CZU 004:070
DOI https://doi.org/10.52388/1812-2566.2024.1(100).05

COMUNICAREA IN SPAȚIUL VIRTUAL: ABORDĂRI ACTUALE ȘI INFLUENȚE POLITICE

Victor MORARU
Doctor habilitat în științe politice, membru corespondent al AȘM, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova
e-mail: *vsm.academy2015@outlook.com*
https://orcid.org/0000-0002-0322-6086

Ionel PINTILII
Doctor în științe ale comunicării, Universitatea „Apollonia”, Iași, România
e-mail: *ionelpintilii@yahoo.com*
https://orcid.org/0000-0002-4126-629X

Ascensiunea impresionantă a tehnologiilor informaționale pe parcursul ultimelor decenii și afirmarea spectaculoasă a Internetului au generat o adevărată avalanșă de studii în mediul academic. Scopul articolului rezidă în prezentarea unei panorame a investigațiilor consacrate acțiunii comunicațional-mediatice în spațiul virtual. Dezvoltând accepția Internetului drept cea mai mare arteră pe care circulă informațiile, cercetătorii au prezentat în studiile lor multiplele aspecte ale schimbărilor masive produse de evoluția Internetului (sociologia Internetului, influența internetului asupra dezvoltării societății, oportunitățile cybersferei, audiența jurnalismului digital și alte aspecte ale numeroaselor sale ramificații culturale, sociale și politice). Articolul face referință la un șir de studii în domeniu, examinează principalele direcții ale cercetării academice legate de comunicarea mediată prin computer și ale impactului produs de Internet asupra jurnalismului actual, evidențiază contribuția în clarificarea particularităților comunicării mediatice în spațiul virtual ce le revine diverșilor autori, inclusiv din România și Republica Moldova, dezvăluie modul în care caracteristicile și impactul social al Internetului au fost analizate și argumentate la etapa actuală.

***Cuvinte-cheie**: Internet, media, tehnologii informaționale, societate informațională, jurnalism digital, impactul Internetului asupra societății.*

COMMUNICATION IN VIRTUAL SPACE: CURRENT APPROACHES AND POLITICAL INFLUENCES

The amazing rise of information technologies over the last few decades and the spectacular ascension of the Internet have generated a veritable avalanche of academic studies. The purpose of the article lies in the presentation of a panorama of the investigations devoted to media-communication action in the virtual space. Developing the acceptance of the Internet as the largest artery on which information circulates, the researchers presented in their studies the multiple aspects of the impressive changes produced by the evolution of the Internet (sociology of the Internet, the influence of the Internet on the development of society, the opportunities of the cybersphere, the audience of digital journalism and other aspects of its

many cultural, social and political ramifications). The article refers to a series of studies in the field, examines the main directions of academic research related to computer-mediated communication and the impact produced by the Internet on current journalism, highlights the contribution in clarifying the particularities of media communication in the virtual space of various authors, including from Romania and the Republic of Moldova, reveals how the characteristics and social impact of the Internet have been analyzed and argued at the current stage.

***Keywords**: Internet, media, information technologies, information society, digital journalism, impact of the Internet on the society.*

COMMUNICATION DANS L'ESPACE VIRTUEL: APPROCHES ACTUELLES ET INFLUENCES POLITIQUES

L'essor impressionnant des technologies de l'information au cours des dernières décennies et l'affirmation spectaculaire d'internet ont généré une véritable avalanche d'études dans le milieu universitaire. Le but de l'article est de présenter un panorama des investigations dédiées à l'action communication-média dans l'espace virtuel. Développant l'acceptation d'Internet comme la plus grande artère sur laquelle circule l'information, les chercheurs ont présenté dans leurs études les multiples aspects des changements massifs produits par l'évolution d'Internet (sociologie d'Internet, influence d'Internet sur le développement de la société, les opportunités de la cybersphère, l'audience du journalisme numérique et d'autres aspects de ses nombreuses ramifications culturelles, sociales et politiques). L'article fait référence à une série d'études sur le terrain, examine les principales directions de la recherche universitaire liées à la Communication médiatisée par Ordinateur et l'impact produit par Internet sur le journalisme actuel, souligne la contribution à la clarification des particularités de la communication médiatique dans l'espace virtuel qui appartient à divers auteurs, y compris de Roumanie et de la République de Moldavie, révèle comment les caractéristiques et l'impact social d'Internet ont été analysés et argumentés au stade actuel.

