DIN NOU DESPRE PUBLICISTICĂ
SAU DOUĂ ÎNTR-O BARCĂ: „PÂNĂ LA...” ŞI „DUPĂ...”

Mihail GUZUN,
doctor în filologie, conferenţiar universitar,
Universitatea de Stat din Moldova

Summary. Journalism and literature represent two types of creative interaction which cannot be questioned, even though different views have been exposed on this issue. The author says that in order to identify the mechanisms of interaction between journalism and literature, it is necessary to examine the place and role of a third component – journalism, the area that "meets both sides".

The author uses also in the article examples of well-known writers' creations from the local and international literature and for many of them journalism was the shortest way to literature. It is promoted the idea that in both journalism and literature the word is the working instrument, and the text's writing is the ultimate purpose. This way, journalism should be considered as a genre of creative activity, as well as a form of literary work.

Keywords: literature, journalism, publishing, philology, word, journalistic education, literary skills.

Recunosc: Ca să lucrez la acest articol, am fost „provocat” (în sensul bun al cuvântului) de colegii de breaslă din România. În perioada 18-19 octombrie 2018 am participat în Oradea, România, la Conferinţa internaţională cu tema: „Jurnalismul şi Literatura: similitudini şi diferenţe”. În comunicarea pe care am prezentat-o în faţa colegilor de peste Prut, am încercat să acreditez ideea că pentru identificarea mecanismelor de interacţiune dintre jurnalism şi literatură e necesar să examinăm locul şi rolul unei a treia componente şi anume a publicisticii – zona „ce împacă ambele părţi”. (Această teză mi-a fost inspirată de afirmaţia lui Vissarion Belinsky, filosof, critic literar, fondator al programului estetic al realismului în literatura rusă, care considera că, arta, pe măsura apropierii sale de unul dintre propriile hotare, pierde treptat câte ceva din esenţa sa, aşa că, în locul unei linii de demarcare apare o zonă, care împacă ambele părţi). Am menţionat, dar consider şi acum, că atât în jurnalism, cât şi în literatură, **cuvântul** este instrumentul de lucru, iar **redactarea textului** este scopul final. Astfel, dispunem de condiţiile necesare pentru a conchide că jurnalistica poate fi examinată şi ca gen al activităţii de creaţie, deci şi ca o formă a muncii literare.

Unii dintre participanţii la conferinţă au fost de părere că trebuie să manifestăm mai multă precauţie în momentul în care cantonăm jurnalistica şi literatura „într-o teacă”, că publicistica este o „producţie textuală de interpretare a faptelor”, că este un domeniu de preocupare aflat la mare distanţă de ceea ce numim *jurnalismul de informare*.

Dar iată că a apărut şi o înţelegere regretabilă a situaţiei reale: Brîndușa Armanca[5], o apreciată cunoscătoare a mass-mediei din România şi a mecanismelor de funcţionare a instituţiilor mediatice, avea să noteze într-un articol publicat în „Revista 22", care a fost preluat şi de site-ul „Contributors.ro", că „în Rusia şi în Republica Moldova încă se studiază la pachet jurnalismul şi literatura" [1]. Probabil că, distinsa profesoară, ca să ajungă la această concluzie, a fost indusă în eroare de conţinutul Articolului 19 din „Legea presei", adoptată de Parlamentul Republicii Moldova în data de 26 octombrie 1994. Reproduc textul articolului: „Jurnalist este persoana care se îndeletniceşte cu munca literară şi publicistică (subliniat de noi, – M.G.) în cadrul mijloacelor de informare în masă, angajată la ele prin contract sau în alt mod, conform legislaţiei în vigoare" [6]. Că deputaţii moldoveni, atunci când adoptă o lege sau alta „uită" să consulte şi specialiştii în domeniu, e lucru ştiut. Dar, întâmplător sau nu, în acelaşi an, 1994, Facultatea de Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării de la Chişinău a fost antrenată într-un Proiect interuniversitar moldo-italo-spaniol de colaborare, proiect desfăşurat în cadrul Programului European Tempus. Unul dintre scopurile Proiectului a fost modernizarea învăţământului jurnalistic, orientarea la standardele europene, astfel că, după patru ani, organizarea procesului instructiv-didactic la facultate a fost transferată pe o bază numită la timpul respectiv – sociologică, abandonându-se aşa-numita filieră filologică [4].

