenit schimbări și în ceea ce privește caracterul scrisorilor telespectatorilor, care în anii precedenți în mare parte erau organizate de către angajații televiziunii – autorii emisiunilor, deoarece exista un plan neafișat public al numărului de scrisori, care trebuia să fie în creștere din lună în lună, din an în an. Cetățenii se adresau la instituțiile media ca la ultima instanță, deoarece organele de partid care se aflau la conducerea țării, pierdeau tot mai mult din autoritate. Și dacă până atunci scrisorile în majoritate aveau un conținut în susținerea organelor de conducere, osanale „liniei înțelepte promovate de partid și mulțumiri ”talentaților” realizatori de emisiuni, în perioada respectivă a crescut brusc numărul de răvașe cu observații critice la adresa organelor de partid și de stat, dictate de realitățile din viața politică, socială, economică a țării.

Perioada de restructurare s-a încheiat în august 1991, când în dimineața zilei de 19 august posturile de radio și de televiziune de la Moscova au transmis mesajul, că „în scopul depășirii crizei profunde și atotcuprinzătoare, a confruntărilor politice, etnice și civile, a haosului și anarhiei din societate, care amenință suveranitatea, integritatea teritorială, libertatea și independența Patriei”, puterea în Uniunea Sovietică timp de câteva zile a fost capturată de un așa numit Comitet de stat pentru starea excepțională (Государственный Комитет по чрезвычайному положению – ГКЧП).

Evenimentele din 19 august 1991 au grăbit prăbușirea statului numit Uniunea Republicilor Sovietice Socialiste și apariția unui șir de noi

state independente, printre care și Republica Moldova. Și nu vom greși dacă vom afirma că jurnaliștii prin mijloacele de comunicare în masă au jucat un rol important, fiind promotorii acțiunilor, care aveau ca scop democratizarea societății și remedierea vieții oamenilor.

Referințe:

1. Săptămânalul *Programele TeleRadio al Comitetului de Stat pentru televiziune și radiodifuziune al RSSM (24 – 30 aprilie 1989).*
2. Săptămânalul *Programele TeleRadio al Comitetului de Stat pentru televiziune și radiodifuziune al RSSM (28 august – 3 septembrie 1989).*

METODE DE PROMOVARE A IMAGINII INSTITUȚIONALE PE REȚELELE DE SOCIALIZARE

METHODS OF PROMOTING THE INSTITUTIONAL IMAGE ON SOCIAL NETWORKS

CZU: 659.123:004.774.1

***Laura TUGAREV,**
doctor în științe ale comunicării,
lector universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0002-1304-7209
tugarevlaura@gmail.com*

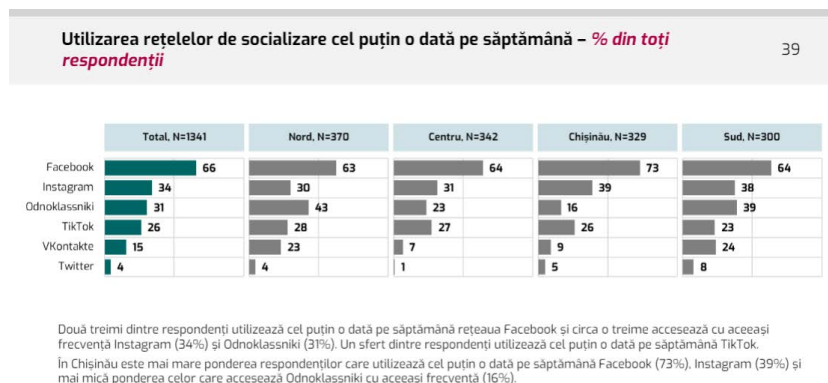
Mediul online reprezintă astăzi o platformă eficientă în vederea promovării și mediatizării imaginii instituționale; în era digitală prezența instituțiilor/organizațiilor în online se impune ca un imperativ. Mai mult decât atât, promovarea online a devenit un instrument al strategiilor de comunicare “atât intensificarea concurenței locale și globale, cât și dezvoltarea pe care a cunoscut-o Internetul la nivel mondial, au determinat multe organizații să privească ca o necesitate prezența în mediul online” [1]. Spațiul virtual este folosit strategic în vederea promovării filozofiei, valorilor, misiunii, capitalului uman, serviciilor, produselor furnizate de o instituție/organizație, astfel aceasta pătrunde în țesutul social multmai rapid, datorită impactului pe care îl produce internetul asupra individului în particular și asupra societății în ansamblu.

Rețelele de socializare reprezintă instrumente de comunicare și interacțiune online, presupunând partajarea conținutului de diferite tipuri și forme. „O rețea de socializare este un serviciu web destina creării de legături virtuale între utilizatori, cu aplicații sociale, comerciale, politice și educaționale. Deci, putem spune, că printr-o rețea de socializare

se înțelege o rețea informațională de utilizatori Internet, bazată pe anumite site-uri web la care utilizatorii se pot înscrie și interacționa cu alți utilizatori, deja înscriși”[2]. Aceste platforme sunt folosite în arhitectonica procesului comunicațional desfășurat în mediul online, utilizatorii au diverse scopuri, pentru a socializa, pentru a informa etc., pe alți actanți ai sferei virtuale, inclusiv prin livrarea sau distribuirea conținutului textual, fotografic sau audio-vizual.

În timp, rețelele de socializare au început să fie folosite și în zona de promovare, publicitate, PR etc., acestea au căpătat teren deoarece constituie un mediu dinamic, unde informația (inclusiv cea comercială) este prezentată într-o formă atractivă, permițând o conectivitate la nivel local, regional, național și chiar internațional, astfel, omițând barierele temporale și spațiale.

Conform „Studiului național de audiență a mass-media”[3], publicat în luna decembrie 2021, în Republica Moldova cea mai accesată rețea de socializare este *Facebook*. Potrivit datelor din studiu, rezumăm că, două treimi din respondenți utilizează cel puțin o dată pe săptămână rețeaua Facebook (66%) și circa o treime accesează cu aceeași frecvență Instagram (34%) și Odnoklassniki (31%).



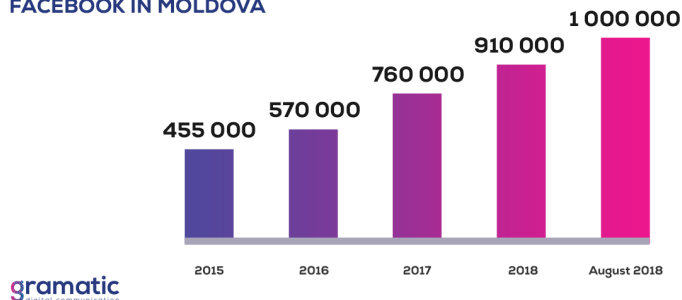
Sursa: <https://cji.md/studiul-national-de-audienta-a-mass-media-2/>

Fiecare rețea de socializare are specificul, structura, publicul și algoritmi săi de funcționare. Conținutul pe Facebook are o modelare

substanțială, de o factură oficială, iar Instagramul prezintă un conținut mult mai dinamic, orientându-se mai mult spre lifestyle.

Potrivit site-lui www.gramatic.md, în Republica Moldova, în anul 2018 existau un milion de utilizatori Facebook.

Evoluția utilizatorilor FACEBOOK ÎN MOLDOVA



Sursa: <https://gramatic.md/blog/wp-content/uploads/2018/08/evolutie-utilizatori-facebook-moldova.png>

Prin urmare, putem afirma că rețelele de socializare pot contribui și la profilarea unei vizibilități crescute în mediul online, care poate fuziona și în spațiul public, la promovarea filozofiei și derivatelor instituționale, la crearea unei comunități care poate genera o comunitate fidelă organizației sau instituției, cât poate spori și genera trafic web, interacțiune și impactare etc.

O vocabulă din titlu se referă la imaginea instituțională, despre care academicianul Victor Moraru nota că „Imaginea instituțională reprezintă un complex constituit din istoria instituției, notorietatea și reputația sa, succesele și stabilitatea, calitatea serviciilor oferite, responsabilitatea socială, eforturile sociale depuse etc” [4]. Deci, imaginea instituțională constituie reprezentări panoramice despre toate componentele instituționale: istorie, expresia valorică, capital uman, servicii/produse etc.

„Imaginea instituțională este rezultanta unei serii de factori, obiectivi și subiectivi, interdependenți care, în cele din urmă, conduc spre proiectarea și cultivarea acesteia” [5, p.38]. Imaginea instituțională redă identitatea, cultura instituțională etc., de aceea, este important ca specialistul care se ocupă de comunicare online să nu se îndepărteze de aceste deziderate.

Metode de promovare a imaginii instituționale pe rețelele de socializare sunt diverse. Pagina instituțională pe Facebook poate reprezenta un „pașaport al instituției”, unde sunt transmise publicului care apreciază sau/și urmăresc pagina, informații relevante și utile în vederea atingerii scopurilor stabilite în strategia de comunicare. De exemplu, pagina de Facebook a Universității de Stat din Moldova numără 12.000 de aprecieri și 13.000 de urmăritori. Publicul țintă este: comunitatea academică (studenți, cadre didactice, specialiști de profil, cercetători), parteneri de dezvoltare, organizații non-guvernamentale de profil, potențiali studenți etc. Este important să stabilim cine este publicul-țintă și dacă aceștia sunt utilizatori și accesează conținuturile plasate pe aceste platforme. Odată cu identificarea sau segmentarea publicului, putem avea acces la o arenă vastă de potențiali beneficiari/consumatori, ivindu-se și posibilități multiple de creștere a indicatorului/ratei de interacțiune a postărilor.

Postările (textu postării) pot fi alcătuite din informații diferite: de actualitate, de interes public, de responsabilizare etc., în funcție de scopul propus. Lead-ul postării trebuie să conțină verbe, să fie un îndemn spre acțiune “call to action”. Boldul, fontul diferit și emoticoanele se utilizează tot mai mult, aceste elemente contribuie la impactarea conținutului care devine vizual mult mai atractiv și dinamic. Este important ca la postare să fie creat un hiperlink care conduce utilizatorul spre site-ul oficial instituțional (vezi imaginea de mai jos).



Sursa: <https://ro-ro.facebook.com/UniversitateaDeStatDinMoldova/>

Stabilirea unui stil propriu de scriitură poate însemna un avantaj, deoarece acest element poate fi definitoriu în identificarea instituției de către beneficiar. Postările trebuie să fie constante, creative, orientate spre beneficiar, arătându-I reușitele, oportunitățile, valorile, atuurile instituției sau organizației.

Conținutul fotografic și video se consumă pe online, de aceea, acestea trebuie intercalate în textul postărilor, pentru a aduce un impact mult mai vizibil. În cazul paginilor instituționale ar fi bine ca fotografiile sau materialul video să fie însoțit de un logo, acest fapt va permite recunoașterea imediată a instituției. Folosirea întrebărilor sau întrebărilor retorice în titlul sau în „lead-ul” postării poate fi un element persuasiv, la fel, și citatele, emoțiile pozitive sau trigger-ele ajută la refocalizarea atenției consumatorului spre postare.

Imaginea pe care urmează să o modelăm în retina spațiului public, ține și de forma și stilul comunicării pe online. Comunicarea instituțională în spațiul virtual trebuie să aibă câteva obiective de bază: informarea publicului țintă (despre instituție, valori, specific etc.); profilarea/șlefuirea imaginii; poziționarea/repoziționarea în mintea consumatorului/beneficiarului; de identificare în situații de concurență etc. De aceea, în „planul editorial” pentru pagina de Facebook pot fi incluse diferite tehnici și/sau metode prin care urmează să se promoveze imaginea instituțională.

Publicarea pe pagina oficială în mod regulat; distribuirea conținuturilor pe paginile persoanele ale angajaților, astfel indicatorul impactării crește din contul comunității de prieteni pe care o are persoana care a distribuit conținutul; distribuirea postărilor în grupurile specializate (fie de tip deschis, fie de tip închis); sponsorizarea unor postări pentru a crește impactul (datorită faptului că acestea apar în feedul persoanelor care nu neapărat au interacționat cu profilul paginii); plasarea conținutului în storie, etc.

Alte metode precum: infograficile care sunt reprezentări vizuale ale unor cifre, date, informații etc., acestea captează atenția prin expunerea schematică a conținutului; podcasturi- materiale media, realizate în format audio, uneori însoțite de video, fiind ușor de accesat, ascultat, vizionat; interviuri cu personalități care au un capital de imagine și o

parte se transferă spre instituție; campanii de promovare; campanii de caritate, storytellinguri etc.

În concluzie, putem afirma că imaginea este „cartea de vizită” a unei instituții, iar mediul online trebuie folosit în vederea promovării acesteia, privindu-l ca pe o posibilitate eficientă de comunicare cu mediul extern.

Referințe:

1. Savciuc, O. *Promovarea online ca instrument al strategiilor de comunicare în era digitală*. [Accesat: 07.02.2023]. Disponibil: <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-9975-3069-5-9/167-180.pdf> (vizitat: 28.01.2023)
2. Cebotaru, E. *Rolul rețelelor de socializare la nivel global*. [Accesat: 07.02.2023]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Rolul%20rețelelor%20de%20socializare%20la%20nivel%20global.pdf
3. Centru pentru jurnalism independent. *Studiul național de audiență a mass-media*. [Accesat: 07.02.2023]. Disponibil: <https://cji.md/studiul-national-de-audienta-a-mass-media-2/>
4. Moraru, V. *Relațiile publice - instrument de promovare a imaginii instituțiilor publice*. [Accesat: 07.02.2023]. Disponibil: <http://aap.gov.md/files/publicatii/revista/articole/88/ro/Moraru.pdf>
5. Marin, C. *Comunicarea instituțională*. Chișinău: Centrul Tehnologii Informaționale a FJȘC, C.C.R.E “Presa”, 1998. 179 p.