***Mots-clés:** internet, médias, technologies de l'information, société de l'information, journalisme numérique, l'impact d'internet sur la société.*

КОММУНИКАЦИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЛИЯНИЯ

Впечатляющий рост информационных технологий и Интернета за последние десятилетия породили настоящую лавину исследований в академической среде. Цель данной статьи заключается в представлении панорамы исследований, посвященных коммуникативно-медийному действию в виртуальном пространстве. Развивая признание Интернета как крупнейшей артерии, по которой циркулирует информация, исследователи представили в своих исследованиях многочисленные аспекты масштабных изменений, вызванных эволюцией Интернета (социология Интернета, влияние Интернета на развитие общества, возможности киберсферы, аудитория цифровой журналистики и другие аспекты ее многочисленных культурных, социальных и политических разветвлений). В статье говорится также о серии исследований в данной области, рассматриваются основные направления научных исследований, связанных с компьютерной коммуникацией и влиянием Интернета на современную журналистику, подчеркивается вклад в выяснение особенностей медиакоммуникаций в виртуальном пространстве. Это ответственность различных авторов, в том числе из Румынии и Республики Молдова, показывает, как характеристики и социальное воздействие Интернета анализируются и аргументируются на современном этапе.

***Ключевые слова:** Интернет, СМИ, информационные технологии, информационное общество, цифровая журналистика, влияние Интернета на общество.*

Introducere

Internetul, considerat prima comunitate globală, din momentul apariției lui, la sfârșitul anilor șaptezeci ai secolului trecut, după câteva decenii a intrat într-o fază de stabilizare, de valorificare a multiplelor oportunități pe care le oferă pentru dezvoltarea comunicării globale și avansarea mijloacelor de comunicare de masă. Internetul a devenit acum o parte inerentă a vieții societății, afirmându-se ca o nouă și foarte importantă dimensiune a spațiului în care lumea noastră există și se dezvoltă.

Pe de o parte, această dimensiune se materializează în interconectarea de proporții vaste a rețelelor computerizate, iar pe de altă parte, oferă o interacțiune fără precedent a audienței spațiului virtual, contribuind la integrarea milioanelor de oameni în cadrul acestui spațiu informational-comunicațional și axiologic.

Printre caracteristicile semnificative ale Internetului, așa cum atestă experții, pot fi evdențiate următoarele:

1) rapiditatea procesului de căutare, prelucrare și difuzare a informației [1, p. 31];

2) accesul la un volum imens de informație [2, p. 932];

3) afirmarea caracterului interactiv al comunicării, efectuate în timp real [3, p. 24];

4) eliberarea sentimentului de libertate interioară concomitent cu iluzia deschiderii și egalității în procesul comunicării [4, p. 158];

5) posibilitatea interlegăturii tuturor participanților Rețelei globale, cu ignorarea opoziției „centru – periferie" [5, p. 563];

6) caracterul public al participării, cu păstrarea anonimatului [6, p. 134], adică securității personale a actorilor procesului ș. a.

În mod firesc, spațiul comunicațional virtual a devenit obiectul de cercetare a multiplelor discipline științifice – psihologie, filosofie, culturologie, filologie, sociologie, științe politice etc. Explicația acestui fapt vine din realitatea socială: societatea contemporană se află sub presiunea unor fluxuri informaționale extrem de puternice, fapt ce determină o necesitate stringentă a indivizilor nu doar de a cunoaște și de a asimila informația primită, dar și de a o prelucra, analiza și interpreta în mod adecvat. Spațiul virtual exercită o influență imensă asupra gradului de însușire a sistemului de valori împărtășite și priorităților comportamentale ale omului. Raportul Digital, publicat de „Hootsuite et We Are Social" [7], atestă sporirea însemnată a utilizatorilor de media sociale, remarcând cifra de 4,67 miliarde de oameni, cu o sporire procentuală de aproximativ 10 % pe an, timpul acordat navigării în rețele sociale de internauți fiind estimat la 2 ore și 27 minute pe zi.

Amploarea fenomenului este astfel marcată de proporții uriașe („ascensiune spectaculoasă" [4, p. 181]), generând multiple probleme. Tocmai de aceea, studiul problemelor legate de dezvoltarea Internetului, de chestiunile interacțiunii comunicaționale în spațiul virtual și particularitățile acțiunii comunicațional-mediatice în spațiul virtual devine unul prioritar și de o însemnătate deosebită.

Fenomenul Internetului în vizorul cercetărilor actuale

Extinderea de la ARPANET la WWW a determinat că interacțiunea dintre relațiile sociale și inovația tehnologică, cât și aspectele referitoare la revoluția din domeniul tehnologiilor de informare și comunicare, contribuie la dezvoltarea unei noi politici de informare, cea promovată, în primul rând, de mass-media actuală [8].