A mai apărut la conferinţă o nuanţă, ce ţine mai curând de aspectul diacronic al evoluţiei mass-mediei, şi anume că trebuie trasată o linie clară între ceea ce a fost ***până la*** căderea comunismului şi ceea ce a urmat ***după.*** În general consider că noi ar trebui să fim mult mai prudenţi, atunci când trasăm hotarele unor anumite perioade de timp. Nu întotdeauna, operând cu prepoziţiile „după" sau „până la", putem fi siguri că am marcat cu exactitate graniţele fenomenului şi că această procedură implică mai multă claritate.

E adevărat că, până la destrămarea URSS, (evident că mă refer în continuare la situaţia din Republica Moldova), (în fosta Uniune Sovietică) la noi, dar şi în ţările blocului socialist a existat o tratare unică, „consolidată" aş afirma, a gândirii teoretice în vederea rolului şi a funcţionării mijloacelor de informare în masă, marcate de ideologia marxistă, dar asta nu înseamnă (şi aici sunt întru totul de acord cu Serghei Korkonosenko, profesor universitar la Catedra de Jurnalism şi Comunicare de masă a Universităţii de Stat din Sankt-Petersburg), că după anii '90 ai secolului trecut, odată cu deschiderea unor noi perspective de abordare a fenomenului mediatic, majoritatea fiind preluate din Occident, ar trebui să dăm cu totul uitării multe dintre eforturile cercetătorilor presei de „până la..." în elaborarea aparatului categorial la nivel teoretic, în identificarea căilor optime de redactare

[5] Mă folosesc de această ocazie să-i mulţumesc dnei Brîndușa Armanca pentru „Ghidul de comunicare pentru jurnalişti şi purtători de cuvânt" (Timişoara: Mirton, 2002), care la timpul potrivit m-a ajutat mult în eforturile mele de a aborda o temă dificilă precum este Problematica naţională în vizorul mass-mediei, în special, aspectele ce ţin de drepturile minorităţilor naţionale (etnice).

a operelor jurnalistice. În acest context, e cazul să ne amintim de cercetările ce ţin de publicistică ca gen distinct de creativitate în jurnalistică [12].

Interacţiunea dintre jurnalism şi literatură a generat în mediul oamenilor de creaţie (a ziariştilor şi a scriitorilor), dar şi al cercetătorilor fenomenului mediatic şi al celui literar, atitudini, interpretări şi comentarii diferite. A fost o perioadă în care erau identificate diferenţe până şi în zona jurnalismului. La începutul anilor ’70 ai secolului trecut, în fostul spaţiu ex-sovietic a fost declanşată o amplă discuţie, de multe ori marcată de emoţii şi patimi nestăpânite: Ce este jurnalistica? Doar un instrument de „informare în masă” sau, în primul rând, un „mijloc eficient de formare a opiniei publice şi de educaţie socială a maselor”? În studiile şi dezbaterile din acea perioadă tot mai des era utilizată noţiunea de publicistică. Termenul ca atare conţine rădăcina cuvântului latin „publicum”, ceea ce înseamnă „interes public”. Dacă tratăm lucrurile din această perspectivă, jurnalistul, se afirma atunci, foloseşte „în activitatea sa zilnică aceleaşi mijloace, ca şi orice om politic sau de ştiinţă” [2]. În fiecare număr al revistei profesioniste „Jurnalist” din acea perioadă, editate la Moscova, erau inserate articole la acest subiect. A rămas celebră fraza lui Anatolii Agranovski, corespondent special al ziarului „Izvestia”: „Bine scrie nu acel care scrie bine, dar acel care gândeşte bine”, cunoscutul jurnalist rus considerând că „publicistica începe acolo, unde există gând”. „Eu nu pot să fiu de acord cu faptul, - afirma A.Agranovski, - că tot ceea ce apare în ziar, cules cu corpus sau borghes, poate fi calificat publicistică, doar pornind de la ideea că ziarul în întregime discută cu poporul”. Citez un fragment din presa timpului, mai exact, dintr-un articol publicat în „Literaturnaya gazeta”, neoficial organ al Uniunii Scriitorilor din fosta URSS: „Publicistica rezidă în capacitatea autorului de a înclina spre meditaţie şi generalizare, pornind de la fapte incontestabile. S-ar părea că unele evenimente şi fenomene izolate, la prima vedere fără nicio legătură între ele, oriunde nu s-ar produce, - în diferite colţuri ale lumii sau într-un spaţiu mic, - au nevoie, de multe ori, de un impuls puternic, ca să formeze un tot unic, o unitate. Acest impuls este generat de gândul publicistului” [10].