FERVORILE ȘI LIMITELE CREATIVITĂȚII ÎN JURNALISM

THE FERVORS AND THE LIMITS OF THE CREATIVITY ÎN JOURNALISM

CZU: 159.954.4:070

Florin ARDELEAN,
doctor, conferențiar universitar,
Facultatea de Istorie, Relații Internaționale,
Științe Politice și Științele Comunicării,
Universitatea din Oradea (România)

Conceptul de creativitate este mult mai profund și mai subtil decât reușește un dicționar să ne facă să percepem noțiunea de creativitate (însușirea sau atributul de a fi creator). Creatorul poate fi reprezentat de la nivelul cel mai înalt, chiar transcendent (Dumnezeu), până la producătorul unei rogojini sau al unui coș din papură. De la nivelul genialității și până la acela al simplului bucătar capabil să-ți condimenteze un sos altfel decât recomandă o rețetă, avem de-a face cu un evantai luxuriant de ipostaze creative. Într-un fel se manifestă creativitatea la nivelul culturii elitelor, astfel încât, așa cum arată Harold Bloom (*Canonul occidental*)⁴ să poată fi posibile opere de o excelență atât de mare încât să le așeze în *canon*, și cu totul diferit vorbim de creativitate la modul uzual, fie că este vorba despre deprinderile tehnice ale inginerilor sau de acelea imaginative ale celor supuși la un test de ingeniozitate. În *De profundis*, Oscar Wilde spune, oarecum criptic, faptul că „*suferința este cea mai sensibilă dintre creații*”, iar mai apoi accentuând că „*fiecare operă de artă este împlinirea unei profeții*”⁵. Pentru autorul *Portretului lui Dorian Gray*,

⁴ Harold Bloom, *Canonul occidental. Cărțile și școala epocilor*, Editura Art, București, 2018, p. 55-90. Traducere din limba engleză: Delia Ungureanu.

⁵ Oscar Wilde, *De profundis*, Humanitas, București, 2017, p. 95. Traducere și note de Luana Schidu.

creativitatea își devoalează intimitățile cele mai greu de găsit și observat, în relație directă nu numai cu spiritul omului, ci mai ales cu tenebrele din sufletul acestuia. Marii creatori pot fi numai profeții, sugerează dramaturgul irlandez, forțându-ne să asumăm o dimensiune trans-umană a creației, o intervenție a ceva ce ne depășește condiția pentru a fi posibil ceva cu totul nou, sublim sau, dimpotrivă, înfricoșător, coborând, așadar, dinspre divin sau urcând dinspre Îngerul Decăzut. Căci de creație ține și *Divina comedie* a lui Dante, dar și *Cele o sută douăzeci de zile ale Sodomei*, avându-l autor pe Marchizul de Sade.

A fi jurnalist înseamnă câteva condiții cumulative: rigoarea discursului, asumarea unui *ethos* bazat pe norme de conduită profesională, dar mai cu seamă atașamentul neștrămutat față de valoarea și imperativul adevărului. Concordanța dintre text și faptele sau întâmplările realității despre care textul face referire trebuie să fie completă dezambiguitată, cât se poate de limpede și de directă. Jurnalistul este un raportor. În baza faptului că a fost martorul unor evenimente, este chemat să depună o mărturie. Deși nu este obligat să jure cu mâna pe Biblie în fața unui complet de judecată, totuși, jurnalistul este prezumat ca fiind de bună intenție, ca fiind apt (pregătit), iar mai apoi hotărât să spună public ceea ce știe și ceea ce a verificat. Responsabilitatea lui este una enormă, nu numai față de cei cărora le relatează, în pelicula de timp a prezentului continuu, ci și față de viitorime, câtă vreme articolele lui vor constitui, peste decenii sau secole, izvoare pentru istorici. Mai apoi, mesajele jurnalistului nu sunt evaluate din perspectiva originalității. Dimpotrivă. Nici măcar capacitatea de-a da un nimb de frumusețe textului nu contează. A cunoaște bine limba română, gramatica, lexicul, sintaxa, sunt elemente suficiente pentru a accepta mesajul.

Să răspundem net la o întrebare. Poate apela jurnalistul la ficțiune și imaginar? Nu, fără a afecta grav textul jurnalistic. Dar dacă o face scriitorul (poetul, dramaturgul, eseistul) nu înseamnă decât că utilizeze un instrumentar acreditat, ce îi vine ca o mânășă, ba chiar constituie mediul lui de acțiune, ambianța fără de care nu poate exista. Numai că în ultimul timp granița dintre jurnalism și literatură s-a relativizat. Întâlnim cazuri numeroase de intruziune reciprocă: jurnaliști care „cotropesc” teritoriile imaginarii scriitoricești, respectiv, literați care „împrumută” tehnici și

strategii din arsenalul jurnalistic pentru a reuși un mai mare prestigiu literar. Astfel s-au născut jurnalismul narativ, respectiv literatura non-fictivă. Riscul manipulării prin abandonarea criteriilor clasice de evaluare a mesajelor (adevăr pentru jurnalist, ficțiune întemeiată estetic pentru scriitor) pânđește de peste tot de când lucrurile nu mai sunt atât de clar definite.

De câtă creativitate are nevoie un jurnalist? Un răspuns simplu și direct nu poate fi dat, din motivația elementară că nu puteam vorbi de jurnalist, la singular, ci de jurnaliști cu specializări foarte diverse, puși să presteze munci redacționale din perspective foarte diverse. Credem că un ziarist pe eveniment, pus să relateze despre fapte întâmplare într-o realitate de incidență, nu va avea cum apela, ținând cont de intervalul de timp foarte limitat în care trebuie să livreze mesajul, nu-și va putea accesa arsenalul de creativitate, chiar dacă l-ar avea bine exersat. Pe de altă parte, nici n-ar fi de dorit. Nu poți poetiza la locul unei crime și nici nu poți propune un text de proză scurtă în cazul în care ești martorul unui incendiu sau accident de circulație cu victime multiple. Ar fi nu doar o crasă inadecvare la context, ci chiar o viciere a materialului de presă, o abdicare de la funcția de informare, prima dintre toate în cazul jurnalismului. Dar altfel se pune problema în cazul jurnalismului cultural. Aici nu ne referim la revistele de cultură, ci la publicațiile ce semnalează evenimentele culturale: lansări de carte, vernisaje, de expoziții de artă plastică, premiera unor filme sau piese de teatru. Aici, în astfel de cazuri, libertatea jurnalistului poate fi negociată cu mai multă larghețe. Cu toate acestea, nu jurnalistul este cel chemat să formuleze judecăți estetice, să convină asupra unor poziții specifice criticului. El se va mărgini să citeze persoane acreditate să producă astfel de judecăți și să adopte poziții critice, tocmai pentru că acestea își pot exprima subiectivitatea în numele faptului că au o pregătire și un gust estetic dincolo de orice dubiu.

Putem vorbi de „intruziuni” cu mult mai adânci ale jurnalismului în câmpul de manifestare al literaturii sau de abandon al adevărului frust în favoarea ficțiunii. Mă refer aici la ceea ce numim *gonzo journalism*, după cel ce l-a formulat și pus în practică, americanul Hunter S. Thomson, în urmă cu o jumătate de veac (anii 70 ai secolului trecut). Formula mizează pe o renunțare la obiectivitate, în favoarea unui unghi de abordare vădit subiectiv, reporterul fiind liber, ba chiar instigat să-și

împănaze reportajul cu impresii dintre cele mai extravagante și chiar și cu sentimente, tocmai pentru a-l contraria pe cel ce consumă presa *mainstream*⁶. *Gonzo journalism*-ul a fost o dezvoltare a *new journalism*-ului teoretizat de către Tom Wolfe pe o linie ce a dus la apariția *slow journalism*-ului sau a *long-form journalism*, la fel de abundente în „derapaje” subiective, în dauna a ceea ce am numit adevăr jurnalistic. Toate aceste experiențe au pus în criză modelul clasic de jurnalism și a deschis apetitul pentru provocări tot mai teribiliste. Creativitatea a însemnat, în aceste cazuri, inventarea unor tipare noi, concomitent cu dezavuarea oricăror forme de tipar, cu precădere ale celor tradiționale. *Jurnalismul narativ* de astăzi se inspiră din aceste experimente.

Am aplicat conceptul de creativitate la jurnalismul angajat în producerea de mesaje, mai precis la acel jurnalism acreditat drept interfață între realitatea evenimentelor și protagoniștilor acestora, pe de o parte, și consumatorii sau publicul masificat, pe de alta. Firește, este de dorit cât mai multă creativitate în sfera comunicării de masă, atunci când alegem strategii, când planificăm ținte de atins, când elaborăm un ziar sau când trasăm formatul unor emisiuni de radio sau de televiziune. Trebuie să fim originali în calitate de producători, de editori sau de realizatori de programe, mai ales din sfera divertismentului. Doar că prin toate acestea noi nu ne manifestăm direct drept jurnaliști, ci cu mult mai ferm drept specialiști în arta spectacolului. Creativitatea sub raport tehnic în elaborarea mesajelor, deprinderea de a lansa un format de emisiune cu totul original sunt chestiuni dincolo de orice dubiu, angajând, sub acest raport, jurnalismul într-o cursă fără oprire spre nou, spre altceva, motorul fiind tocmai creativitatea. Cu toate acestea, însă, jurnalismul de informație poate avea de suferit din cauza unei creativități asumate în dauna regulilor și angajamentelor stricte luate în numele adevărului. Pe un anume interval de referință, meseria de jurnalist poate intra în coliziune frontală cu dorința de-a fi cât mai creativ cu puțință. Totuși, o imen-

⁶ Ideea pusă în operă de Thompson își are originea în tipul de scriitură dezvoltat de William Faulkner, unul dintre cei mai străluciți reprezentanți ai literaturii moderne. Faulkner miza pe faptul că ficțiunea este capabilă să disloce orice realitate, ba chiar să fie mai semnificativă decât aceasta. Comitatul Yoknapatawpha este o invenție a scriitorului american, loc fictiv în care și-a plasat cel mai frecvent personajele romanelor sale.

să presiune vine dinspre faptul că mass-media sunt o afacere de miliarde de dolari, concentrând interese, scopuri, manevre. Or, ca afacere, profitul este condiționat de capacitatea de a fi cel mai bun în condiții de concurență. Creativitatea este mediul de manifestare al întregului fenomen jurnalistic, oriunde în lume, împingând înainte o dimensiune intimă și extrem de dinamică a lumii contemporane: comunicarea de masă.

În cartea sa, *Civilizația spectacolului*, Mario Vargas Llosa reproșează mass-media faptul că sunt obligate, pentru a nu dispărea într-un con de indiferență publică, să servească așa numitei *civilizații light*, adică să legitimizeze frivolitatea de structură a societății de astăzi: „*Frivolitatea înseamnă să ai un set de valori răsturnat sau dezechilibrat, unde forma contează mai mult decât conținutul, aparența mai mult decât esența, iar gustul și provocarea – reprezentarea – țin de multe ori loc de sentimente și idei*”⁷. A ieși din această frivolitate, din pofta de senzaționalism ieftin, a asuma valorile aproape uitate ale întregii umanități, iată singura cale de urmat într-o lume globalizată, dar care și-a abandonat sensul, odată cu cântecul de sirenă al modernității, acela că am ajuns pe culmile cunoașterii și că niciodată oamenii n-au fost mai fericiți ca acum.

Jurnalistul este liber, așadar, să ducă în spate atâta creativitate cât poate dovedi. Dar bine ar fi să-și dubleze efortul de-a fi creativ cu intenția ceva mai modestă de-a înțelege ceea ce este în jurul lui și de-a gândi pe cont propriu, nu împărtășind grăbit adevărurile mestecate de alții și livrate deja frumos ambalate de către media de comunicare, asemenea suplimentelor alimentare, mai ales cea virtuală, cu efect euforizant. Înainte de a fi creativi, dar nu neapărat în loc de-a fi (și) creativi, bine ar fi să fim temeinici și responsabili în meseria noastră, o meserie de la care se așteaptă atâtea lucruri bune și folositoare. Asta tocmai ca breasla să iasă din conul de auto-delegitimare care o afectează dramatic. Creativitatea este mai mult decât salutară, cât mai mult cu putință, în sfera managementului de presă și a găsirii strategiilor utile pentru a duce la bun sfârșit proiectele inițiate în numele adevărului, al prosperității financiare al instituțiilor media și spre folos public.

⁷ Mario Vargas Llosa, *Civilizația spectacolului*, Humanitas, București, 2017, p. 45. Traducere din spaniolă de Marin-Mălaicu-Hondrari.

DECLINUL MASS-MEDIEI TRADIȚIONALE ÎN ERA DIGITALĂ

THE DECLINE OF TRADITIONAL MASS MEDIA IN THE DIGITAL ERA

CZU: 070:004

Mariana TOACĂ,
doctor în științe ale comunicării,
lector universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0001-9925-2774
mariana.toaca@usm.md

Progresul accelerat al noilor tehnologii a produs un impact covârșitor asupra tuturor domeniilor de activitate ale societății, inclusiv în cel al mass-mediei. Accesul la Internet a crescut semnificativ în ultimul deceniu. Dacă la început se atesta un grad de devotament mai ridicat față de mass-media tradițională la persoanelor trecute de patruzeci de ani, în ultimul deceniu identificăm tot mai mulți imigranți digitali de la toate categoriile de vârstă.

Atât generațiile mai tinere cât și generațiile mai în vârstă achiziționează și învață să folosească noile tehnologii pentru a fi la curent cu ultimele evenimente care s-au produs pe mapamond. Internetul a devenit prima sursă de identificare a informației. Pandemia generată de Coronavirus a intensificat procesul de trecere al publicului de lapresă tipărită spre informațiile din media digitală. Publicul digital declară că pentru a se informa folosește, cel mai des, telefonul mobil, deoarece telefonul este mereu la îndemână. Totodată, doar având un smartfon omul poate suna, trimite mesaje, poate fotografia și poate accesa internetul pentru a intra pe orice pagină web pentru a se informa.

Inevitabil, oricât de mult ne-am dori oprirea acestui transfer digital, nu putem sta în calea progresului. În acest sens, Comisia Euro-

peană recomanda încă în august 2009 de a spori educația cetățeanului privind domeniul mass-media în mediul digital. Educația în domeniul mass-media include abilitatea de a înțelege și a evalua cu spirit critic conținuturile mass-mediei digitale. Educația media ar trebui să fie incluse în programele de învățământ și să se regăsească în competențele cheie pentru învățare pe parcursul vieții.