Se constată mutații în evoluția, datorată Internetului, a mass-mediei tradiționale, sporesc beneficiile de care se bucură mediul virtual, urmare a noilor tehnologii care generează transformări concrete în viața socială și individuală. Se constată că în Era informației, Internetul are aceeași semnificație ca presa tradițională, tipărită, în societatea industrială, însă noile mijloace de comunicare au la origine conceptul *satul global*, atribuit lui M. McLuhan [9], fiind

de fapt un indiciu al fenomenului globalizării. Noua civilizație informațională se bazează pe disponibilitatea şi accesibilitatea universală a informaţiei. Studiile întreprinse în domeniu au concluzionat că media „are nevoie permanentă de fluxuri de informaţii pentru transmiterea constantă de ştiri" [10, p. 133]. Astăzi sunt suficiente analize referitoare la relația dintre convergența tehnologică și noul sistem media alcătuit din platforme precum Facebook, LinkedIN, Twitter, GooglePlus, oferind instrumentele necesare pentru stimularea acțiunii de identitate pe online.

Experții constată că era digitală semnifică modificarea esențială a situației mediei tradiționale prin noile relații ce se stabilesc cu audiența (interactivitate), noul limbaj (multimedia) și recurgerea la oportunitățile hipertextului. Toate aceste caracteristici reprezintă semnele indispensabile ale jurnalismului actual [11]. Practic, toate publicațiile plasate pe site-urile WEB au referințe la surse suplimentare, uneori, audio și video file-uri, ceea ce, în esență, reprezintă hipertextul. Căutarea informației în acest caz este facilitată și oferă utilizatorilor o libertate în procesarea textelor. Noile tehnologii anulează barierele existente altădată în fața lansării producției mediatice pe piața mondială și contribuie potențial la extinderea auditoriului, la diversificarea resurselor mediatice. Mass-media este „omniprezentă și atotștiutoare întrucât creează o nouă realitate – hiperrealitate – alcătuită din conduita oamenilor şi imagini ale mediilor de informare [12, p. 32]. Media devine, astfel, un actor important, care cu multă responsabilitate trebuie să realizeze transparența informației pentru miliarde de locuitori, pentru asigurarea unui acces democratic generalizat. Sursă importantă de informare cu privire la evenimentele, fenomenele și tendințele din societate, media este un mijloc de abordare critică a realității și de aducere pe agenda publică a problemelor reale cu care se confruntă cetăţenii sau grupurile sociale, totodată, este un important instrument de formare a opiniei publice, la orice nivel. „Tot mai mult, însă, se conturează prezența unui alt tip de media, secundat de posiblitățile Internetului de a asigura oportunităţi de excepție în cuprinderea realității" [13, p. 91].

Așa cum menționează cercetătorii, în particular, M. Castells [14, p. 12], în fond, acum tehnologia influențează informația, și nu invers. În al doilea rând, noile tehnologii formează societatea contemporană, pentru că informația reprezintă componenta ei esențială. Și în al treilea rând, contează flexibilitatea atât a socium-ului, cât și a tehnologiilor, care permit distribuirea procesării în diverse contexte și aplicații.

M. Castells, în demersul său de analiză asupra societății actuale, porneşte de la următoarele premise: 1. interacţiunea între relaţiile sociale şi inovaţia tehnologică; 2. importanţa individualităţii, în sensul în care grupurile sociale, prin definirea propriei lor identităţi, modelează instituţiile societăţii; 3. revoluţia din domeniul tehnologiilor de informare şi comunicare a creat o nouă formă de politică, politica de informare, iar politica în societatea de reţea este făcută, în primul rând, de mass-media [15, p. 8]. Apariția și afirmarea noilor media, dezvoltarea platformelor de socializare și a altor modalități și formate de producere și transmitere a informațiilor, precum Facebook, Twitter, iPhone, iPad, Google, „smart TV", etc., asigură în permanență setea de informație, modificând-o substanțial în raport cu cea difuzată de media tradiționale [16, p. 137]. Iar identitățile omului modern se construiesc, astfel, și între reperele oferite de mass-media, în parametrii singurătății cetățeanului actual ce se conturează în universul creat tot de mass-media actuală, și în cele ale solidarității, exprimate pe cale virtuală. Cu participarea masivă a mediei, panorama actuală a lumii într-o măsură tot mai mare se manifestă în forma sa comunicațională (interactivă și marcată de hipertextualizare), fiind construită și interpretată.