În 1984 vede lumina tiparului cartea de „meditaţii şi analiză” „Arta publicisticii”, semnată de criticul literar, profesorul universitar Evgheny Prohorov [11], un amplu studiu al rolului şi locului publicisticii în formarea opiniei publice. (Mai amintim aici şi de alte studii semnate de: V.I. Zdorovega („У майстерні публициста”, Lyviv,1969), M.I. Stiufleaeva („Поэтика публицистики”, Voronej, 1975), V.M. Gorohov („Закономерности публицистического творчества”, Moscova, 1975), V.V. Ucionova („Гносеологические проблемы публицистики”, Moscova, 1971), M.S. Cerepahov („Таинства мастерства публицистики”, Moscova, 1989) ş.a.

Au fost scrise şi teze de doctorat despre „publicistica scriitoricească”, cel mai cunoscut studiu de la noi fiind al lui Victor Moraru, apărut într-un volum aparte [7].

De ce am insistat atât de mult asupra noţiunii de publicistică? Din simplul motiv că *publicistica* e cea mai apropiată de ceea ce noi numim *jurnalism* şi *literatură*. Am

spune că este domeniul intermediar între jurnalism şi literatură. Lanţul *Jurnalism, Publicistică, Literatură* ar arăta în felul următor: (J→P→L). Şi dacă-l activăm putem înţelege mai bine interacţiunea dintre jurnalism şi literatură.

Particularitatea esenţială a stilului publicistic este vorbirea directă a autorului. „Eu acuz" (J'acusse), - afirmă Emile Zola într-o scrisoare deschisă adresată în 1898 preşedintelui Franţei, Felix Faure, în care acuză preşedinţia, guvernul, justiţia, armata şi alte instituţii ale statului de antisemitism şi abuz, în încarcerarea lui Alfred Dreyfus, ofiţer francez condamnat la închisoare pe viaţă pentru spionaj în favoarea Germaniei, într-un simulacru de proces, după părerea autorului, care subliniază erorile judiciare şi lipsa unor dovezi serioase.*„Datoria mea este să vorbesc, nu vreau sa fiu complice",* - astfel îşi începe scrisoarea Emile Zola.

„Nu pot să tac!" («Не могу молчать!»), - avea să scrie la timpul respectiv Lev Nicolaevici Tolstoi, iar acest imperativ moral poate fi considerat ca o deviză a publicisticii – sinceritate, stil polemic, încărcătură emotivă, pocăinţă, mărturisire… De altfel, cele mai notorii opere publicistice, semnate de Lev Tolstoi şi de un alt titan al literaturii universale – Jean Jacques Rousseau – aşa şi se numesc – „Confesiuni"[6]. Vom prezenta în continuare doar două fragmente din aceste opere pentru a înţelege spiritul mesajelor şi atitudinea autorilor.