La început, presa tipărită fiind primul și cel mai prestigios dintre mijloacele de comunicare în masă, a oferit poziția sa celorlalte media de comunicare, mai întâi radioului, după care televiziunii. Aceleași recomandări veneau și în secolul trecut din partea cercetătorilor: folosirea competentă a materialelor din presă în procesul educațional; actul lecturii a materialelor de presă voiau să devină un puternic instrument de creștere culturală și morală; cititorul trebuie să adopte o atitudine critică asupra a ceea ce citește; oamenilor li se recomanda să planifice timpul destinat presei scrise, cât și radioului și televiziunii. Pentru a înțelege mai bine locul, rolul, funcțiile și efectele presei tradiționale în societate este necesar să înțelegem specificitatea acesteia, iar, în acest context, se impune, identificarea și analiza caracteristicilor ei care îi determină, direct și necondiționat, caracterul și integritatea mediatică. Mai întâi de toate, ca practică jurnalistică, este un demers intelectual. Activitatea oricărei publicații, indiferent de regimul de periodicitate pe care-l are, nu se desfășoară la întâmplare (așa cum prea bine se poate observa) sub presiunea evenimentelor și a sufocantului flux informațional. Faptul se datorează, pe de o parte, capacității de receptare selectivă, (pe care trebuie să o posedă orice redacție), a informațiilor cu cel mai înalt grad de actualitate în același timp, cu o mare semnificație, precum și cu o deosebită putere de a stârni interesul cititorului, cerințe puse în valoare de procedeele specifice actului jurnalistic. Incontestabil, în era digitală, se încearcă a păstra și a valorifica calitățile presei tradiționale. Din păcate, calitatea textului făcut în goana după întâietatea apariției în mediul online și superficialitatea atitudinii consumatorului în raport cu multitudinea textelor jurnalistice scade pe zi ce trece. Responsabilitatea jurnaliștilor care activează în media tradițională este dictată și de faptul că după difuzare materialul nu mai poate fi redactat/corectat, în mediile on-line materialele jurna-

listice pot suferi schimbări ale conținutului. Totodată, mulți jurnaliști au o mare influență asupra opiniei publice, chiar mai mare decât altădată, mai ales atunci când ei reușesc să se folosească de mai multe canale media inclusiv cele digitale, dar și de rețelele de socializare.”Mai mult de 51% dintre jurnaliști utilizează blogurile” relevă raportul din 2006 al celui de-al unsprezecelea sondaj Euro Euro RSCG Magnet and Columbia University Survey of the Media. Studiul a intervievat 1.202 jurnaliști din America de Nord și de pe glob. Studiile indică faptul că jurnaliștii tind din ce în ce mai mult să posteze pe blogurile proprii, pentru a scăpa de sub presiunea editorilor sau a gatekeeper-ilor din media. Acesta este motivul pentru care milioane de cetățeni din SUA și persoane din întreaga lume sunt atrase de publicarea propriului blog. Și blogul de corporație este în continuă dezvoltare, deoarece organizațiile caută instrumente noi pentru a comunica direct cu publicurile lor, fără intermediari media sau gatekeeperi [1].

Demersul jurnalistic este un discurs intelectual. Individul, pentru a deveni cititor de ziar, trebuie să dovedească anumite disponibilități, să facă dovada unei anumite deschideri, să fie, într-un anumit sens, un teren fertil pe care informațiile livrate de publicații să rodească. Astfel el trebuie să posede un nivel de pregătire generală, precum și o informație culturală compatibilă și concordantă cu nivelul publicistic la care se situează ziarul ales, revista, emisiunea televizată, emisiunea radiofonică. Consumatorul de presă modern nu are asiduitatea /răbdare de a citi texte lungi, analitice, nu este preocupat de satisfacerea nevoii de informare datorită căreia să-ți mențină interesul pentru lectura presei, el trebuie să dispună de resursele financiare care să-i permită achiziționarea permanentă a publicației preferate. Chiar dacă cititorii presei scrise se împart în cei fideli, activi și ocazionali oricum între cele două părți se stabilește o relație foarte strânsă, de încredere, parteneriat, în cazul consumatorilor digitali de informații acest parteneriat nu se bazează pe devotament față de unele și aceleași media de informare. Influența asupra cititorului prin intermediul produsului tipărit pe hârtie este mai mare decât cel al ziarului online. Internetul este supraîncărcat de tot felul de informații, în internet poate scrie oricine, fără a trece un filtru minim și informația citită poate dispărea în orice clipă.

Ce anume se citește în era digitală, titluri, genuri, rubrici, autori? Ce genuri sunt mai des citite, cele informative sau cele analitice/comentativ? Care sunt preferințele publicului, temele de actualitate sau asistăm la transformarea lecturii presei într-o formă de divertisment? Când este accesată și citită informația?

Observăm anumite digresiuni în era digitală. În urma studiilor de audiență vedem o creșterea numărului celor care nu au citit niciodată o publicație, scăderea constantă a credibilității în presă și creșterea credibilității în vloggeri, bloggeri, influencienceri, persoane care se dau atotștiutori pe rețelele de socializare. În această ordine de idei putem să venim și cu atuurile presei on-line: accesibilitate de oriunde din lume; feedback imediat; hiperlinkuri care permite cititorului utilizare informației la această temă pe alt document, saltul pe alt text la tema dată; utilizarea mai multor pagini fără a achita pentru fiecare etc.

Orice produs mediatic, indiferent de mijlocul prin care se difuzează, ar trebui să educe o societate trainică, cu valori de durată, cu conștiință civică, axându-se pe funcțiile de informare, de educare, de leant, de culturalizare etc. Pentru a tinde spre acest deziderat primul element care trebuie să se ia în atenție atunci când este concepută politica editorială a unei publicații, indiferent de suportul pe care este transmisă, ține de natura eterogenă și pasivă a publicului. Principala cale de a satisface publicul este diversificarea continuă a conținutului. Diferența este dată de tipologia publicului vizat. Presa populară va miza mai mult pe lărgirea câmpului informațiilor, în timp ce presa de factură serioasă va încerca să ofere o reflexie mai aprofundată. Depolitizarea presei. Diversificarea conținutului are ca prim efect reducerea proporției știrilor și comentariilor politice. Deja, zierele de partid au dispărut în aproape toată lumea, iar presa de opinie este într-o lentă agonie. Presa doctrinală mai supraviețuiește în regimurile politice autoritare și în democrațiile emergente. Presa de astăzi este într-un continuu efort de adaptare la mutațiile din societate. A găsi mereu noi subiecte, noi rubrici și noi formule publicistice este o exigență care exprimă de fapt chiar natura profundă a presei. O mare forță de atractivitate o are presa în culori, bogat ilustrată, cu titluri mari, care a câștigat teren peste tot. Doar combinând calitățile presei clasice, tradiționale și valorificând atuurile presei digitale vom

reuși să educăm un public de valoare, cu deprinderi sănătoase, greu de manipulat.

Referințe:

1. PAVLIK, J.V. *Mapping the Consequences of Technology on Public Relations*. Copyright Institute for Public Relations. Iunie 2008 [Accesat 09.03. 2023] Disponibil: <https://www.pr-romania.ro/articole/pr-20/169-pr-20-i-consecintele-noilor-tehnologii-asupra-relatiilor-publice.html>
2. ALBULESCU, I. *Educația și mass-media, comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Dacia, 2003. 188 p.
3. MORARU, Victor. *Realitățile politice și realitățile mediaticе*. Chișinău: ICJP al AȘM, 2014. 208 p.
4. STEPANOV, G. *Cadrul evolutiv al cererii și ofertei presei scrise în Republica Moldova*. În: *Studia Universitatis. Revistă de științe socioumane*, 2007, nr. 6, p. 316-320.
5. TOACĂ, M. *Presa locală din RM: aspecte funcționale și conceptuale*. În: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Chișinău: CEP USM, 2016 pp.164-168. [Accesat: 09.03. 2023] Disponibil:http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7659/109-115_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RECESIUNEA UMANISMULUI MASS-MEDIA

THE RECESSION OF MASS-MEDIA HUMANISM

CZU: 070:165.74

Dumitru ȚURCANU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0002-6620-8002
turcanu.dumitru1950@gmail.com

Când vorbim despre umanism imediat ne ducem cu gândul la mișcarea social-culturală a Renașterii din secolul al XIV din Italia, care mai apoi s-a extins în timp și spațiu și în alte regiuni ale Europei. În Germania și Țările de Jos umanismul este promovat începând cu secolul XVI, iar în Anglia, Spania și Țările Române abea cu secolul XVI. Umanismul în această perioadă s-a manifestat prin răspândirea intensă a manuscriselor, apariția și dezvoltarea tiparului, decăderea latinei ca limbă de cultură și educație și impunerea limbilor naționale, apariția și dezvoltarea universităților și frecventarea universităților din Italia de către tinerii din mai multe țări europene.

Se impune o concepție a umanismului, care rezidă în mai multe principii fundamentale, cum ar fi un nou model uman – „omul este măsura tuturor lucrurilor”; un nou model de educație, fiind respinsă școala scolastică, caracteristică și dominantă în Evul Mediu; o nouă morală; o nouă artă și o nouă concepție despre artist, al cărui statut în societate și în stat este recunoscut și susținut, inclusiv și de biserică. În concepția umanismului în perioada Renașterii un loc aparte ocupă și noul model de conducător politic, formulat de către Niccolo Machiavelli în lucrarea sa „Principele” (1513). Esența dominantă a acestui model este că omul politic trebuie să acționeze în exclusivitate pornind de la interesele de

stat, excluzând concepțiile morale sau religioase, cu alte cuvinte „scopul scuză mijloacele”. Umanismul în perioada renașterii se manifestă prin valoroase realizări în domeniile științei, literaturii, artei. Renașterea română este reprezentată prin Neagoe Basarab, Varlaam, Dosoftei, Nicolae Milescu Spătaru, Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce, stolnicul Constantin Cantacuzino, Dimitrie Cantemir.

Această mișcare era ulterior numită în diverse feluri – umanism religios, umanism naturalist, umanism științific, umanism etic etc. În sensul actual noțiunea „umanism”, derivat din termenul *humanitas* al lui Cicero, apare în 1808, introdus de Friedrich Immanuel Niethammer, teolog și filosof german. În secolul XX principiile umanismului sunt oficializate în mai multe documente, cum ar fi *Manifestul Umanist I* (1933) și *Manifestul Umanist II* (1973). În anul 2002 apare *Declarația pentru Umanismul Mondial de la Amsterdam*, iar în anul 2003 cu subtitlul *Manifestul Umanist III* apare documentul *Umanismul și tendințele lui*. Printre postulatele fundamentale ale acestui document, care, de facto conține multe din tezele celor două manifeste premărgătoare, este că sensul vieții constă în realizarea de către persoană a idealurilor umaniste, individul în natura sa socială poate găsi acest sens doar în raporturile reciproce cu semenii săi și doar munca spre binele societății poate asigura fericirea deplină a omului. Printre alte personalități marcante ale lumii sub acest document și-au pus semnătura și 21 Laureați ai Premiului Nobel. Scopul acestui studiu este o încercare modestă de a atesta unele tendințe de criză a umanismului în mass-media autohtonă, a identifica unele simptome și manifestări ale acestui proces.

Competiția dintre mass media electronică tradițională, pe de o parte, și multimedia, „jurnalismul popular”, pe de alta, se soldează în ultimul timp, în viziunea noastră, cu defensivă de dinți. Cantitatea imensă a fluxului de informații și imagini pe diferite platforme, spre deosebire de mass media tradiționale, se caracterizează, în parte, prin anonimat, prin depersonalizarea surselor de informare [1, p.133]. Aceasta reduce cu mult, în comparație cu serviciile de televiziune și radio, cu alte mass media oficializate, responsabilitatea autorului pentru mesajul difuzat, pentru mesajul civic, suportul etico-moral, pentru esența umanistă a produsului difuzat.

Un simptom al crizei umanismului mass media ar fi comercializarea produsului mediatic. Legile pieții cer ca mass-media, în goana după publicitate / venit să facă cedări de substanță în conținut și de la emisiunile educative, instructive, de culturalizare, de literatură și artă, pentru copii, pentru persoanele de vârstă a treia, de la documentare despre personalitățile și oamenii cu har din diferite localități ale țării, despre trecut și prezent, cu un profund mesaj educativ, civic se trece la talk-show și reality-show, la programe de divertisment, văduvite de conținut „umanist” și scandaloase ca formă.

Dezbinarea societății, prezentarea realității doar în cele două culori alb-negru, demonizarea unui segment al vieții social- politice, anumitor categorii de oameni, inventarea și hiperbolizarea chipului dușmanului, vinovat, chipurile, de orice nereușită în realizarea anumitor proiecte comunitare, naționale sau internaționale, la fel stimulează prezența în mass-media a spiritelor mizantropice. Binele și răul încețoșează a mai fi determinante permanente, constante, substituindu-se cu ușurință în raport cu scopurile anumitor forțe sau grupuri de influență din societate.

Negativismul mesajului. Ritorica negativistă trezește / stimulează/ alimentează sentimentele, dispozițiile de teamă, alarmă, neîncredere, pesimism, depresie, frica de necunoscut etc. Ele adâncesc și mai mult înstrăinarea individului, retragerea lui în „celula familială” sau individuală. Critica nefondată, neargumentată, neconstructivă, care nu este susținută de anumite propuneri, sugestii, proiecte de soluționare a problemelor comunitare sau naționale, crează la consumator o atmosferă depresivă, trezește disperare, ură și apatie în viața socială, provoacă sentimente distructive, lipsește cetățeanul de orice perspectivă.

Tonul moralizator sau de dictat, de procuror sau judecător al jurnaliștilor nu contribuie la crearea și menținerea platformei de dialog dintre cetățean și elita conducătoare prin mas media. Cetățeanul vrea o comunicare prin/și cu mass-media de la egal la egal. „Homo mediat” se vrea nu doar ca obiect de prezentare schematică a lui în diferite mijloace de comunicare în masă, dar și ca subiect activ de cetățean, de personalitate responsabilă pentru ziua de azi și de mâine a localității sale, a comunității și țării.

Aceste și alte trăsături caracteristice ale recesiunii umanismului în mass-media autohtonă au ca rezultat, în viziunea noastră, și nivelul scăzut al încrederii populației în presa, radioul și televiziunea din țară. Astfel, conform datelor Barometrului Opiniei Publice, sondaj realizat de către Institutul de Politici Publice, din decembrie anul 2022, la întrebarea *Câtă încredere aveți în mass-media* (presă, radio și televiziune)? răspunsurile s-au repartizat în felul următor: *Nu am deloc încredere* – 28.9 %, *Nu prea am încredere* – 24,3 %, *Oarecare încredere* – 39.0 %, *Foarte multă încredere*- 4.30 %. La capitolul *Foarte multă încredere* în urma mass-mediei s-au postat doar sindicatele -3.50 %, organizațiile neguvernamentale(obștești) - 3.00 %, partidele politice – 1.90 %, justiția -1.00 %.[2].

Aceste rezultate sunt ușor explicabile dacă în același sondaj consultăm gradul de îngrijorare al cetățenilor față de cele mai dureroase probleme sociale. Astfel, la întrebarea *Care sunt lucrurile care vă îngrijorează cel mai mult în prezent, în primul rând?* Barometrul a înregistrat următoarele rezultate: prețurile -22.90 %, un război în zonă - 18.10 %, sărăcia – 19.40 %, viitorul copiilor - 11.20 %, criza financiară/a gazelor -7.70 %; corupția -6.60 %, lipsa încălzirii în perioada rece - 3.90%, șomajul 4.00 %, foamea – 1.60 %, boala – 0.40 %, criminalitatea/infracțiunile – 0.70 %; calamitățile naturale (alunecări, inundații etc.) -0.20 %, relații interetnice – 0.20 % [2].