Cercetătorii, preocupați de studierea problemelor emergente ce țin de impactul Internetului asupra

jurnalismului și comunicării actuale oferă diverse interpretări ale rolului schimbărilor tehnologice în adoptarea inovaţiilor. De exemplu, John Pavlik se concentrează asupra modului în care tehnologia influențează jurnalismul și afirmă că jurnalismul a fost întotdeauna modelat de tehnologie" [17, p. 229], deoarece „pentru jurnalism, funcția a urmat adesea forma" [18, p. 203]. Totuși, tot mai evident este consensul în respingerea explicațiilor deterministe, propunând în schimb atenția față de inovații conceptuale. Astfel, într-o analiză a felului în care s-a schimbat jurnalismul în mediul digital, Mark Deuze [19, p. 110] accentuează: „Tehnologia nu este un factor independent care influențează jurnalismul din exterior, ea trebuie privită în termeni de implementare și modalitățile în care aceasta extinde și amplifică modurile anterioare de a face lucrurile". Interacțiunea dintre tehnologia și manifestările ei este ilustrată de mai multe studii care arată că „variațiile în structurile organizaționale, practicile de lucru și reprezentările utilizatorilor sunt legate de modurile diferitele în care lucrătorii din redacții adoptă aceste tehnologii" [20, p. 198]. Oamenii de știință examinează, de asemenea, consecințele inovației pentru industria media și societatea în general.

Ascensiunea irezistibilă a Internetului provoacă, prin transformările la scara întregii societăți umane, nu doar progres benefic în plan tehnologic, în economie, în sfera comunicării, în viața publică şi cea privată a utilizatorilor, ci şi o serie de manifestări negative ale căror consecințe la nivel global nu sunt suficient elucidate [21]. În acest context apar lucrări, subiectele cărora se axează pe căutarea răspunsurilor la multiplele semne de întrebare ce derivă din transformările în sfera mediatică [22]. Transformările vizează nu doar content-ul, dar și audiența mediei din spațiul virtual. Cercetătorul olandez Mark Deuze a remarcat faptul că noile media sfidează unul din miturile fundamentale ale jurnalismului, și anume că „jurnaliștii determină ce va vedea, asculta și citi publicul" [23, p. 146]. Se schimbă și modul de consum al produselor mediatice, audiența își asumă calitatea de „user": cititorul, telespectatorul, radioascultătorul devine activ, el vrea nu doar să aleagă programul pe care-l va urmări, dar și să interacționeze, să influențeze, să participe la procesul de producere a produsului media. În al doilea rând, utilizatorul adoptă acțiunea „multitasking" (multifuncționalitate), fiind capabil să obțină simultan informația din mai multe surse, să reacționeze la ea, să comunice propriul punct de vedere.

Cercetătorii discută despre afirmarea logicii coeditării, prin intermediul căreia jurnalistul se va putea autodefini ca un reprezentant al opiniei publice, asumându-şi rolul de interpelare a decidenţilor; să devină un mediator, dar unul implicat în evaluarea evenimentelor şi a responsabilităților.

Fenomene specifice jurnalismului actual precum tabloidizarea, personalizarea presei, cât și dezvoltarea accelerată a noilor tehnologii de comunicare, au condiționat schimbarea cerințelor publicului, a capacităților și posibilităților sale de receptare a produsului mediatic. Noua audiență a mediei, și este evident că este preponderent o nouă audiență, „cu propriile reprezentări, caracteristici, cerințe" [24] formează în prezent o panoramă informațională construită pe plan mai mult individual, personalizată, independent de agenda, dictată de media tradiționale.

În acest sens, Internetul este principala soluție la problemele apărute în rezultatul acestor tendințe, prin capacitatea sa de a răspunde mai diversificat intereselor specifice, de a modifica procesul de comunicare mediatică. Presa online, site-urile cu destinaţii diverse, blogurile etc., contribuie, toate, la diminuarea a ceea ce se consideră a fi media tradiţională. Publicul nu mai este un monolit, iar din această cauză nici presa nu mai poate găsi decât foarte rar subiecte care să-l reunească.

Internetul a devenit cea mai mare arteră pe care circulă informaţiile şi cei mai importanţi beneficiari

ai acestei facilităţi sunt, desigur, agenţiile de ştiri, instutuţiile mediatice și, bineînțeles, publicul și cumulează la ora actuală toate posibilitățile de transmitere şi distribuţie a ştirilor, integrând televiziuni, canale de radio, presa scrisă, într-un tot unitar oferind beneficiarului posibilitatea de selectare a subiectelor despre care se va informa. În plus, informațiile sunt foarte diversificate: text, video, audio, foto, sporind posibilitatea de percepție a materialui jurnalistic.

Se constată că opiniile formulate pe forul publicaţiilor sau ca răspuns la ediția electronică merită a fi luate în seamă, îndeosebi daca ținem cont de faptul că acesa este unul dintre cele mai rapide feedbackuri pe care-l primește emițătorul și care constituie expresia punctului de vedere exprimat de publicul din mediul online. Deseori, jurnaliştii neexperimentaţi evită referința la aceste mesaje, îndeosebi când acestea sunt violente, şochează prin limbaj şi deprimă. În noile condiții, oricum, rămân valabile preceptele consacrate ale activității jurnalistice. În prezent, se poate de afirmat că tehnicile media stabilesc modul de utilizare a mijloacelor de informare în vederea atingerii obiectivelor generale şi specifice în scopul de a informa/influenţa cu efecte în direcţia dorită [25].