Jean-Jacques Rousseau în *Confesiuni*:

„*M-am arătat aşa cum am fost; demn de dispreţ şi josnic, când am fost; bun, generos, sublim, când, de asemenea, am fost; mi-am dezvăluit sufletul aşa cum tu însuţi l-ai văzut. Fiinţă Eternă, strânge în jurul meu nenumărata mulţime a semenilor mei; să asculte confesiunile mele, să ţipe la ticăloşiile mele, să roşească la nemerniciile mele. Şi fiecare să-şi descopere la rândul său, inima, cu aceeaşi sinceritate, la picioarele tronului tău; apoi să-ţi spună măcar unul, dacă se va încumeta: Eu am fost mai bun decât omul acesta*".

Lev Nicolaevici Tolstoi în *Spovedanie*:

„*...Îmi era clar: a spune că în spaţiul şi timpul infinit totul se dezvoltă, se perfecţionează, se complică, se diferenţiază înseamnă să nu spui nimic. Toate acestea sunt cuvinte fără însemnătate, deoarece în infinit nu există nimic — nici complicat, nici simplu, nici faţă, nici spate, nici mai bine, nici mai rău.*

Important este faptul că întrebarea mea personală „Ce sunt eu cu dorinţele mele?" rămâne absolut fără răspuns. Şi am înţeles că aceste cunoştinţe sunt foarte interesante, foarte atrăgătoare, dar exacte şi clare în măsura invers proporţională cu aplicabilitatea lor la chestiunile vieţii: cu cât sunt mai puţin aplicabile la problemele vieţii, cu atât sunt mai exacte şi mai clare; cu cât se străduiesc mai mult să dea răspunsuri la problemele vieţii, cu atât devin mai neclare şi mai puţin atrăgătoare.

[6] În limba rusă „Confesiunile" lui Rousseau sunt traduse cu denumirea «Исповедь», ca şi la Tolstoi. În română însă opera romancierului rus este tradusă în felul următor: "Spovedanie". Considerăm că este o traducere reuşită, astfel păstrându-se nuanţa rusească.

Dacă te adresezi acelui domeniu al cunoaşterii care se străduieşte să dea răspunsuri la întrebările vieţii - fiziologiei, psihologiei, biologiei, sociologiei vei întâlni o izbitoare sărăcie de gândire, o măreaţă neclaritate, o pretenţie prin nimic justificată de a rezolva probleme aflate în afara sferelor de acţiune şi contradicţii necontenite între un gânditor şi ceilalţi, ba chiar între un gânditor şi el însuşi".

Bernard Shaw, laureat al Premiului Nobel (1925), considerat cel de-al doilea dramaturg, după importanţă, de limbă engleză, după William Shakespeare, avea să noteze că jurnalistica poate să pretindă la titlul de formă superioară a literaturii, întrucât însăşi literatura de valoare reprezintă prin sine ziaristică. Mi-am amintit de spusele marelui dramaturg irlandez, lecturând ziarul „Luceafărul" din 1 august 1987[7] în paginile căruia a fost publicat un interviu cu Valentin Rasputin, scriitor rus, reprezentant de vază al aşa-numitei „proze rurale", autor al operelor „Bani pentru Maria", „Trăieşte şi ia aminte", „Despărţirea de Matriona" etc., interviu realizat de Tatiana Zemscova. Fiind întrebat despre caracterul publicistic al povestirii „Incendiul" – Este într-adevăr o nouă manieră în activitatea scriitorului sau, pur şi simplu, o chestiune de timp? – distinsul scriitor a răspuns: „Pentru mine a fost întotdeauna foarte importantă influenţa emoţională asupra cititorului. Nu numai influenţa prin evenimente, prin soarta eroilor, prin cuvânt, dar şi prin felul în care este construit cuvântul, în care va fi perceput emoţional de către cititori, să spunem electrizant. Poate sună cam grosolan, dar este necesară o asemenea influenţă, este necesar chiar şocul. Pentru aceasta mi s-a părut cea mai potrivită limba pe care am ales-o. Nu mi-a fost uşor de la început. Asupra acestei lucrări am zăbovit foarte mult, în special la început, tocmai pentru a găsi acel sunet, acel cuvânt, acel stil, care să se potrivească cel mai bine evenimentelor. În final, am hotărât că cea mai potrivită va fi tocmai discuţia publicistică. Firește, există aici o oarecare suprasaturaţie publicistică, o simplitate excesivă care, probabil, nu trebuie să existe în operele literare. Dar eu nu am renunţat pentru că **aşa o cere acum timpul** (subliniat de noi, – M.G.)".