Or, dacă analizăm aceste chestiunări și răspunsurile obținute la ele încă odată ne convingem că mass-media de la noi este departe de problemele și necesitățile omului. „ Se crează impresia,- menționează într-un context similar S.G. Korkonosenko, - că jurnalismul întoarce spatele societății, fabrică o realitate informațională „ paralelă”, la voia sa crează și distruge vedete – cu alte cuvinte, demonstrează nesupunere societății, pretinzând la egalitate cu ea sau chiar supremație” [3]. Mass-media nu se implică activ în realitățile noastre, utilizând din plin potențialul ei promotor, mobilizator, organizator și socialmente constructiv. În aceste procese nu se implică nici autoritățile publice superioare, nici cele specializate, cum ar fi, în cazul serviciilor electronice mediatice, Consiliul Audiovizualului.

Astfel, pentru a diminua efectele negative ale recesiunii conținutului și abordării umaniste în mass -media din țară sunt oportune mai

multe acțiuni coordonate, cu implicarea conducerii, organelor de reglementare de profil, comunității mediatice, sistemului educațional jurnalistice și, desigur, consumatorilor mass-media, fie în mod direct, fie prin mijlocirea ong-urilor specializate.

Prezența conținutului umanist în mass-media se integrează în una dintre prerogativele jurnalismului social. Menționăm că în Republica Moldova avem o bază impunătoare sub aspect teoretic, didactic și aplicativ în acest domeniu. Lucrările fundamentale în domeniul jurnalismului social ale prof. G. Stepanov, fondatoarea școlii științifice respective în țara noastră [4] sunt de o reală contribuție la studierea în continuare a acestei teme, cât și la formarea unor noi specialiști în mass-media, care ar fi în stare să rezolve multe dintre problemele, expuse mai sus, cât și multe altele din agenda viitorului.

Referințe:

1. Enachi, Valentina. *Umanismul și transumanismul. Modalități de abordare în mass-media.* // În: Analele Științifice ale Universității de Studii Europene din Moldova, nr. VI, 2020. ISSN 2435-1114.
2. *Barometrul opiniei publice:* ipp.md/wp-content/uploads/2022/12/Prezentarea-rezultatelor-BOP-2022. [Vizualizat 19.01. 2023]
3. Корконосенко, С. Г. *Асоциальность прессы и отклоняющееся поведение журналистов* // În: Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы. Москва: МГУ, 1998, nr. 41.
4. Stepanov, Georgeta. *Jurnalismul social: aspecte definitorii.* Monografie. Chișinău: CEP USM, 2015. 264 p. ISBN 978-9975-71-714-4.

CĂLĂTORI LA HOTAR DE LUMINĂ

TRAVELS TO THE FRONTIER OF LIGHT

CZU: 791.4 + 77.0

Andrei DUMBRĂVEANU,
doctor în sociologie,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0003-4427-7119.
dumbraveanu.andrei@gmail.com

În societatea postmodernistă comunicarea audiovizuală a obținut mai multe și mai ușoare posibilități de răspândire a mesajului. Tehnicile digitale sunt relativ ieftine și accesibile pentru lumea dornică de legături reciproce, informații și relații. Ele au deschis noi orizonturi fotografiei și filmului, căci fiecare individ, dotat cu aparat telefonic mobil din generația a treia sau a patra, poate ușor să facă o fotografie sau să tragă un cadru filmat, unde să prezinte și să transmită mai departe ce a văzut el, mai repede decât ar scrie un text în care să-și expună impresiile. ”Mai bine odată să vezi decât de zece ori să auzi” – spune o zicală ce s-a ivit în vorbirea populară cu mult înainte de apariția aparatului de fotografiat și a camerei de filmat și nu se referea la aceste tehnici de surprinderea a imaginilor, ci la ochiul uman. Ochiul uman se deosebește de obiectivul camerei, oricât de perfect ar fi acesta din urmă, căci nu este rece, ci reacționează cu promptitudine la factorii din mediul exterior: zgomot, temperatură, mișcare etc. Imaginile surprinse de obiectiv depind de reacția ochiului, de abilitățile individului ce stăpânește aparatul de luat vederi, obiectivul nu face altceva decât să fixeze în timp doar instantanee, mici părți dintr-un întreg, rămas în afara cadrului. Astfel realitatea din imagine este modelată de viziunea subiectivă a operatorului, de abilitățile realizării cadrului, de capacitățile artistice și

cunoștințele estetice ale acestuia. Individul receptor percepe imaginea filmică în timpul real al vizionării ei, adică la timpul prezent, ca pe o expresie obiectivă a unei realități, iar prin ceea ce vede, el se consideră complice la eveniment. Deși receptorul mesajului este doar martor la o realitate virtuală, redată sugestiv, creierul lui asimilează conținutul imaginii filmice la fel cum percepe faptele unui eveniment la care este prezent în momentul desfășurării lui. Abia mai târziu, prin judecată, determină data când s-a produs acțiunea de pe ecran: în trecut sau în viitor.

Trecutul, prezentul și viitorul – timpul în imaginea filmică este perceput în urma analizei raționale pe care o facem după ce ne deprindem să descifrăm expresiile limbajului filmic. În atmosfera transparentă a comunicării neîngrădite, opiniile personale pot deveni mesaje care sunt luate drept adevăruri imuabile. Obligațiile convenționale înaintate față de emițătorul mesajelor în imagini, sunt motivate de prioritățile pe care receptorul le acordă imaginii față de sunet sau text tipărit. Astfel comunicarea prin imagini solicită competențe și aptitudini de înaltă responsabilitate pentru a nu distorsiona realitatea fie din ignoranță, fie din alte motive.

Cunoașterea limbajului filmic în comunicarea prin imagini este la fel de importantă, atât pentru comunicator, cât și pentru receptor, ca și gramatica scrisă pentru limbajul literar. Așa cum literele, silabele, cuvintele sunt orânduite după anumite reguli ca să formeze un text scris, ca să transmită receptorului un mesaj cu sens și semnificație, așa și imaginile în comunicarea audiovizuală au conținut semantic, valoare simbolică și sunt aranjate conform normelor ce corespund percepției vizuale de mintea omenească a înfățișării ființelor, obiectelor, evenimentelor. Numai că în cazul comunicării prin texte scrise oamenii sunt deprinși de mii de ani. Gramatica pentru ei a devenit o disciplină care este învățată din primii ani de școală și până la sfârșit, când individul susține un examen în scris la obiectul intitulat ”limba și literatura”. Altfel stau lucrurile când ne apropiem de comunicarea prin imagini. Aici tradițional terenul a fost marcat de oamenii aleși, dotați cu harul de a simți lumina așa cum simți apa și aerul și a reprezenta cele văzute între lumină și umbră, în timp și în spațiu. Aceștia au fost arhitecții și pictorii - personalități cu statut privilegiat, situate alături de casta sacerdoților.

De-a lungul vremii poziția lor în societate puțin ce s-a schimbat. Ei au creat un limbaj de comunicare prin imagini, încadrat în canoane religioase, codificat conform miturilor și cărților sacre, înțeles în mare doar de aristocrații, preoții și filosofi timpurilor, limbaj care a contribuit substanțial la dezvoltarea artei plastice, a frumosului, a esteticii. Comunicarea în imagini obținea suport pentru a deveni cultură de masă în sec. XIX, odată cu inventarea aparatului de fotografiat și a camerei de cinema. Apăreau noi profesii: de fotograf și de operatori, de scenariști și de regizori de film. Chiar de la începuturi cinematografia pretindea la locul șapte în topul artelor. Avangardiștii filmului n-au întârziat să cerceteze, să experimenteze, să descopere tehnici de exprimare prin imagini. Limbajul comunicării audiovizuale obținea o ținută selectă în atelierele cinematografiei. Gramatica filmului a solicitat și a obținut alfabetul filmic. În timp ce comunicarea în imagini se perfecționa continuu, iar discursul filmic devenea tot mai atractiv, acționând la nivel de subconștient, receptorii produselor filmice în mare rămâneau reticenți la alfabet, gramatică și limbaj filmic, pentru mulți dintre ei realitatea din lumea filmului și în prezent este identică cu cea din viața de zi cu zi, iar măsurile de apreciere în consumul de masă sunt echivalente cu valorile de artă autentică. În condițiile când tehnologiile digitale devin inerente în sistemele de comunicare de masă, iar sistemul de valori este cuprins și el de schimbări neconținute, semnele de orientare și unitățile de apreciere pot fi găsite doar fi modele bazate pe tradiții, pe reprezentări colective a realităților istorice. Deținătorii și promotorii modelelor de comunicare prin imagini nu formează contingente și nici grupe speciale de comunicatori prin imagini, ci sunt artiști ai creativității de valoare, firi modeste de obicei, care se învrednicesc mai ales să fie menționate și apreciate la festivaluri de fim, la expoziții de artă fotografică, sunt menționați de critici în cronici de specialitate, lucrările lor constituind obiecte de discuții în sfera esteticului pe pagini de reviste și monografii.

În lucrarea de căpătâi „Arta cinematografică din Republica Moldova” semnată de Ana-Maria Plămădeală, Dumitru Olărescu, Violeta Tipa, capitolul V „Filmul documentar la răspântie de veacuri”, este plasată o fotografie semnificativă, intitulată „Trei prieteni: operatorii Ion Bolboceanu, Pavel Balan și fotografii Mihai Potârniche” [1]. Cu

siguranță deplină putem afirma că fotografia publicată reprezintă trei piloni ai comunicării prin imagini din R. Moldova.

Mihai Potârniche a editat în 2014 o amplă lucrare de istorie în imagini intitulată „Antologia fotografiei basarabene”. În textul de frontispiciu autorul menționa: „Ion Bolboceanu și Pavel Balan, unii dintre ctitorii documentarului național, realizează paralele și fotografii, care reprezintă un prim pas sigur către fotografia artistică națională ” [2].

Fotografia reprezintă punctul de pornire a cadrului filmic și este definită în limbaj cinematografic ca fotogramă.

Și Ion Bolboceanu, și Pavel Balan au absolvit în 1962, respectiv în 1965 Facultatea de operatori de imagine a Institutului Unional de Cinematografie de la Moscova (VGIK) – una dintre școlile prestigioase de film, recunoscută în toată lumea. Ei sunt printre primii basarabeni crescuți și formați în mediul autohton, rustic cu tradiții și ritualuri, acoperite de mersul rătăcitor al timpului, dar spre fericire păstrate din tată în fiu ca niște norme nescrise de conduită, care au ajuns să prindă grai și în arta filmului de nonficțiune și de ficțiune.

Ion Bolboceanu a prezentat publicului galerii de personalități și de oameni simpli, necunoscuți, dar și de artiști renumiți, care au făcut cultură și au făurit istoria timpului lor. Pe toți ia surprins în fotografii și în secvențe de film documentar.

Imaginea filmică, semnată de Ion Bolboceanu în documentarele „În oglinda tablourilor” – 1966, „ Eu și toți ceilalți ” – 1967, „ Fresca pe alb ” – 1967, „Arta” – 1971, „Alexandru Plămădeală” – 1969, „Danșul toamnelor noastre” – 1983, „Nicolae Sulac” – 1986, „ M. Grecu, din partea cealaltă a culorii ” – 1989, „Limba noastră” – 1990, poartă amprenta unei individualități de rezonanță, care inspirată de modelele timpului, a știut să apropie obiectivul rece al camerei de luat vederi de omul creator, aflat în activitate cotidiană, de exponentul făuririi într-un mediu al revoluției „fără de început și fără de sfârșit”.

Iar Pavel Balan în comunicarea prin imagini este un ales al destinului. Din haosul mișcării în clipa trecătoare noi, oamenii, alegem evenimentele, care ne impresionează și le păstrăm în memorie, așa cum le-am înțeles în acel moment, considerând că ele atunci marcau traiectoria trecerii prin mediul social. În realitate, ceea ce noi numim evoluția

evenimentelor în proximitate temporală și spațială, Edgard Morin consideră că nu este altceva decât o expresie a dezordinii universale. „Ea permite (fluctuații) alimentează (întâlniri) constituirea și dezvoltarea fenomenelor organizate. Ea co-organizează și dezorganizează în același timp. Toată devenirea este marcată de dezordine: rupturile, schismele, devianțele sunt condiții ale creațiilor, nașterilor, morfogenezelor ” [3].

Sociologul și filosoful francez, preocupat de natura umană consideră că omul este un produs al jocului ordinii și dezordinii, al organizării și reorganizării permanente, al informației și al „zgomotului”, al entropiei și negentropiei, dar impus până la cel mai înalt grad de complicare, de deschidere, de incertitudine pe care îl cunoaștem până azi ”.

Referințe:

1. Plămădeală, A-M., Olărescu, D., Tîpa, V. *Arta cinematografică din Republica Moldova*, Chișinău: Craferma Libris, 2014
2. Potârniche, M. *Antologia fotografiei basarabene*, Chișinău : Editura Princeps, 2014
3. Morin, E. *Paradigma pierdută- natura umană*, Iași : Apollonia, 2012

**METAMORFOZELE LIMBII ROMÂNE ÎN
COMUNITĂȚILE ONLINE ALE CETĂȚENILOR
MOLDOVENI EMIGRAȚI.
CAZUL TURCIEI ȘI AL ITALIEI**

**THE METAMORPHOSES OF THE ROMANIAN
LANGUAGE IN THE ONLINE MOLDOVAN'S
MIGRANTS COMMUNITIES. THE CASE OF TURKEY
AND ITALY**

CZU: 811.135.1`271.12-054.72(450+560)

Ecaterina DELEU,
doctor, lector universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID:0000-0003-4582-4604
ecaterina.deleu@usm.md

Violeta STRATAN ÎLBASMIȘ,
doctor în Jurnalism și Științe ale Comunicării,
Turcia, Izmir
ORCID :0000-0002-0456-7413
violetastratan@gmail.com

*„Reaua folosire a cuvintelor nu este numai o greșeală de limbă,
ci și un chip de a face rău sufletelor”
(apud Socrate către Criton, înainte de moarte)*

Limba vorbită pe teritoriul unui stat este un element definitoriu pentru orice țară și pentru cetățenii ei. Limba oricărei țări reprezintă un element edificator al conștiinței naționale, care ar trebui să fie un liant sociocultural pentru cetățenii acelei țări.