Sunt discutate chestiuni ca evadarea mass-mediei în spațiul virtual sau masivul proces de convergență a mediei, precum și diverse aspecte, generate, la fel, de sosirea Erei digitale. Totodată, experiența acumulată relevă necesitatea ca media tradițională să-și redefinească legitimitatea, deoarece se consideră că s-a cedat foarte mult în fața platformelor mediatice digitale, cum ar fi: Yahoo, Facebook, Instagram, Twitter, Messenger, Skype, Google Talk, Trillian, Meebo, Youtube, Snapchat, LinkedIn, etc.

Considerăm o preocupare bine motivată faptul cuprinderii în lucrările editate a unor studii şi articole care pun în evidenţă relaţia dintre naţional şi internaţional în domeniul presei, al publicisticii şi mai ales necesitatea extinderii comunicării internaţionale în condiţiile dezvolării societății globale și apariției noilor forme de jurnalism. Cufundarea în universul studiilor consacrate internetului și mediei actuale demonstrează conștientizarea faptului că cercetătorii se află în fața multiplelor probleme ale afirmării comunicării în spațiul virtual, de unde vine și convingerea că trebuie dezvoltată o abordare integrativă care să ia în considerare diferitele forme de comunicare media în relevanța lor pentru articularea culturilor și societăților actuale.

Tocmai în direcția elucidării aspectelor complexe legate de dezvoltarea Internetului și a noilor media sunt concentrate eforturile cercetătorilor, practic, de pe toate meridianele globului [26]. În conformitate cu investigațiile cercetătorilor, procesele ce au loc în societate influențează mijloacele de comunicare de masă și le transformă.

Se înregistrează aici și tendințe optimiste (Internetul fiind văzut ca o „forță pozitivă pentru schimbare care poate reformula interacțiunile dintre cetățeni, aleșii și presă [27, pp. 6-7], „Web-ul oferă tuturor o modalitate de a se implică activ în procesul electoral; dă voce celor care anterior erau doar consumatori pasivi” [28, p. 196]). Se manifestă din plin și tendințe alarmiste. Specialiştii în domeniul mass-media constată faptul că omenirea începe să devină neliniştită din cauza supradozei de informaţii, şi nu mai face faţă fluxului mare de mesaje din mediul online. În multe lucrări se analizează efectele generate de utilizarea Internetului asupra comportamentului uman şi se evidenţiază pe lângă avantaje de comunicare, riscurile pe care noile tehnologii informatice le aduc, privind proprietatea şi libertatea indivizilor, o pondere aparte în acest context obţin studiile ce reflectă influența Internetului asupra calității democrației.

Vizavi de noile media, aflate între paradigma analogică şi paradigma digitală, în contextul impactului resimţit de media clasică faţă de versiunile online şi deficitul de management media pe Internet, se atestă

până și constatări de genul „situaţia jurnaliştilor de astăzi în România? e vai de ei!” [29, p. 248].

În albia interpretării problematice este analizată chestiunea controlului democratic al inovației tehnologice: potențialul său de schimbare socială subversivă. În orice caz, devine clar că Internetul și media, de rând cu aspirația spre democratizarea comunicării, condiționată de interactivitate, dispun, în același timp, de un înalt potențial de manipulativitate. Se constată că, în lumea contemporană, caracterizată de un nivel global de interdependență, capacitatea de a influența fluxurile informaționale și mesajele mediei se transformă într-un instrument important de stabilire a agendei politice. În orice caz, devine tot mai pronunțat faptul că evoluția explozivă a Internetului, exprimată în cifre de-a dreptul „uluitoare”, determină necesitatea unei abordări pertinente a problemelor emergente în acest context.

Dacă ar fi să ne referim la reprezentanții comunității științifice din România, ar trebui să menționăm lucrările consistente, semnate de Dorina Guțu, Antonio Momoc, Tasențe Tănase Marian Petcu, Camelia Beciu, Constantin Șchifirneț, Mihai Milca, Alexandru Ulmanu-Brăduț, Bogdan Oprea, ș. a.