La mijlocul sec. XX s-a simţit necesitatea unei cercetări sistematice mai profunde a fenomenelor ce ţin de creaţie. Această trebuinţă a fost condiţionată de un şir de descoperiri tehnico-ştiinţifice în mai multe sectoare ale societăţii, iar soluţionarea problemelor cu care se confrunta societatea la acea vreme s-a văzut posibilă prin mobilizarea capacităţilor creative ale individului.

Mai mult decât probabil este şi faptul că unul dintre motivele care au stimulat apropierea scriitorilor de jurnalistică a fost tendinţa deschiderii unei perspective mai vaste de exprimare, de pronunţare asupra evenimentelor produse *aici şi acum*. Afirmaţia că **jurnalistica este cea mai bună literatură care s-a scris sub regimul comunist** îşi găseşte explicaţia în şansa autorului de texte publicistice de a fi în acele timpuri mai

[7] Am un obicei, pe care mi l-am format încă în anii de studenţie, de a decupa din publicaţiile periodice cele mai interesante, în viziunea mea, articole de ziar şi a le păstra în arhiva personală „pentru utilizare ulterioară"...

aproape de adevăr şi de a fi onest în relaţia cu cititorul său. Dacă la începutul anilor ’60 ai secolului trecut majoritatea cercetătorilor era preocupată, în primul rând, de aspectul teoretic al genului în cauză, după anii ’70, în special după 1985, adică după declanşarea politicii gorbacioviste de *perestroyka* şi de *glasnost*, dezbaterile, eforturile s-au axat pe probleme legate de perspectivele şi arta publicisticii, pe modul şi căile de eficientizare a discursului publicistic. Vom aminti doar de câteva cărţi, care însumează, de fapt, partea cea mai valoroasă a publicisticii artistice moldoveneşti din acea perioadă: „Îngănduratele porţi” (1975), „Pâinea” (1976) şi „Dialoguri la marginea oraşului” (1980) de Liviu Damian[8], „Aici şi acum” (1976) de Serafim Saká, „Iscălitura” (1978) de Gheorghe Vodă, „Cercurile trunchiului” (1978) de Pavel Boţu, „Scrisori din casa părintească” (1980) de Gheorghe Malarciuc, „Viaţa cuvântului” (1980) de Ion Vatamanu, „Pe urmele lui Orfeu” (1983) de Nicolae Dabija etc.

În acea perioadă, publicistica mai era considerată un „gen al revoluţiei tehnico-ştiinţifice”. De ce scriitorii apelau tot mai frecvent la acest instrument de comunicare cu cititorul? Poate că cel mai bine a răspuns la această întrebare Ion Constantin Ciobanu, fost preşedinte al Uniunii Scriitorilor din Moldova (1961-1965, 1986-1990), care a menţionat că genul publicistic e „atât de cuprinzător, încât despre el am putea spune: aşa trăim, aşa gândim!”. Iar Vladimir Beşleagă, considerat de unii critici „cel mai important scriitor al sec. XX dintre Prut şi Nistru”, pronunţându-se asupra creaţiei lui Liviu Damian şi apreciind strânsa conlucrare dintre Damian-poetul şi Damian-publicistul, avea să sublinieze că activitatea publicistică constituie o condiţie necesară a activităţii pur literare [5].

Am menţionat deja că cea mai scurtă cale spre literatură ar fi prin jurnalism. Dar viceversa, am abandona oare „farmecul” creaţiei literare ca să „ancorăm”, pentru mai multă vreme în câmpul jurnalismului?

Iată ce scrie, în această ordine de idei, Viorel Mihail, redactor-şef al revistei „Săptămîna”, cu prilejul împlinirii a 25 de ani de la apariţia primului număr al publicaţiei în cauză: „1285 de numere. Peste 2500 de pagini de gazetă, peste 545 de coli de autor. 40 de cărţi de mărimea „Principelui” lui Eugen Barbu, cam asta este mica mea contribuţie la apariţia acestei reviste” [8].