Despre statutul limbii române pe teritoriul Moldovei de până la 1812 au scris și Grigore Ureche în *Letopisețul Țării Moldovei*, Miron

Costin în lucrarea *De neamul moldovenilor*, Dimitrie Cantemir în *Descriptio Moldaviae*. Anul 1812 a reprezentat însă un an de cotitură pentru limba română vorbită pe teritoriul Moldovei. În primii ani a existat un anumit bilingvism funcțional, unde româna mai era folosită drept limbă de stat oficială în domeniile administrației publice. Procesul de rusificare și asimilarea treptată a limbii române a rezultat cu înlocuirea acesteia cu limba rusă. Între anii 1906-1917 a avut loc o redeşeptare a conștiinței naționale românești, fenomen amplificat și de apariția ziarelor și revistelor în limba română, cum ar fi *Basarabia* (1906), *Viața Basarabiei* (1907), *Moldovanul* (1907), *Luminătorul* (1908), *Cuvînt moldovenesc* (1913), *Glasul Basarabiei* (1913). Anume în această perioadă în spațiul public începe să fie discutată pe larg existența așa-numitei „limbi moldovenești”, o invenție a Imperiului Rus de atunci. În perioada sovietică moldovenii au fost nevoiți să învețe limba rusă pentru a putea avea acces la învățământ de calitate și a putea crește din punct de vedere profesional. În 1991, odată cu proclamarea Independenței Republicii Moldova s-a revenit la grafia latină, acesta fiind un proces anevoios prin care au trecut cetățenii moldoveni.

Trecutul istoric al Moldovei și circumstanțele politice în care au fost nevoite să se dezvolte multe generații au avut un impact complex asupra limbii vorbite în familii (în special în orașe) sau a limbii învățate și utilizate în școli. Problema limbii vorbite niciodată nu a încetat să reprezinte un motiv de dispută. Chiar dacă problemele lingvistice ar trebui să fie subiect de studiu pentru lingviști și cercetătorii din domeniu, în Republica Moldova limba a devenit un instrument politic, fiind unul dintre elementele strategiilor folosite de reprezentanții partidelor pentru a obține dividende politice.

Nici în cazul cetățenilor Republicii Moldova stabiliți peste hotare lucrurile nu sunt simple, din moment ce printre membrii diasporei se numără și cetățeni de etnie rusă, bulgară sau găgăuză. Autoarele acestui studiu, cunoscătoare ale realităților diasporei moldovenești din Turcia și Italia, au remarcat un fenomen specific, de „metamorfozare” a limbii române în cazul comunităților online ale diasporei, argumentând în baza studiilor de caz care au vizat cele două țări. Grupurile de pe rețelele sociale (Facebook) ale cetățenilor moldoveni emigrați reprezintă

tă puncte de întâlnire pentru mii de persoane aflate peste hotare. Aceste grupuri îndeplinesc mai multe funcții. Pe lângă funcția de socializare și divertisment, funcția de informare rămâne totuși a fi cea mai importantă: oamenii pot afla informații utile sau pot cere ajutorul celorlalți membri ai grupului. Acestea sunt adevărate foruri de solidaritate, cooperare și dezbateri. Se poate însă constata, cu regret, că limba română utilizată de membrii acestor grupuri trece printr-o metamorfoză vădită, fiind supusă influenței limbii italiene în Italia și a limbii turce în Turcia. Fenomenul de „parazitare” a limbii române prin împrumutul forțat și eronat al multor cuvinte din alte limbi poate fi lesne observat la prima lectură a mesajelor reprezentanților diasporei.

Scriitorul român Gabriel Liiceanu spunea „că dacă pocești limba toate regulile pe care se înalță societatea vor fi nesocotite pe modelul limbii schilodite. Reflexul rigorii va fi izgonit din suflete și toate convențiile ulterioare ale vieții vor intra pe făgașul lui „merge și așa” [1]. Prin urmare, transformarea sau „metamorfozarea” limbii române scrise și vorbite în diasporă semnalează o problemă care ar putea avea repercursiuni pe viitor. **Scopul** acestei lucrări este de a analiza transformările și influențele pe care le suportă limba română utilizată în cadrul comunităților online ale cetățenilor moldoveni emigrați. **Obiectivele** vizează determinarea cauzelor care duc la mutilarea limbii române, identificarea specificului acestor fenomene negative lingvistice care vizează limba română utilizată de cetățenii moldoveni stabiliți în Italia și Turcia. **Grupurile-țintă** ale cercetării reprezintă cetățenii moldoveni stabiliți în Italia și Turcia care accesează paginile unor grupuri/comunități de pe rețelele de socializare (Facebook). **Metodele de cercetare** care au fost utilizate în cadrul cercetării au inclus realizarea a două studii de caz, organizarea și desfășurarea interviurilor aprofundate cu 10 experți în domeniu (stabiliți în Italia, Turcia și Republica Moldova), realizarea unor anchete pe bază de chestionar, în ambele țări (cu distribuirea online a chestionarului, pentru vizitatorii acestor pagini ale comunităților din diasporă). Datele au fost completate cu analiza de conținut. Au fost selectate câteva grupuri reprezentative de pe rețelele sociale, fondate de cetățeni moldoveni emigrați în cele două țări, și au fost analizate conținuturile mesajelor postate.

Studiul de cercetare (teoretico-aplicativă) a pornit de la premisa că limba română este într-o continuă schimbare și transformare, acest lucru fiind atestat și în ediția din 2021 a DOOM, publicat de Academia Română. În contextul fenomenelor migraționale care implică cetățenii României și ai Republicii Moldova, migrația are impact asupra limbii române. În funcție de țările-gazdă, aceste schimbări/ transformări prin care trece limba română sunt diferite – împrumuturile de termeni din alte limbi, abuzul de cuvinte străine în vorbire, calcuri lingvistice etc. De multe ori, acest amestec de cuvinte româno-germane, româno-engleze, italo-române etc. duc la situații în care aproape că nu pot fi înțelese aceste mesaje.

Referindu-se la utilizarea limbii române în perioada sovietică, academicianul Silviu Berejan menționa: „În perioada urss își face apariția un fenomen social foarte dubios, numit *bilingvism*, de fapt era unilateral, cu efecte nefaste pentru purtătorii limbilor naționale” [2]. Silviu Berejan vorbea despre presiunile limbii dominante asupra unei limbi subordonate sau a limbii imperiale (în urss, după R. Piotrowski) asupra limbii indigene, aborigene (în urss, după R. Piotrowski). Subliniind interferențele dintre limbi, lingvistul Silviu Berejan preciza: „Un material bogat pentru exemplificarea interacțiunii dintre limba imperială și limbile indigene îl oferă fosta urss. Această interacțiune duce inevitabil la bilingvism (în sensul de cunoaștere paralelă a două limbi), uneori la plurilingvism. Împeștrirea limbii bilingvilor cu împrumuturi lexicale nejustificate din limba ce funcționează paralel (...) poate duce la de-reglarea principalelor legități fonetico-fonologice și lexico-gramaticale ale limbii naționale. Starea dată de lucruri generează în mod spontan o limbă amestecată (folosită numai de băștinași), impracticabilă la un nivel superior de cultură”.

După cum menționa și lingvistul Anatol Ciobanu, greșeli de cultivare a limbii se comit în medii de bilingvism, trilingvism, polilingvism, unde are loc interferența limbilor [3].

Autorul cărții „Limba română – între infern și paradis”, Solomon Marcus, atrage atenția asupra situației limbii române în contextul globalizării și integrării europene, subliniind inclusiv deserviciile pe care le provoacă mass-media corectitudinii limbii române [4].

La rândul său, Roberto Merlo a realizat un studiu de caz despre interferențele dintre limba italiană și limba română, vizând aspecte cum ar fi calcurile, împrumuturile (inclusiv neadaptate) etc. [5].

În concluzie, trebuie să menționăm că „metamorfozarea” limbii române vorbite de cetățenii moldoveni emigrați este în plin proces de desfășurare. Peste hotare, limba română „suferă” foarte mult. Cu fiecare generație se vorbește o limbă care seamănă tot mai puțin cu româna. Pentru menținerea și promovarea utilizării corecte a limbii române este nevoie de acțiuni concrete din partea statului.

Migrația are un impact considerabil asupra limbilor vorbite în cadrul familiilor de migranți, inclusiv în cazul copiilor. Situațiile diferă foarte mult în funcție de generațiile de migrație, în funcție de țara-gazdă, de background-ul familial, capitalul social al comunității de migranți, de contextul istoric, accesul la educație etc. De la migrații din prima generație, care se autoidentifică drept români și declară că limba maternă este limba română, trecerea către a doua generație și, mai mult, către a treia generație înregistrează foarte mari schimbări. Presa din diasporă și, în general, presa de limbă română, precum și comunitățile parohiale / religioase din diasporă pot exercita un rol important în promovarea utilizării corecte a limbii române, ținând cont de impactul considerabil pe care îl are migrația asupra limbilor vorbite în familiile de migranți, inclusiv în cazul copiilor. Aceste interferențe generează unele elemente pozitive: îmbogățirea limbii române în urma contactului cu alte limbi și culturi, crearea unui dialog intercultural de lungă durată, dintre oameni de diferite naționalități / comunități etnice / vorbitori de diferite limbi, reprezentanți ai diferitor culturi. Se atestă însă o serie de factori de risc în urma influenței asupra limbii române pe care o exercită limbile din țările-gazdă ale migranților: construcții nefirești pentru limba română (în special, la traduceri), împrumuturi forțate de termeni din alte limbi sau abuz de cuvinte străine, calchieri etc. Impactul vorbirii colocviale (cu amestec de cuvinte din diferite limbi), al limbajului utilizat în mesajele de pe rețelele sociale este covârșitor, de multe ori acestea ajung să fie greu de neînțeles.

Referințe:

1. Liiceanu, G. *Câteva gânduri despre limba română de astăzi* . [Accesat 02.02.2023] Disponibil: <https://www.contributors.ro/cateva-ganduri-despre-limba-romana-de-astazi/>
2. Berejan, S. *Degradarea vorbirii orale într-un stat în care funcționează paralel două limbi oficiale*. În: *Limba română la ea acasă*. (coord. Duca, G.), Iași, 2021, pp. 12-22. ISBN 978-606-42-1271-9
3. Ciobanu, A. *Situația glotică după 15 ani de independență*. În: *Limba română la ea acasă*. (coord. Duca, G.), Iași, 2021, pp. 23-37. ISBN 978-606-42-1271-9
4. Marcus, S. *Limba română – între infern și paradis*. Editura Spandugino: București, 2014. ISBN 978-606-8401-40-9
5. Merlo, R. *Interferențe italo-române. Studiu de caz*. În: Botoșineanu L, Dănilă, E., Holban, C. *Români majoritari / Români minoritari: interferențe și coabitări lingvistice, literare și etnologice*, Iași, 2007, pp. 235-270. ISBN 978-973-8953-49-9

GEN ȘI ANTIGEN ÎN MASS-MEDIA POSTTRADIȚIONALĂ

GENDER AND ANTIGEN IN POST-TRADITIONAL MASS-MEDIA

CZU: 305-055.34/36:070

Mihail GUZUN,
doctor în filologie,
conferențiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID -0000-0002-0532-187X
msguzun@gmail.com

Mai întâi – câteva explicații referitoare la titlu. S-ar părea că termenul *antigen* nu e folosit la locul potrivit. Or, dacă am consulta DEX-ul online, ne-am putea lesne convinge că prin acest cuvânt ar trebui să înțelegem o „substanță de natură proteică, determinând, la introducerea în organism, apariția unui anticorp”. În cazul nostru termenul *antigen* l-am folosit într-o interpretare mai liberă, poate nepermisă, cu sensul de gen ziaristic, realizat într-o variantă, cu încălcarea normelor și recomandărilor susținute de majoritatea teoreticienilor și celor implicați direct în practica jurnalistică.

De fapt, noțiunea de *antigen* este cunoscută în știința literară de mai mult timp și chiar supusă cercetării [1, 148-151]. Dar iată cum explică natura antigenului *per ansamblu* Gary Morson, autorul cărții „Granițele genului” (1981): „Un soi aparte de gen literar..., care mai este numit și gen parodie și se caracterizează, în primul rând, printr-o corelare a formelor, mostrelor lui cu anumite tradiții specifice și, într-al doilea rând, printr-o garnitură de mijloace convenționale de interpretare. Specificul antigenului constă în faptul că el presupune instalarea unor relații parodistice între textele antigen cu operle și tradițiile unui alt gen, al celui

luat în derâdere” [2]. (Exemplul clasic este romanul *Don Quijote de la Mancha* de Cervantes).

Teoria genurilor, așa cum am considerat noi până odinioară, este un principiu de ordine: ea clasifică jurnalismul/ jurnalistica nu în funcție de timp și de loc sau de limba vorbită, ci în funcție de anumite tipuri specifice de organizare sau de structuralizare a scrierilor jurnalistice.

Așa-numita școală sovietică de jurnalism și-a propus să definească genurile după criteriul funcțional. Din acest punct de vedere au fost identificate doar genuri informative, genuri analitice și genuri publicistico-literare. Această modalitate de cercetare și clasificare a materialelor jurnalistice a fost suplimentată cu timpul și cu alte criterii de evaluare, cum ar fi: subiectul cunoașterii, modul de reflectare a obiectului, natura resurselor literare și vizuale etc.

Folosirea tot mai multor și mai multor criterii au condus în cele din urmă la complicarea și estomparea granițelor genurilor.

În acest context prezintă interes observațiile filosofului, criticului literar, fondatorului programului estetic al realismului în literatura rusă Vissarion Belinsky: „Arta, pe măsura apropierii de una din granițele sale, pierde treptat câte ceva din esența sa, absorbind din esența domeniului proximal, așa că în locul unei linii de demarcare apare o zonă, care împacă ambele părți” [3, 805].

Rezultatele unui studiu întreprins de un grup de cercetători ai Centrului de Lingvistică romanică și Analiza discursului și ai Catedrei de Jurnalism de la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca ne confirmă, că noțiunea de gen (jurnalistice) nu și-a găsit încă o definiție univocă, problemele pe care le ridică definirea conceptului de gen fiind următoarele: 1) O primă cauză o constituie marea diversitate a genurilor, care decurge din diversificarea progresivă a practicilor discursive de-a lungul timpului; 2) O altă problemă o constituie tocmai varietățile diacronice pe care le cunoaște inevitabil genurile de discurs... Caracterul istoric și cultural al genurilor de discurs este unanim recunoscut; 3) O obiecție frecvent ridicată de adversarii conceptului de gen este „amestecul genurilor”, una și aceeași operă literară fiind adesea tributară mai multor genuri... Tot mai des este utilizată noțiunea de *genuri sintetice*, cuvântul *gen* este substituit prin termenul *format*; 4) Atât creațiile li-

terare cât și producțiile mediatice țin în permanență să depășească canoanele unui gen, atitudine transgresivă, considerată ... drept condiția fundamentală a unei opere de valoare...5) O altă dificultate pe care o ridică definirea conceptului de gen pare să rezide în chiar natura duală a acestei categorii, dualitate care generează inevitabil tensiuni interne. ...Genurile sunt niște „convenții” ...cu anumite reguli, sunt orientate „spre viitor și inovație”, care „tind să deplaseze” regulile [4, 22-29].