Cât privește examinarea problematicii Internetului de cercetătorii din Republica Moldova, vom semnala contribuția comunității științifice moldovenești la clarificarea anumitor probleme legate de valorificarea spațiului virtual, constatând, mai întâi de toate rolul semnificativ în acest proces al colaboratorilor Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

În mod firesc, problemele utilizării tehnologiilor informaționale în activitatea mass-mediei s-au aflat în vizorul prof. Georgeta Stepanov, autoare a câtorva studii importante în domeniu. De reținut din ele un șir de constatări argumentate, vizând starea actuală a mediei, ca: „modelul editorial al presei tradiționale a suportat modificări conceptuale și funcționale care au impus noi standarde de activitate jurnalistică” sau „efectele tehnologiei asupra presei scrise au fost puternice, de lungă durată și ireversibile, întrucât au schimbat pentru totdeauna activitatea de creație și producție jurnalistică, precum și formele de manifestare a producției. Metamorfoza rezultată din procesele tehnologice a influențat atât principiile de activitate, cât și relațiile pe care presa tipărită le stabilește în mod tradițional cu celelalte elemente ale sistemului mass-media” [30, p. 36]. Revigorarea mijloacelor de comunicare în masă și dezvoltarea Internetului au contribuit, astfel, „la evoluția jurnalismului clasic și la tendința lui de migrare în mediul online, într-o formă nouă, readaptată la cerințele industriei mediatice din prezent” [31, p. 143].

Prof. Constantin Marin, în recenta sa monografie „Mass-media în postcomunism”, dar și în lucrarea „Comunicarea internațională”, dezvăluind în detalii itinerarul parcurs de media autohtonă, a remarcat: „Remodelarea mediilor tradiționale s-a produs, pe de o parte, prin lansarea versiunilor lor electronice, adaptate la rigorile și avantajele internetului, iar pe de alta – în conceperea unor medii noi (*new media*) care au integrat cuvântul scris, sunetul și imaginea în coordonatele „gramaticii digitale”. Reperele acestei gramatici sunt: 1) conectivitatea (acces potențial nelimitat la informații grație dezvoltării sistemului); 2) hipertextul (acces imediat, la nivel mondial, la toate componentele unui subiect în legătură cu cel conex sau de referință); 3) interactivitatea (retroacțiunea la informația furnizată). Drept urmare, apare ... modalitatea participativă de transmitere a informației proprii mediilor sociale de pe web” [32, p. 204].

De menționat că proliferarea Internetului, în viziunea cercetătorilor din Republica Moldova, poate genera nu doar satisfacții profesionale, dar este, totodată, și generatoare a anumitor îngrijorări vis-á-vis de destinul presei tipărite, determinând, cum se arată într-o referință, situația „Good bye to the age of newspapers”. Cuvintele la care se referă autoarea,

cercetătoarea Victoria Bulicanu, constată, în contextul dat: „Era digitală, în acest sens, a contribuit profund la revizuirea metodelor şi tehnicilor de furnizare a informaţiei de ziar, într-o competiţie absolut inechitabilă cu noile tehnologii informaţionale. Specialiştii americani susţin că înainte de a fi lovită de recesiune, industria ziarelor a început să se confrunte cu o ameninţare mortală din partea Internet*ului*, care a diminuat semnificativ tirajele, veniturile din publicitate şi numărul de cititori, care s-au dezobişnuit să mai procure în fiecare dimineaţă ziarele de la chioşcul din apropiere. Situaţia din presa scrisă americană se certifică şi prin reducerea cu 50% a staff-urilor editoriale ale celor mai citite publicaţii din ţară. Acestea au fost nevoite să găsească soluţii de supravieţuire, bazându-se, în primul rând pe numele sonore, devenite brand-uri celebre pe parcursul a sute de ani şi să identifice căi de promovare prin intermediul reţelei globale, în speranţa de a atrage noi surse financiare, datorită titlurilor lor, dar şi din publicitatea on-line” [33, p. 306].

Preocuparea pentru precizarea căii de dezvoltare actuală a mediei caracterizează o serie întreagă de articole, semnate de cercetătoarea Mariana Tacu [34]. Autoarea accentuează în studiile întreprinse aspecte esențiale ale metamorfozelor care provin din interacțiunea / confruntarea mediilor tradiționale cu noile posibilități, determinate de ascensiunea digitală: „Evoluția fără precedent a World Wide Web a dus inevitabil la digitizarea informațiilor, un proces continuu, bazat pe acțiuni exacte, inter dimensionale... De aceea, transfigurarea digitală a mass-media, reprezentată ca proces activ, se concentrează pe formele de integrare a textelor, sunetelor, imaginilor de toate tipurile într-un singur mediu - (produs media integrat și/sau multimedia)… Diversitatea conținuturilor și libertatea de acțiune oferită de spațiul virtual contribuie la inițierea unui proces de transformare a oamenilor, care din simpli utilizatori devin comunicatori capabili să genereze și să distribuie fluxuri de informații, care au ca scop stabilirea unui nivel superior de interactivitate… Spațiul virtual a oferit instituțiilor media noi posibilități de interacțiune cu publicul, schimbând modalitățile de informare, distribuire a informațiilor, imaginilor, dar și recepționarea unui feedback imediat și evidențiază rolul tehnologiilor noi în procesul de schimbare la față a mass-mediei: „Noile tehnologii au transformat modul în care se practică jurnalismul. Astăzi se tinde către un jurnalist universal multitascking, capabil să redacteze un text, să fotografieze, să prelucreze imagini, să filmeze și să realizeze montaje pentru web, în sens restrâns, să creeze produse media integrate. Acest tip de produs media elimină barierele ce delimitau în trecut mijloacele de informare în masă prin intermediul unor caracteristici și particularități: presa scrisă – text; radio – sunet; televiziune – imagine video. Astfel, mijloacele de informare în masă, indiferent de specificul acestora în parametri clasici, odată transpuse în spațiul virtual dispun de aceleași instrumente de creare și difuzare a informațiilor în diverse forme, destinate diverselor categorii de public, care, la rândul său, poate deveni membru neoficial al echipei redacționale” [35, p. 48]. Pe același făgaș de explicare a unor consecințe pentru media, provenite din utilizarea intensă a Internetului, se plasează o serie de studii valoroase în care au fost elucidate unele particularități ale fenomenului Internetului în aplicare la practica jurnalistică.