Menţionăm că Viorel Mihail s-a afirmat în debutul său literar prin publicarea unor nuvele şi povestiri apreciate de critica literară, dar cu timpul s-a dedicat doar „scrisului la ziar”. De ce? Iată şi explicaţia pe care o desprindem din acelaşi text: „Nu-i doresc nimănui să scoată în ziua de azi o gazetă pe hârtie în ţara care se numeşte Moldova. Gazetele tipărite pe hârtie nu aduc venit şi se închid pe-un cap. Totuşi, concernele serioase de mass-media le redeschid. Apar cu tiraje mici, dar apar, deoarece informaţia de pe Internet dispare peste un timp, iar colecţiile de gazete rămân, se păstrează în biblioteci zeci, chiar sute de ani”.

[8] Pentru lucrarea „Dialoguri la marginea oraşului” şi pentru cartea de versuri „Maraton” (1977) scriitorul Liviu Damian s-a învrednicit de Premiul de Stat al Republicii Moldova (1984).

În lumina problematicii abordate – relaţia dintre jurnalism şi literatură – este firesc să ne întrebăm, în primul rând noi, cei care reprezentăm şcolile de jurnalism: Care ar fi formula optimă, reieşind din condiţiile actuale, de organizare a învăţământului jurnalistic?

Am trecut printr-o perioadă în care pregătirea cadrelor pentru mass-media se făcea pe un fundament preponderent filologic. Una dintre condiţiile obligatorii la etapa de admitere era susţinerea aşa-numitei „probe de creaţie". Ba mai mult ca atât: pentru a depune actele necesare la facultăţile de jurnalistică, trebuia să prezinţi şi o „Scrisoare de recomandare" eliberată de redacţia unui ziar, post de radio sau televiziune.

Mai târziu, odată cu inaugurarea unor noi filiere formative (comunicare publică, asistenţă informaţională etc.), organizarea învăţământului ziaristic este transferată pe un fundament, calificat la timpul respectiv sociologic, probele de creaţie fiind anulate, ele fiind înlocuite cu nişte testări, de multe ori formale, ale candidaţilor la studii, care trebuiau să dea răspuns la o simplă întrebare: n-a greşit cumva aspirantul/aspiranta la titlul de jurnalist în alegerea viitoarei profesii? Chestionarele se refereau, în principal, la cunoaşterea realităţii politice şi economice, la problemele cu care se confruntă societatea. Perioada de studii a fost redusă de la cinci ani la trei ani. Mai în glumă, mai în serios, unii invocau următoarea situaţie: dacă, pentru a ieşi pe arena circului, ursul poate fi învăţat să meargă cu bicicleta în trei luni, de ce un individ nu poate fi învăţat pe parcursul a trei ani ***să scrie***?!

O dimensiune esenţială în pregătirea jurnaliştilor o constituie, în opinia mea, creativitatea, aspect la care m-am mai referit [4]. Formarea ziariştilor este un traseu marcat de mai multe segmente, dar creativitatea este cel mai valoros dintre ele, este dominanta învăţământului jurnalistic.

Ce înseamnă, de fapt, *creaţie* jurnalistică? Cum poate fi descifrată această noţiune? Pe de o parte, ea atestă activitatea creatoare a individului şi, pe de altă parte, valorile produse de el, care se transformă din fapte ale destinului acestuia, în factori ai culturii. Puţini ar fi dintr-acei care ar pune la îndoială faptul că scrierea, redactarea este o artă, că pentru a realiza un text publicistic trebuie să dispui de aptitudini literare. Adică, în primul rând, să ai capacitatea de a redacta un text, în al doilea rând, să cunoşti şi să stăpâneşti tehnicile genurilor ziaristice şi în al treilea rând, să poţi crea o operă jurnalistică finalizată. Şi evident, să nu uităm şi de măiestria lingvistică a autorului [9].