Autonomia jurnalistică, susținută cu atâta pasiune de jurnaliștii practicieni, dar și de cercetătorii sectorului mediativ, iată că se transformă într-un mit și mulți dintr-acei care au promovat-o, renunță la perspectiva de a construi un sistem unic al genurilor și de a elabora o tipologie unică a acestora. Pentru a ne convinge de aceasta, e suficient să facem cunoștință cu studiile și manualele de jurnalism din diferite țări, dar chiar și din aceeași zonă teritorială.

Devine tot mai evident și mai frecvent „amestecul” dintre informație și opinie. Iată că două genuri, considerate „de informare”, - reportajul și interviul, - sunt tratate și ca genuri ce pot induce opinii. Bunăoară, prezentarea faptelor în reportaj poate impune o imagine a realității, a unei stări generale de lucruri și poate crea opinii. Nu e cazul să amintim, în această ordine de idei, de interviu. (De altfel, la facultatea noastră a fost realizată și susținută public o teză de doctorat în 2007 (autor Dorel Cosma) tocmai despre „apropierea” interviului de genurile analitice [5].

În studiile asupra jurnalismului din ultimii ani se accentuează tot mai insistent asupra ideii că presa actuală se distanțează tot mai mult de normele recomandate de tradiția jurnalistică, adică de practica de odinioară, ea, caracterizându-se printr-o prezență masivă a genurilor hibride, prin sincretismul și amestecul genurilor. Cauzele acestor tendințe sunt transformările din domeniile social și politic, modificarea mentalităților (în special, prin dorința de a te detașa de politica excesivă, dacă e să ne referim la situația de la noi) și influențele exercitate de alte media [4, 71].

Dacă ar fi să prognozăm evoluția genurilor într-o perspectivă mai apropiată, probabil, că ar trebui să ne solidarizăm cu unii cercetători și experți, cum ar fi, bunăoară, V.Gatov [6], precum că jurnalismul ca atare devine unul tot mai pronunțat „de rețea”, iar competența de bază

a autorului nu se rezumă doar la capacitatea de a se isprăvi bine cu „munca de autor” (text, interviu, video și imagine foto), dar și să monteze cu multă iscusință toate aceste elemente ce țin de diferite genuri într-o pânză (istorie) unică, care să genereze o reacție de „storytelling”. Adică, o istorie care trebuie povestită (to tell the story – storytelling), dar povestită într-o formă nouă, cu utilizarea textului, imaginii video, fotogarfiei, cu prezentarea orală. Cu alte cuvinte, eforturile de creație se ridică la un nou nivel.

Referințe:

1. A se *vedea*, bunăoară, în acest sens, articolul «Жанры» и антижанры, autor: Tatiana Davâdova, în *Literaturnaia ucbeba*, 2002, nr.3.
2. <http://chalikova.ru/g-morson-graniezyi-zchanra.html> [Accesat 22.11.2022].
3. Белинский, В. *Избранные сочинения* в 3-х томах. Москва: Госполитиздат, 1948, Т.3.
4. Mai detaliat *vezi*: *Gen, text și discurs jurnalistic. Tipologia și dinamica genurilor în presa scrisă românească și franceză* // Ligia Stela Florea (coordonator), Ion Maxim Danciu, Andra Teodora Catarig, Andreea Mogoș, Iulia Mateiu, Aura Ghergeș. București: Tritonic, 2011.
5. *Vezi*: Cosma, Dorel. *Tendențe ale evoluției interviului în presa contemporană*: Autoreferat al tezei de doctorat. Chișinău:USM, 2007.
6. *Vezi*: Gatov, Vasily. *Будущее журналистики*: www://academia.edu/24844948. [Accesat 22.11.2022].

ELEMENTE INOVATIVE ÎN PROCESUL DE REALIZARE A PRODUSULUI TELEVIZAT

INNOVATIVE ELEMENTS IN THE PROCESS OF MAKING THE TELEVISION PRODUCT

CZU: 001.895:654.19

Vitalie GUȚU,
doctorand, lector universitar,
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0002-8398-7909,
vitalie.gutu@gmail.com

Traectoria procesului informațional capătă valențe de dezvoltare continuă odată cu progresul tehnologic, or acest lucru demonstrează că mișcările tectonice pe diverse trepte ale sistemului economic, politic, social și cultural duc la schimbarea paradigmei de funcționare în așa fel, încât omul de rând să poată participa în mod direct sau indirect la aspecte decizionale pentru habitatul său. În aceste condiții, tehnologizarea devine un imperativ al momentului, care contribuie la formarea și modelarea individului ca parte componentă a societății. Un rol primordial al acțiunii evolutive pe axa timpului îl constituie și conexiunea bi-direcțională între om și informație. Dacă ne referim la teleinformație, atunci putem spune, cu certitudine, că acest mecanism circular dintre publicul-consumator și prestatorul-televizat formează o comunitate ce are menirea de a fortifica sistemul, per ansamblu.

Pentru a contribui la sustenabilitatea domeniului, majoritatea instituțiilor media din lume, inclusiv cele de televiziune, adoptă tendințe noi și mecanisme care să mențină în topenitățile respective, în așa fel, încât publicul sau utilizatorul, care este actor principal, astăzi, în „jocul” televizat, să fie conectat permanent la tot ceea ce se întâmplă aici și acum. Or, în ultimii ani, ritmicitatea desfășurării lucrurilor și evenimen-

telor impune o normă, deocamdată nescrisă, care devine prioritatea zero pentru multe redacții și care o urmează practic toată breasla jurnalistică – capacitatea de a transmite informația instantaneu și de a o livra consumatorului final într-un timp record.

În lucrarea *Televiziunea de actualități*, semnată de co-autorii Andrei Dumbărveanu, Dumitru Țurcanu și Boris Parfentiev, este remarcat faptul că „era televiziunii analogice, liniare, ia sfârșit. Se instaurează televiziunea digitală, cu posibilități de transmisie-recepție nelimitate. Internetul deschide perspective nebănuite. Revoluția noilor tehnologii în câmpul comunicării și al informației poate dinamiza activitatea economică” [1, p.14]. Astfel, tabloul evolutiv al produselor televizate trece la un alt nivel, care se bazează pe inovație, creativitate și originalitate – elemente definitorii, la ora actuală, pentru a putea capta atenția consumatorului și a-l putea implica în actul de formare și difuzare a realității.

Andra Seceleanu susține că „televiziunea este un fenomen. Dar, spre deosebire de un fenomen natural care se produce, provoacă pagube și apoi dispare, televiziunea este un fenomen în continuă desfășurare și progres. Mai mult, în opinia cercetătoarei, televiziunea este un fenomen care se autocreează” [2, p. 201]. În condițiile actuale, majoritatea redacțiilor televizate din întreaga lume se readaptează la curentul zilei, dictat de învoația tehnologică, dar și cea editorială, în așa fel, încât produsul final să poată „cuceri” din start consumatorul/privitorul.

Așadar, pentru a fi în același ritm cu progresul și tehnorevoluția, televiziunea tradițională începe să accepte și să implementeze principii și modalități de funcționare care conturează o realitate prin intermediul a tot ceea ce este la îndemână. Responsabilitatea echipei de filmare: reporter, cameraman și iluminist, ulterior editorul de imagine care montează subiectul, este pasată pe umerii celui care azi este cunoscut sub numele de MoJo – jurnalistul care produce informație video în mod „solitar”, grație telefonului mobil performant, un instrument din ce în ce mai sofisticat, capabil prin funcțiunile sale să înlocuiască o echipă de tehnicieni [3]. Adoptând acest element inovativ, fenomenul televizat este perceput și văzut cu alți ochi de concurenții de pe piață, dar și în fața consumatorului se prezintă ca un trend urmat la nivel mondial. Prin intermediul acestei inovații, informația devine flexibilă, mobilă și ajunge în timp real la destinatar.

Conceperea și realizarea produselor televizuale prin utilizarea practicilor MoJo, arată o direcție pe care redacțiile încep să o urmărească, tot mai frecvent, și mereu încearcă să facă față fluxului informațional, la care suntem martori cu toții. Astfel, dezvoltarea jurnalismului de televiziune se datorează mai multor elemente, care, practic, stau la baza formării și coagulării unei noi imagini de televiziune, bazată pe reperele actualității, cum ar fi, spre exemplu:

- producțiile mobile tind să fie foarte flexibile;
- realizarea materialelor TV cu ajutorul MoJo devin prioritare pentru instituțiile media;
- sunt reduse considerabil costurile de producție;
- conținutul multimedia este prezentat într-un mod rapid și eficient [4].

Chiar dacă, la prima vedere s-ar părea că este un element nou, realizarea conținutului media în era smartphone-ului a început să fie practică cu zece ani în urmă. Această activitate jurnalistică era proeminent resimțită în timpul diverselor expoziții, festivaluri sau activități culturale, de mare anvergură.

Totuși, pentru a deveni un jurnalist mobil, reporterul de televiziune trebuie să îmbine câteva elemente importante ce contribuie la realizarea muncii sale:

- **Operativitatea** - dacă un jurnalist difuzează informațiile în timp util și real, acesta va fi recunoscut de publicul telespectator. De asemenea, este important de remarcat faptul că în mediul online, jurnalismul mobil are succes doar datorită operativității. Cu cât știrile autorului apar mai devreme în rețea, cu atât ele vor fi mai consumate printre utilizatori;
- **Veridicitatea informației** - toate materialele realizate de jurnaliștii de televiziune care practică MoJo trebuie să fie susținute, pe lângă conținutul video și o descriere text, care ar reda, pe scurt, noutatea informațională;
- **Actualitatea și relevanța informației** - un jurnalist care diseminează știri, ar trebui să țină cont de subiectul discutat în spațiul public;

Prin fundamentarea materiei jurnalistice televizate pe cele trei componente reportericești: operativitatea, veridicitatea și actualitatea,

trebuie să punctăm că MoJo îmbină în sine și câteva beneficii, datorită cărora mai multe companii media globale, dar și freelanceri au optat pentru alegerea acestei noi tendințe în domeniul jurnalismului. Astfel, realizarea produsului televizat devine mai ușor – dacă se știe cum este folosită camera pe smartphone și se poate reda o poveste cât mai plauzibilă și eficientă, este mai rapid – pentru că MoJo oferă posibilitatea să deții întâietatea în difuzarea unei informații de ultimă oră, pe toate platformele pe care le deține trustul media din care face parte telejurnalismul. Proximitatea, la fel, reprezintă elementul de bază al utilizării MoJo în producerea materialului vizual, deoarece echipamentul pe care îl deține jurnalistul este ușor și mic, care poate încăpea și într-o geantă/rucsac, este un avantaj pentru a se apropia de unele locații sau chiar de oameni.

Jurnalismul mobil și media digitală au contribuit la extinderea lumii jurnalistice prin furnizarea unui număr vast de aspecte valoroase care au îmbogățit practicarea ziaristicii; „prin transformarea lipsei de informații în abundență, a redus costul vizualizării informațiilor, a făcut apariția știrilor la cerere în orice moment pe un dispozitiv sau altul ales de către utilizator” [5, p. 11].

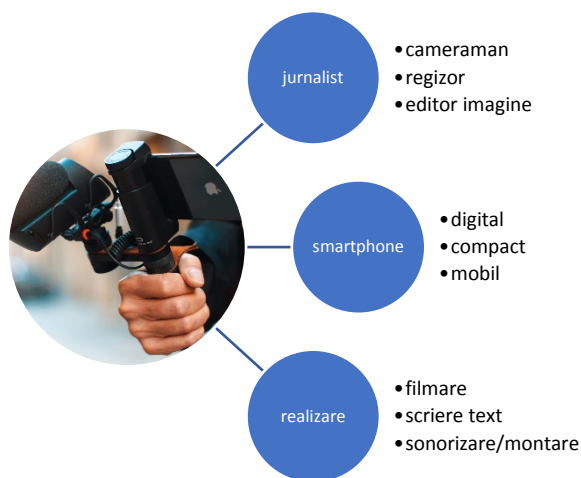


Figura 1: Etapele realizării produsului vizual prin MoJo

Sursa: elaborat de autor

Până și cele mai mari televiziuni din lume apelează la Mobile Journalism, unde reporterii și redactorii concep propriile materiale doar cu ajutorul telefonului mobil, acesta fiind practic și eficient. Totuși, pe lângă un smartphone, pentru un produs jurnalistic vizual reușit și bine conceput, este nevoie de echipament tehnic adițional, care contribuie la sporirea calității acestuia. Astfel, specialiștii din domeniul media susțin că telefonul mobil „inteligent” a devenit o microstație de televiziune, autonomă și individuală. Un instrument care desemnează o realitate evidentă, o practică vie în societate: un MoJo este „un jurnalist-mobil” [6].

În concluzie, astăzi, imaginea televizată este influențată de noi elemente de producție, care au scopul de a aduce un plus de valoare segmentului vizual și de a menține conexitatea între public și prestatorul de conținut vizuale noi, creative și care sunt livrate într-un timp record consumatorilor. Or, implicațiile tehnologice prin folosirea MoJo reprezintă pentru, practic, toate platformele de televiziune obiective principale în calea dezvoltării domeniului televizual contemporan.