Concluzii

Pornind de la ideea că tot mai mult se conturează prezența unui nou tip de media, secundat de posiblitățile Internetului de a asigura oportunități de excepție în cuprinderea realității, constatăm că acest lucru generează necesitatea studierii atente a elementelor noului, care vin să îmbogățească peisajul mediatic, transformând însăși concepția despre rolul și locul mediei în societatea contemporană. Schimbările substanţiale şi bruşte, survenite ca urmare a

evoluţiei tehnicii Erei digitale şi-au lăsat amprenta asupra formatului în care informaţia ajunge la consumator (noul consumator media şi-a dezvoltat noi abilităţi şi competenţe în receptarea şi prelucrarea informaţiei: ştie să utilizeze mediile tradiţionale: ziarele, radioul, televiziunea și să le raporteze la produsul new media).

De remarcat, că în mai multe din lucrările menționate interesul cercetătorilor a fost orientat – plenar sau tangential - spre anumite aspecte ale problematicii mediei online, și acest fapt sugerează oportunitatea realizării unui studiu special, ce ar conține o viziune integratoare vizând impactul Internetului asupra comunicării mediatice contemporane, asupra particularităților dezvoltării jurnalismului contemporan în condițiile sociale și tehnologice noi.

Referințe bibliografice

1. RAMONET, Ignacio. *Tirania comunicării.* București: Editura Doina, 2002, 160 p. - ISBN 973-9193-40-4.

2. ODLYZKO, Andrew. The Volume and Value of Information. In: *International Journal of Communication,* 2012, Vol. 6, Nr. 1, pp. 920–935. - ISSN 1932–8036.

3. BURGER, Marcel, Thornborrow, Joanna, Fitzgerald, Richard (Coord.). Discours des réseaux sociaux: enjeux publics, politiques et médiatiques / Collection „Culture & Communication". Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur, 2017. 272 p. - ISBN 978-2807306028.

4. CURRAN, James, FENTON, Natalie, FREEDMAN, Des. *Misunderstanding the Internet.* - New York: Routledge, 2012. 194 p. - ISBN 978-0-415-57956-8

5. BARNETT, George A., PARK, Han Woo. Examining the international internet using multiple measures: new methods for measuring the communication base of globalized cyberspace. In: *Qual Quant. International Journal of Methodology,* 2014, Vol. 48, Issue 1, pp. 563–575. - ISSN 1893–1910.

6. SAUNDERS, Benjamin, KITZINGER, Jenny, KITZINGER, Celia. Participant Anonymity in the Internet Age: From Theory to Practice. In: *Qualitative Research in Psychology,* 2015, Vol. 12, Issue 2, pp. 125-137. – ISSN 1478-0887.

7. Infolettre UPF N°97 - Fevrier 2022.

8. CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Volume 1: The Rise of the Network Society. 2nd edition Oxford: Wiley Blackwell, 2010 (Prima ediție: 1996). 594 p. - ISBN 978-1-4051-9686-4.

9. McLUHAN, Marshall. *The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects.* London: Penguin 2008 (Prima ediție: 1967). 160 p. – ISBN 978-0141035826.

10. PERU-BĂLAN, Aurelia, BAHNEANU, Vitalina. Războiul informațional, propaganda, fake-news: controlul asupra percepției publice. In: *Moldoscopie*, 2018, N 1 (80), pp. 128-149. – ISSN 1812-2566.

11. KAUL, Vineet. The Changing World of Media and Communication. In: *Journal of Mass Communication and Journalism,* 2012, Vol. 2, Issue 6, pp. 1-5. - ISSN 2165-7912.

12. SCHIFIRNEȚ, Constantin. *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în Era Internetului.* București: Editura Tritonic, 2014. 355 p. – ISBN 978-606-8571-50-8.