În ce măsură şi prin ce modalităţi cultivăm noi în procesul de pregătire profesională aptitudinile literare? Fără a aprofunda acest subiect, mă voi limita, în continuare, la unele constatări subiective.

În viziunea mea, la etapa actuală – mă refer la domeniul mediatic – are loc „o schimbare la faţă" a jurnalismului, acesta distanţându-se, tot mai mult, de zona literaturii. „Cititorul nostru n-are timp să se delecteze cu fraze frumoase – ne sugerează managerul unei publicaţii periodice – El trebuie asigurat cu cât mai multe date şi fapte „mobilizatoare", astfel ca să-l orientăm în direcţia necesară". Absolventului nostru,

după ce este angajat într-o redacţie, i se sugerează „să uite” ceea ce l-au învăţat la facultate, urmând ca, pe parcursul a două-trei luni, să treacă „printr-o pregătire specială”, ca să poată promova *politica editorială* a postului respectiv de televiziune. (Ce înseamnă acest lucru, e lesne de înţeles).

Se mai gândeşte cineva la ceea ce numea Quintilian „frumuseţea” stilului? Între două cuvinte, ne îndeamnă celebrul orator latin, care au acelaşi sens şi aceeaşi valoare, preferăm pe cel care sună mai frumos.

Şi tot în acest context, vă întreb şi mă întreb: se mai citează azi în articolele de ziar clasicii literaturii?! Rar de tot. Dar nici specialiştii în domeniu nu prea sunt citaţi. De cele mai multe ori se face referire la nişte texte semnate de aşa-numiţii bloggeri, în mare parte nişte anonimi. (Aş vrea să fiu înţeles corect, nu mă refer la toţi şi nici nu intenţionez să subminez importanţa impactului noilor realităţi digitale asupra evoluţiei industriei mediatice[9] [3]).

Eu cred că aceste aspecte ar trebui să devină o zonă de preocupare a specialiştilor în domeniu.

Referinţe bibliografice:

1. Brînduşa A. Într-o teacă: jurnalismul şi literatura. În: „Revista 22” din 23 octombrie 2018.
2. Coval D. Mesajul slovei publicistice. Chişinău: Cartea Moldovenească, 1978.
3. Creţu I. N, Guzun M., Vasylyk L. Crossmedia: un Ghid pentru studenţii specializărilor de jurnalism. Bonn: Schiller Publishing House, 2015.
4. Guzun M. Relaţiile dintre învăţământul jurnalistic şi presa din spaţiul ex-sovietic: O abordare diacronică. În: Industria media şi învăţământul jurnalistic. Coord. Ilie Rad, Bucureşti: Tritonic, 2014.
5. Guzun M. Publicistica contemporană. În: Tinerimea Moldovei, 1984, 10 octombrie.
6. Monitorul oficial al Republicii Moldova, nr.2, 1995, 12 ianuarie.
7. Moraru V. Publicistica moldovenească contemporană. Chişinău: Ştiinţa, 1983.
8. Viorel M. Pătrar divin cu gust dulce de pelin. În: Săptămîna, 2017, 6 octombrie.
9. Kim M.N. Osnovî tvorceskoy deiatelinosti jurnalista. Sankt-Petersburg: Piter, 2011.
10. Krivitsky A. Kniga v stroyu, ili cito takoe publitsistika. În: Literaturnaya gazeta, 1977, 19 octombrie.
11. Prohorov E. Iskusstvo publitsistiky. Moscova: Sovetskii pisateli, 1984.
12. Korkonosenko S. Journalism theory in Russia: new approaches and academic schools. http://mic.org.ru/18-nomer-2016/577-teoriya-zhurnalistiky-v-rossii-podkhody-i-nauchnye-shkoly

[9] Drept argument ar fi şi faptul că semnatarul acestui articol este unul dintre editorii-coordonatori şi autorii volumului „Crossmedia: un Ghid pentru studenţii specializărilor de jurnalism”/ Editori: Ioana Narcisa Creţu, Mihail Guzun, Ljubov Vasylyk, Schiller Publishing House, Bonn (Germania) – Sibiu (România), 2015.