Referințe:

1. Dumbrăveanu A., Țurcanu D., Parfentiev B. Televiziunea de actualități. Disponibil <https://pdfcoffee.com/andrei-dumbraveanu-carte-pdf-free.html>. Accesat (12.02.2023)
2. Media Culture and Tele-Phenomenon. Disponibil <http://iec.psih.uaic.ro/ciea/file/2006/40.pdf>. Accesat (31.01.2023)
3. Mobile Journalism – despre gramatica lumii de azi. Disponibil <https://dilemaveche.ro/sectiune/pe-ce-lume-traim/articol/mobile-journalism-despre-gramatica-lumii-de-azi> Accesat (23.02.2023)
4. We in the Mojo Community” – Exploring a Global Network of Mobile Journalists. Disponibil https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2020.1742772?fbclid=IwAR1Ci_Fi7iolCOIC7ndiUZnm3uhA2uEE4-zyq1yqF4YK7t34GzxL8FIrGKY. Accesat (14.02.2023)
5. Mohammedsalih Salah. Mobile Journalism. Using smartphone in journalistic work. UPPSALA Universitet. Department of Informatics and Media, 2017, p. 11
6. Mobile Journalism – despre gramatica lumii de azi. Disponibil: <https://dilemaveche.ro/sectiune/pe-ce-lume-traim/articol/mobile-journalism-despre-gramatica-lumii-de-azi>. Accesat (14.02.2023)

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ДОКУМЕНТАЛИСТИКА В МОЛДАВСКОЙ ССР: ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

TV DOCUMENTARY IN THE MOLDOVAN SSR: HISTORICAL ASPECTS

CZU: 791.43-92:654.19(478)(091)

Iloana BUDICI,
asistent universitar
Universitatea de Stat din Moldova
ilonamihai64@gmail.com

Документальным называется фильм, в основу которого легли съёмки подлинных событий и лиц. Документальное или неигровое кино это жанр кинематографа и журналистики, в основе которого лежит документальная фактура, то, что было и есть на самом деле. Главное различие между кинематографическим документальным кино и журналистским в том, что в первом главный — режиссер, там важен образный ряд. Во втором главный — журналист, образный ряд идет от смысла, факты нанизываются на сценарий [6, с. 20].

Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин определяют понятие «фильм» как «завершенные документальные или игровые произведения с сюжетом или фабулой [7, с. 56]. Соглашаясь с тем, что любой фильм – это, прежде всего, завершенное произведение, в качестве уточнения следует добавить, что это, в первую очередь, такое произведение, которому свойственны определенные драматургические принципы, такие как наличие персонажа, конфликт, динамика в развитии действий. С.А. Муратов наиболее подробно сформулировал разницу между документальным и программным фильмом, поясняя, что «в отличие от эфирной переда-

чи, мы ожидаем от фильма больше глубокого понимания исследуемых явлений или постижения изображаемых нравов, не говоря уже о степени художественной организации самого материала – в обратном случае, он попросту не оправдывает тех творческих затрат, расходов и времени, которые вложены в эту часть экранной продукции. К тому же, в отличие от передачи, фильм – произведение многократного применения.

Сегодня документальное кино — это удел кинокритиков и немногих любителей. Такие фильмы не выходят в широкий прокат, их не показывают в прайм-тайм и необсуждают на улицах. Но когда-то именно документалистика создавала кино. Историю она создает до сих пор. Сейчас нам сложно представить себе документальный фильм, который крутится в кинотеатрах, полностью окупается, вызывает восхищение у огромного количества обычных зрителей, а не критиков, смотрящих документалистику подолгу службы.

Самый первый фильм – это «движущиеся картинки», на которых человек увидел прибытие поезда, был ожидаемо документальным. Человек был восхищен, что впервые смог почти полностью «скопировать» окружающую среду и себя, увидеть не столько отражение, сколько самому стать творцом. Но, как ни странно, документальному кинесудили лишь скудную роль – хронологическое запечатление событий: коронации, войны, праздники. Тем временем, сюжеты игровых фильмов перехватили внимание зрителей. Изменив, таким образом, порядок распределения прерогатив и русло становления кино, как искусства художественного вымысла и развлечения. «Первые кинокадры, снятые на территории Молдавии в 20-х годах, вошли в документальный фильм «Документы эпохи» (1927 г.) который был создан на Киевской кинофабрике. Начиная с 1928 года, украинский журнал «Кинонеделя» постоянно информирует зрителей о жизни в МАССР. Первые фильмы на молдавском языке появились задолго до того, как в Молдавии была основана своя киностудия» [4, с. 3].

В марте 1929 года было организовано Общество друзей советского кино и фото, провозгласившее своей основной задачей «со-

здание молдавского национального кинофильма, увеличение рядов ОДСФК за счет бедняцко-батрацкой части населения, проведение агитационной работы вокруг кино» [5, с. 41]. Для произведений молдавской документалистики, как и союзной в целом, характерно тематическое, стилевое и жанровое разнообразие. В основном документальные фильмы, снятые на молдавской земле, рассказывали о буднях республики, создающих репортажные портреты обычного рабочего, колхозника. В 1940 году Киевская киностудия впервые осуществила дубляж на молдавский язык документального фильма «Советская Молдавия». С марта 1944 года события в Молдове освещали советские фронтовые операторы. Ими были сняты кадры освобождения городов Сороки (19 марта 1944 года) и Бельц (26 марта 1944 г.). Очень подробно были отсняты все этапы Яско-Кишиневской военной операции 20–24 августа 1944 г. «Из материалов этой кинохроники режиссер Леонид Варламов смонтировал полнометражный документальный фильм «Победа на юге», где отражены этапы полного освобождения Молдавии от фашистов, освобождение Румынии и выход Советской Армии на Балканы. В 1944 г. в Кишиневе был восстановлен кинокорреспондентский пункт, который действовал непосредственно при Совнаркоме МССР. Силами кинооператоров этого корпункта И. Грязновым, П. Русиновым и А. Щекутьевым был снят короткометражный документальный фильм «В освобожденной Молдавии», где были отражены первые шаги мирной жизни на молдавской земле» [4, с. 5]. Технической базой Кишиневского корпункта была сначала Киевская студия документальных фильмов, где монтировались и озвучивались на двух языках киножурналы «Советская Молдавия» и первые киночерки, а с 1948 года – Черноморская кинофабрика. Такое название получила в ту пору Одесская киностудия. Практически это уже был даже не корреспондентский пункт, а отдел кинохроники Черноморской кинофабрики, специально созданный для обслуживания Молдавии. Этот отдел имел необходимый штат операторов, режиссеров и технических работников, который был занят еженедельным выпуском киножурнала «Советская Молдавия», съемками киночерков и специальных выпусков хроники и дублированием фильмов

на молдавский язык. Режиссером отдела кинохроники была Ольга Улицкая, операторами Иван Шерстюков, Леонид Проскуров, Иван Грязнов. Каждый год отдел выпускал по одному полнометражному документальному фильму с обзором событий, произошедших в Молдавии за истекший год. «Начиная с 1950 года молдавское правительство и республиканская партийная организация, которую возглавлял в ту пору Л. И. Брежнев, неоднократно ставили перед союзным правительством и ЦК КПСС вопрос о создании в Кишиневе собственной киностудии, а в начале 1952 года этот вопрос был, наконец, положительно решен. Не принято начинать предложение цифрой: 26 апреля 1952 года существовавшее в ту пору Министерство кинематографии СССР издало приказ «Об организации в Кишиневе студии хроникально-документальных фильмов», после чего началась интенсивная подготовка к практическому решению этой задачи. С 1 июля 1952 года Кишиневская студия хроникально-документальных фильмов приступила к своей деятельности по производству и дубляжу кинофильмов [3, с. 45].

Можно отредактировать таким образом: Существовавшее в ту пору Министерство кинематографии СССР «издало, 26 апреля 1952 года, приказ «Об организации в Кишиневе студии хроникально-документальных фильмов», после чего началась интенсивная подготовка к практическому решению этой задачи. С 1 июля 1952 года Кишиневская студия хроникально-документальных фильмов приступила к своей деятельности по производству и дубляжу кинофильмов» [3, с. 45].

Важно отметить, что с приходом телевидения документальное кино полностью перешло в руки журналистов и телевизионных режиссеров. Среди них числится и режиссер Валерий Иванович Ведрашко, который в 1973 окончил факультет журналистики Московского государственного университета им. Ломоносова и сразу вернулся на родину. В Кишиневе он начал карьеру режиссера на студии «Телефилм-Кишинэу» Национального Молдавского Телевидения. И уже через 2 года, выпустил свой первый документальный фильм «Кодры». До 1985 года Валерий Иванович Ведрашко создал 27 документальных фильмов[2].

Итак, на зарождение и развитие документального кино в МССР повлияло развитие киноиндустрии, наличие налаженной системы проката неигрового кино в кинозалы и развитие телевидения. Второе – необходимые условия для создания качественного, конкурентноспособного материала. Вначале главной темой всех документальных фильмов была «Жизнь в Бессарабии», затем с появлением Кишиневской хроникально-документальной студии, началась переориентация авторов на широкий зрительский круг.

Referințe:

1. Moldovenii. Культура. Кинематограф [Accesat 15.05.2022] Disponibil: <https://m.moldovenii.md>
2. Гильдия неигрового кино и телевидения: [Accesat 02.04.2022] Disponibil: <http://www.gildydoc.ru>
3. Брескану, В. К. *Молдавское Кино*. Кишинев: Тимпул, 1975. 120 с.
4. Андон, В. Д. *Рождение молдавского кино*. Кишинев: Штиинца, 1986. 160 с.
5. Сычѳв, С. В. *Эволюция тенденций развития документального кино и телефильма*. Москва: Наука, 2009. 111 с.
6. Ильченко, С. *Артефакты “массовой культуры” как базисная единица современного телевидения* // În: Вестн. Санкт-Петербур. унта. 2009. 327 с.

PORTRETELE PSIHOSOCIALE ȘI REFLECTAREA ACESTORA ÎN *MATERIALELE JURNALISTICE*

PSYCHOSOCIAL PORTRAITS AND THEIR REFLECTION IN JOURNALISTIC MATERIALS

CZU: 070:[159.9 + 316.6]

Georgiana Alina POPA,
doctorandă, asistent universitar,
Universitatea Apollonia Iasi-Romania

„O mână întinsă este întotdeauna un pas înainte!
Dialogul, necesar oricât de dificil ar fi.”
Papa Francisc

Mass-media reprezintă o manifestare inter-umană, care unifică și dă coerență relațiilor inter-sociale și psihosociale în cadrul colectivităților din lumea contemporană, deoarece transmit semnale unui public variat, care diferă de la o țară la alta, de la o regiune la alta, de la un continent la altul.

Societatea contemporană comportă anumite transformări, inclusiv în ceea ce privește anumite interferențe între viziunile și opiniile oamenilor și comportamentele sociale ale acestora, în relație cu problemele sociale și existențiale existente.

Scopul tematicii abordate de noi, este unul concret și actual și anume: conștientizarea rolului dialogului între jurnalist și interlocutorul său și evidențierea temelor sociale care intră cunoașterea lumii reale și spirituale a oamenilor.

În ceea ce privește **obiectivele temei** supuse analizei noastre, acesta este unul determinat și anume, reliefa rolului *jurnalismului psihosocial* bazat pe dialog, ca factor decisiv în construcția cadrului relațional al interlocutorului cu oamenii din jur și în proiectarea ulterioară a cadrului lui acțional prin prisma particularităților și caracteristicilor sale individuale.

Dacă ne referim la **metodele utilizate** în demersul nostru, acestea pot fi identificate după cum urmează: folosirea analizei psihologice, analiza comparativă, aplicarea diferitelor practici operaționale și nu în ultimul rând, studierea personalității umane ca factor decisiv din perspectiva prezentării omului ca produs mediatic.

Concluziile dominante ale materialului nostru, sunt acelea că, jurnalistul, indiferent de tipul psihologic al interlocutorului său, întotdeauna trebuie să adopte un comportament corect atât din punct de vedere moral cât și din punct de vedere deontologic.

Cadrul modern al abordărilor privind produsul mediatic prin portretele psihosociale, atrage după sine problematica și fenomenologia problemelor din perspectiva relațiilor sociale.

Ori, această perspectivă este concretizată prin modul de abordare al jurnalistului în evidențierea impactului și al efectelor mass-media asupra diferitelor tipologii psihosociale în realizarea produselor mediatice – despre oameni și pentru oameni.

În materialul nostru, abordăm o nouă tematică, **jurnalismul psihosocial**, care vine în completarea celorlalte tipuri de jurnalism precum: jurnalism social, jurnalism public, jurnalism cetățenesc, s.a.

Așa de pildă, rolul jurnalistului în realizarea tiparelor psihosociale, este în deplină concordanță cu existența a două tipologii: tipologia potretului psihosocial individual, al unui individ realizată prin metoda dialogului și topologia portretului psihosocial de masă, de grup în care rolul dominant îl reprezintă comunicarea interpersonală realizată prin telefonul celular, PC-uri, laptop-uri, fibră optică, televiziune, radio precum și orice mijolace de comunicare în masă.[1]

Portretele psihosociale individuale, așa cum am precizat mai sus, se realizează prin metoda dialogului dintre jurnalist și interlocutorul său. Astfel, jurnalistul folosește inclusiv *metoda maieutică* prin care urmărește realizarea unei tipologii prin întrebări succesive, cu rolul de a ajunge la anumite informații legate de propriile convingeri ale interlocutorului, de propriile sale simpatii și antipatii.

Prefațând, putem afirma că, studierea personalității sau a tipologiei umane face posibilă deschiderea posibilității de a prezenta omul așa cum este el, cu minimele și maximele lui comportamentale, cu toate

implicațiile sale în strânsă interdependență cu scopurile cotidiene activității lui.

Privitor la portretele psihosociale de masă, de grup, acesta se concretizează exclusiv prin *comportamentul colectiv și uniform în concepții al oamenilor dintru-un anumit grup*. Acest comportament se materializează printr-un complex de factori și anume: mișcări sociale, proteste în masă, greve și mișcări sociale protestatate.

Ceea ce este de remarcat este modul în care se identifică abordarea realității sociale prin prisma anumitor indivizi sociali care presupune pătrunderea în lumea interioară a lor, în scopul identificării filosofiei de viață a acestora. Așa se ajunge ulterior la acea *stratificare socială* de care amintea și sociologul V. Mândru. [2]. Acesta o definea succint ca fiind „*dispunere ierarhică a unor grupuri, categorii sau pături sociale pe o scală constituită în baza unuia sau mai multor criterii*”.

Ori, în sarcina jurnalistului care scrie pe teme sociale și intră în cunoașterea lumii reale și spirituale a oamenilor, se face prin folosirea metodelor psihologice de analiză, acestea permițând conturarea portretelor psihosociale ale interlocutorilor.

Jurnalistul identifică valorile morale și spirituale ale omului, analizează starea lui sufletească, pătrund în sfera lui emotivă etc., lumea subiectivă a eroului fiind raportată la realitatea obiectivă în care el există și acționează ca actor social. Implicarea jurnalistului în lumea interioară a omului și mediatizarea acesteia este justificată dacă este de interes public și dacă nu dăunează personajului sau celor apropiați lui.