13. PINTILII, Ionel. Comunitatea globală și noile forme de comunicare. In: *Creativitatea în jurnalism*. Vol. 3. Chişinău: CEP USM, 2020, pp. 91-99. - ISBN 978-9975-152-31-0.

14. CASTELLS, Manuel. The interaction between information and communication technologies and the network society: a process of historical change. In: *Coneixement i Societat. Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*, 2003, Nr. 1, pp. 8-21. - ISSN 1696-7380.

15. CASTELLS, Manuel. *The Information Age. Economy, Society, and Culture*. Vol. 2. The power of identity (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. 538 p. – ISBN 978-1-4051-9687-1.

16. PINTILII, Ionel. The metamorphoses of the perception of journalism under the influence of the Internet. In: *Философия и вызовы современности: к 90-летию Института философии НАН Беларуси*: материалы Междунар. науч. конф. (15–16 апреля 2021 г., г. Минск). В 3 т. Т. 2 / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск: Четыре четверти, 2021, pp. 137-138. - ISBN 978-985-581-489-5.

17. PAVLIK, John V. The Impact of Technology on Journalism. In: *Journalism studies,* 2000, Vol. 1, Issue 2, pp. 229-237. – ISSN 1461-670X.

18. PAVLIK, John V. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001. 272 p. - ISBN 978-0-231-11483-7.

19. DEUZE, Mark. The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture. In: *Observatorio* (OBS) Journal, 2008, N 7, pp. 103-117. - ISSN 1646-5954.

20. BOCZKOWSKI, Pablo J. The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms. In: *Journal of Communication,* 2004, Vol. 54, Issue 2, pp. 197-213. – ISSN 1460-2466.

21. LAGERKVIST, Johan. *After the Internet, Before Democracy: Competing Norms in Chinese Media and Society*. New York: Peter Lang, 2008. 325 p. – ISBN 9783034304351.

22. BRODY, E. V. *Communication tomorrow: new audiences, new technologies, new media*. New York: Praeger Publishers, 1990. 298 p. – ISBN 0-275-93281-8.

23. DEUZE, Mark. What is Multimedia Journalism? In: *Journalism Studies,* 2004, Vol. 5, N 2, pp. 139–152. - ISSN 1461-670X.

24. NAPOLI, Philip M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences.* New York: Columbia University Press, 2011. 272 p. – ISBN 978-0231150354.

25. TACU, Mariana. Tehnici mediatice de reflectare și practici metodologice de interpretare a realității social-politice. În: Victor Moraru. *Europenizarea: fațetele procesului.* Chișinău: IIESP, 2013, pp. 215-224. – ISBN 978-9975-57-064-0.

26. McQUAIL, Denis, WUINDAHL, Sven. *Communication Models for the Study of Mass Communications*. 2nd Edition. London: Routledge. 2015. 238 p. – ISBN 9781138146167.

27. BLUMLER, Jay G., GUREVITCH, Michael. The new media and our political communication discontents: democratizing cyberspace. In: *Information, Communication & Society,* 2001, Vol. 4, Issue 1, pp. 1-13. - ISSN 1369-118X.

28. ELSIHAR-MALKA, Vered, ARIEL, Yaron, Weimann, Gabriel. Rethinking political communication in the digital sphere. In: *The Journal of International Communication*, 2020, Vol. 26, Issue 2, pp. 190-210. - ISSN: 1321-6597.

29. PINTILII, Ionel. Presa tipărită, presa on-line? In: *Intertext,* 2014, N 3-4, pp. 246-250. – ISSN 1857-3711.

30. STEPANOV, Georgeta. The positive impact of modern information technologies on journalistic production. The case of written press. În: *International Journal of Communication Research*, 2019, Vol. 9, Issue 1, pp. 32-37. – ISSN 2246-9265.

31. MORARU, Victor, PINTILII, Ionel. Jurnalismul contemporan între formatul tradițional și imperativul schimbării. În: *Moldoscopie,* 2021, nr. 1 (92), pp. 134-147. - ISSN 1812-2566.

32. MARIN, Constantin. *Mass-media în postcomunism.* Chișinău: CEP USM, 2021. 344 p. – ISBN 978-9975-158-75-6.

33. BULICANU, Victoria. Europenizarea presei moldovenești din perspectiva tehnologiilor informaționale utilizate. În: *Intertext.* Ediție specială, 2016, pp. 300-304. – ISSN 1857-3711.

34. TACU, Mariana. Technological progress: generator of changes in the media field. În: *Studia Universitatis Moldaviae*, 2021, N 12 (158), pp. 9-13. - ISSN 1814-3199

35. TACU, Mariana. New Media: cunoaștere, creativitate și multitasking. In: *Creativitatea în jurnalism.* Chișinău: CEP USM, 2018, pp. 47-54. – ISBN 978-9975-142-34.