Astfel, ne raliem opiniei că există un „*suflet colectiv*” așa cum menționa Serge Moscovici [3]. El a presupus că există un „*suflet colectiv*” de factură inferioară, instinctual, capabil doar de raționamente rudimentare, și a atribuit mulțimilor exclusiv un rol distructiv (mișcarea național- socialistă, mișcarea fascistă, Ku Klux Klan s.a.).

Tema pe care o propunem spre analiză, cea a fenomenologiei portretelor psihosociale, se înscrie cu certitudine în problematica psihologiei psihosociale ca sferă a relațională dintre indivizi, dintre indivizi și grupuri și dintre grupuri, tema abordată incipient de Cecilia Ridgeway [4].

Putem afirma că, portretele psihosociale, indiferent de natura lor, au la bază transmiterea ideilor direct cât și prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, aspecte pe care le vom analiza în mod gradual și structural în tema aleasă de noi, în cadrul Conferinței naționale *Creativitate în jurnalism*.

Referințe:

1. Babcock Ch. *Civic journalism*. <http://participedia.net/de/organizations/pew-center-civic-journalism> [Accesat 06.02.2023]
2. Mândru, V. *Revista de filozofie, sociologie și științe politice*, 2012, nr. 1, p. 49.
3. Moscovici, Serge (coord.) *Psihologia socială*. București: Ideea, 2010 p. 69. ISBN: 978-606-594-042-0
4. Ridgeway, Cecilia. *Foundations of Social Psychology*. Stanford: Field Copy & Printing, 1997. p.1

FREEDOM OF EXPRESSION AS A FACTOR ENCOURAGING CREATIVITY IN THE SCHOOL PRESS

LIBERTATEA DE EXPRESIE CA FACTOR DE ÎNCURAJARE A CREATIVITĂȚII ÎN PRESA ȘCOLARĂ

CZU: [070:373]:351.751

Ilana DAHAN,
University of Haifa, Israel
ORCID: 0000-0002-3872-3111
ilanadahan111@gmail.com

This topic of this article is related to the research thesis, belonging to the author of this material [1, pp.12] that dealt with the students' exposure to the SN (school newspaper) influences on their self-expression. Creativity is the way in which school students express themselves in journalistic activity. Although there are multiple advantages the SN fulfills, like democratic sense development, its situation today is in constant fading. One of the reasons for it is the restriction of speech freedom that was imposed over the years on it. Today there almost isn't any interest in this field, not from the study side nor from the Ministry of Education. The study purpose is to elevate the importance of speech freedom at SN; preserve the SN at school as an important educational tool. The study examined the freedom of expression in the SN and its effect on students' creativity over 3 main research periods: 1. between the 1970s - the end of the 1980s - SN operated in the informal framework in middle schools as a social-political tool that grants expression freedom and promotes democracy in the school [2, p.10], but it was unable to achieve this goal due to the censorship imposed on it from the principal and parents [3, p. 85] which depressed the students motivation and creativity [4]. The research started to develop at this period with

special interest in social aspects; 2. End of the 1980s-the beginning of the 21st century- the SN began to operate within the formal framework of school communication studies, established as an elective subject in high school with a democratic attitude and expression freedom orientation [5, p. 7]. Although the SN's prestige increased, the values of democracy and freedom of expression weren't properly realized due to the severe censorship and other reasons imposed [6, p. 29]. This harmed the students' motivation to integrate into journalistic activity. In other cases, this provoked a lot of opposition from the students who sometimes petitioned the court [7, p. 65]. The study wasn't developed at this period; 3. 2006 - today (2023) - due to the 2006 big media crisis, the SN was also influenced. At this period the research tried to prove the SN values [8, p. 405] but these weren't exercised, as censorship continued to be imposed on it at SN. Some students did not give in and went to the court to challenge the censorship and to receive journalistic rights [7, p. 66]. In recent years, there isn't almost no research on school journalism besides an important American study [10, p. 393]. Today, many SN transferred from the print to the digital format.

Creativity and among that Journalistic Creativity [11, p. 49] is the way to express personal journalistic abilities (cognitively, effectively, and behaviorally) in an original, innovative, flexible, practical and/or theoretical way. The research correlates between the journalistic students' motivation to create, and the expression freedom influence. There is great importance to environmental influences on journalistic work that may encourage it such as freedom of expression, cooperation, interest, and budget. According to the studies, four media message skills were included under media literacy using creativity: accessibility, analysis, reflection, and creation [12, p. 71]. Media literacy may contribute to cultivating an educational environment in which students practice leadership skills, freedom of expression, conflict-based decision-making, and consensus formulation [13, p. 345]. However, according to the research, it was found that although there was an honest ambition of the communication and journalism study programs to realize the freedom of speech in school press -in practice it did not always succeed [5, p. 5].

The research is concentrated on the influence of the SN on the writers' self-expression- regarding several factors such as creativity, motivation and freedom of expression and the correlation between them. For example, a correlation was found between the existence of freedom of expression to improving cognitive skills due to creativity as thinking, learning, and writing. Another example shows that the freedom of speech exists to elevate more positive feelings than negative ones. One more example regarding the behavioral-social creativity shows there's a correlation between the exposure of the writers to journalistic activity- characterized by freedom of expression and the improvement of social skills and motivation to volunteer.

The educational system and the research interest in the issues of freedom of expression and creativity and their correlation to journalistic activity is well-known but unfortunately its realization in the education system almost didn't succeed nor within the journalism studies including the SN framework. Moreover, censorship was often imposed on school journalistic content instead of encouraging freedom of expression as an important educational democratic value, which led to frustration on the part of the students, lack of motivation, and damage to creativity and further led to the decline of the SN. On the other hand, in certain newspapers, where freedom of expression was relatively high, the student's creativity, in cognitive, affective, and behavioral aspects, was developed, which affected the success of the SN over the years. In recent years, SN research has been absent, and the print SN has reduced greatly and became mostly online. In recent years, isolated attempts have been made to save the SN, but research has almost stopped completely except for several American studies that started in the 80th through the 21th century [10, p. 392]. In terms of expression freedom as a factor that encourages motivation in journalistic activities, it is necessary to continue researching and coming up with conclusions to practice in the education system.

Expression freedom in SN encourages motivation and creativity at various levels among the students who are exposed to it, especially among writers, and has a great contribution to them in the near and long term in aspects with high civic and social awareness and activity; The freedom of expression degree practiced in the SN is often low and the

education system does not cultivate it; There is a correlation between the freedom of expression in the SN and its effects on the students' creativity in all influential aspects; According to the study [1, pp. 35-63], media teaching contributes only partially to the development of media literacy and democratic skills; The research that dealt with the issues of freedom of expression in the school press is partial and did not deal with all aspects such as the freedom of expression in the online school press. Between recommendations we can include preserving and cultivating the freedom of expression in the SN as a basic and democratic human right, continuing the expression freedom research and its implementation in the SN, as well as developing and improving teaching methodologies regarding SN and democracy attitude.

Bibliography:

1. Dahan, I. *Personal Degree of Influence of the School Newspaper on the Student Expression: Israeli Experience*. Thesis of dr. In Journalism and Communication. Chisinau, 2023.
2. Wolf, Y. &, Melamed, O. *Literature Review of Mass Communication Teaching*. Henrietta Sald Institution, the Ministry of Education, the Pedagogical Secretary, the Department of Planning and Curriculum Development, Jerusalem, 2008.(Hebrew).
3. Zidkiyahu, S. &, Zdaka, S. *Mass Communication Studies through Student Newspaper*. Topics in Education, 1992. (Hebrew).
4. Trager, R. &, Dickerson, D. L. *Freedom of Expression in the 21st Century*. SAGE. Publications Inc. 1999. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233376>
5. Ministry of Education, Culture and Sports. *The supervision of the media and cinema Regulation*. Jerusalem: Ministry of Education, Culture and Sports, Pedagogical Secretariat, 2004. p. 7.
6. Almog, O. *The Zabara- portrait*. Tel-Aviv, 1997.(Hebrew).
7. Werner, W. B. *Contemporary Issues in the Constitutional Rights of Students in American Higher Education*. Contemporary Issues & Perspectives, NASPA 2005.
8. Hendler, D. *The effects of Mass Communication and teaching upon adolescents' attitudes*. Orot Alelay 13, 2007.(Hebrew).
9. Caspi, D. *Mass Communication. Vol. 2. Units 5-7*. Tel-Aviv: The Open University

10. Dvorak, J. *High School publications experience as a factor in College-Level writing*. Journalism Quarterly, 1988.
11. Razon, H. *Children write - line and script, personal expression. The graphomotor growth of children and adolescents*. Ach LTD Publishing, 2002. (Hebrew).
12. Alt, D., Maslovaty, N., & Cohen, A. *The relationship between media literacy studies and democratic and moral orientations among Israeli adolescents*. In C. Klaassen & N. Maslovaty (Eds.), *Moral courage and the normative professionalism of teachers*. Rotterdam, the Netherlands: Sense Publishers, 2010.
13. Liebes, T. *In favour of "bad news": An experiment in teaching the role of the press in Israel*. In R. Kubey (Ed.), *Media literacy in the information age: Current perspectives*. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1997

CUPRINS

SUMMARY

Georgeta STEPANOV

LEGITIMAREA STUDENȚILOR ÎN INSTITUȚIILE DE
ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR DIN RSS MOLDOVENEASCĂ
LEGITIMATION OF STUDENTS IN HIGHER EDUCATION
INSTITUTIONS OF THE MOLDAVIAN SSR 3

Victoria BULICANU

RECENZAT DESPRE RECENZIE
REVIEWED ABOUT THE REVIEW 8

Ludmila RUSNAC

TEHNICI DE VIZUALIZARE ÎN INVESTIGAȚIA
JURNALISTICĂ ÎN MEDIUL ONLINE
VISUALIZATION TECHNIQUES IN INVESTIGATIVE
JOURNALISM IN THE ONLINE ENVIRONMENT 12

Mariana TACU

FENOMENE ASOCIATE PROGRESULUI TEHNOLOGIC
ȘI DIGITALIZĂRII INFORMAȚIONALE
PHENOMENA ASSOCIATED WITH TECHNOLOGICAL
PROGRESS AND INFORMATIONAL DIGITALIZATION 17

Mihai LESCU

DETERMINISMUL GEOGRAFIC – FUNDAMENT
AL ȘTIINȚEI GEOPOLITICE
GEOGRAPHIC DETERMINISM – FOUNDATION OF
GEOPOLITICAL SCIENCE 22

*Vitalie MINCIUNĂ, Valeria VRABIE, Marina PIȘCENCO,
Aliona DANILIUC, Gheorghe CUCIUREANU*

MANIFESTĂRILE ȘTIINȚIFICE CA PARTE A EVALUĂRII
ȘI ADMINISTRĂRII CERCETĂRII ÎN ANUL 2022
SCIENTIFIC MANIFESTATIONS AS PART OF THE
EVALUATION AND ADMINISTRATION OF RESEARCH
IN THE YEAR 2022 26

Boris PARFENTIEV

ELEMENTE CREATIVE NOI ÎN EMISIA TELEVIZATĂ
DIN PERIOADA SUPRANUMITĂ – DE
RESTRUCTURARE (1985-1991)
NEW CREATIVE ELEMENTS IN TELEVISION
SHOWING FROM THE ABOVE NAMED PERIOD –
RESTRUCTURING (1985-1991) 30

Laura TUGAREV

METODE DE PROMOVARE A IMAGINII
INSTITUȚIONALE PE REȚELELE DE SOCIALIZARE
METHODS OF PROMOTING THE INSTITUTIONAL
IMAGE ON SOCIAL NETWORKS 36

Florin ARDELEAN

FERVORILE ȘI LIMITELE CREATIVITĂȚII ÎN JURNALISM
THE FERVORS AND THE LIMITS OF THE CREATIVITY
ÎN JOURNALISM 42

Mariana TOACĂ

DECLINUL MASS-MEDIEI TRADIȚIONALE ÎN
ERA DIGITALĂ
THE DECLINE OF TRADITIONAL MASS MEDIA IN
THE DIGITAL ERA 47

<i>Dumitru ȚURCANU</i>	
RECESIUNEA UMANISMULUI MASS-MEDIA	
THE RECESSION OF MASS-MEDIA HUMANISM.....	52
<i>Andrei DUMBRĂVEANU</i>	
CĂLĂTORI LA HOTAR DE LUMINĂ	
TRAVELS TO THE FRONTIER OF LIGHT.....	57
<i>Ecaterina DELEU, Violeta STRATAN ÎLBASMIȘ</i>	
METAMORFOZELE LIMBII ROMÂNE ÎN	
COMUNITĂȚILE ONLINE ALE CETĂȚENILOR	
MOLDOVENI EMIGRAȚI. CAZUL TURCIEI ȘI AL ITALIEI	
THE METAMORPHOSES OF THE ROMANIAN	
LANGUAGE IN THE ONLINE MOLDOVAN'S MIGRANTS	
COMMUNITIES. THE CASE OF TURKEY AND ITALY.....	62
<i>Mihail GUZUN</i>	
GEN ȘI ANTIGEN ÎN MASS-MEDIA POSTTRADIȚIONALĂ	
GENDER AND ANTIGEN IN POST-TRADITIONAL	
MASS-MEDIA	68
<i>Vitalie GUȚU</i>	
ELEMENTE INOVATIVE ÎN PROCESUL DE REALIZARE	
A PRODUSULUI TELEVIZAT	
INNOVATIVE ELEMENTS IN THE PROCESS OF	
MAKING THE TELEVISION PRODUCT.....	72
<i>Iona BUDICI</i>	
ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ДОКУМЕНТАЛИСТИКА В	
МОЛДАВСКОЙ ССР: ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	
TV DOCUMENTARY IN THE MOLDOVAN SSR:	
HISTORICAL ASPECTS	77

Georgiana Alina POPA

PORTRETELE PSIHOSOCIALE ȘI REFLECTAREA
ACESTORA ÎN *MATERIALELE JURNALISTICE*
PSYCHOSOCIAL PORTRAITS AND THEIR REFLECTION
IN JOURNALISTIC MATERIALS..... 82

Ilana DAHAN

FREEDOM OF EXPRESSION AS A FACTOR
ENCOURAGING CREATIVITY IN THE SCHOOL PRESS
LIBERTATEA DE EXPRESIE CA FACTOR DE
ÎNCURAJARE A CREATIVITĂȚII ÎN PRESA ȘCOLARĂ 86

Corectură: *Antonina Dembițchi*
Machetare computerizată: *Tatiana Capliuc*

Bun de tipar 31.05.2023. Formatul $60 \times 84 \frac{1}{16}$.
Coli de tipar 5,9. Coli editoriale 4,2.
Comanda 11sp. Tirajul 30 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009
e-mail: cep1usm@mail.ru; usmcep@mail.ru