COMPETENȚELE TEHNOLOGICE ALE JURNALISTULUI DIGITAL

TECHNOLOGICAL COMPETENCES OF THE DIGITAL JOURNALIST

CZU: 070.422:004 **https://doi.org/10.59295/spd2024s.12**

Ilinca FIODOROV,
ORCID: 0009-0001-5697-9006
e-mail: iifiodorov@gmail.com
Universitatea de Stat din Moldova

Summary. *In the context of the digitalization of the contemporary media environment, journalists must possess technological skills alongside traditional writing and research abilities. These skills include using digital tools for editing and publishing multimedia content, understanding SEO for optimizing online visibility, and having capabilities in measuring and analyzing web audiences. Journalists need to be prepared for adaptability to rapid industry changes, including new forms of content distribution and interaction with sources and the online audience.*

Keywords: *technological skills, digitization, journalism, mass media*
Cuvinte-cheie: *competențe tehnologice, digitalizare, jurnalism, mass-media.*

INTRODUCERE

Odată cu digitalizarea spațiului mediatic contemporan, pe lângă competențele tradiționale, cum ar fi abilitățile de redactare și cercetare, jurnaliștii sunt impuși să dobândească competențe tehnologice. Aceste competențe includ atât cunoașterea și aplicarea eficientă a instrumentelor și resurselor tehnologice necesare pentru îndeplinirea sarcinilor de lucru, cât și o înțelegere profundă a tehnologiilor digitale esențiale pentru măsurarea audienței, identificarea algoritmilor de căutare, optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO). În plus, este esențială familiarizarea cu noțiuni de securitate cibernetică și protecția datelor, având în vedere importanța confidențialității și integrității informațiilor în mediul digital. Această adaptabilitate este necesară nu doar pentru a rămâne relevanți, ci și pentru a gestiona și a proteja informațiile și sursele în era digitală.

Cercetătoarea Georgeta Stepanov, în lucrarea Bazele jurnalismului, afirmă că „introducerea noilor tehnologii ale informaţiei şi comunicării în sectorul mediatic a afectat serios activitățile și practicile operaționale tradiționale din acest domeniu, atât la nivelul conţinutului, cât şi al procesului [1, p. 39]. Ea susține că „profilul competenţelor pe care trebuie să le demonstreze tehnicienii din mass-media se schimbă într-un ritm din ce în ce mai rapid, datorită noului context determinat de utilizarea tehnologiilor informaţiei şi comunicării” [1, p. 39]. În acest context, nu doar echipamentele și tehnologiile utilizate s-au schimbat, ci și abilitățile și competențele necesare personalului din mass-media. De exemplu, jurnalismul digital impune cunoștințe solide de

SEO (optimizare pentru motoarele de căutare), abilități de utilizare a platformelor de social media, capacitatea de a analiza date și de a utiliza software-uri de editare foto și video. Mai mult decât atât, ritmul de schimbare al tehnologiilor impune o adaptare continuă și un proces de învățare permanent pentru profesioniștii din media. Cercetătoarea Maria Gugulan este de părere că jurnaliștii moderni trebuie să aibă competențe extinse și să fie flexibili în utilizarea diferitelor tehnologii. În lucrarea sa „Competențe și abilități profesionale ale angajaților instituțiilor media de tip convergent” subliniază că aceștia „trebuie să poată mânui și un aparat de fotografiat, și unul de filmat, să cunoască tehnicile de editare și difuzare, dar în același timp să-și facă meseria în fața camerelor de luat vederi” [2, p. 149].

Înainte de a trece în revistă competențele tehnologice necesare jurnalistului digital, este important să subliniem schimbările din industria media. Cercetătoarea Amandine Degand a realizat o cercetare aplicativă în 11 redacții de știri din Belgia, rezultatele căreia au demonstrat existența a patru factori cheie – surse ale transformării discursului mediatic, și anume: diversificarea platformelor și formelor de diseminare a informației, dispariția termenelor limită, interacțiunea cu sursele și interacțiunea cu publicul.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Diversificarea platformelor și formelor de diseminare a informației. Această tranziție implică sarcini adiționale precum transmiterea informațiilor brute prin SMS sau alertarea altor media în cazul unor știri de ultimă oră. De asemenea, apare necesitatea de a gestiona noi provocări, cum ar fi identificarea canalului optim pentru valorificarea unui material exclusiv. Pe termen lung, participanții la studiu anticipau o diversificare a competențelor jurnaliștilor, inclusiv abilități în producția de conținut multimedia, de la fotografii la animații flash. În prezent, jurnaliștii digitali sunt încurajați să exploreze noile forme de narare oferite de media digitală, argumentând că uneori o animație bine realizată poate transmite mai eficient mesajul decât un text lung.

Dispariția termenelor limită. Mediul online a accelerat ritmul de producție și de transmitere a produselor jurnalistice, ceea ce a intensificat competiția între instituțiile media. Această schimbare afectează practicile operaționale tradiționale, reducând timpul jurnaliștilor necesar pentru evaluarea valorilor evenimentelor, pentru verificarea și încrucișarea informațiilor sau pentru argumentarea opiniilor. Jurnaliștii aproape că nu mai dispun de timp pentru reflecție, comparație, analiză etc., activitățile lor curente reducându-se, grosso modo, la sarcini mai tehnice și urgente. Jurnaliști tradiționali se arată îngrijorați de schimbările respective, întrucât, în opinia lor, din cauza acestora, se produce banalizarea profesiei de jurnalist, atât sub aspectul proceselor, cât și al produselor realizate. Ca urmate, jurnaliștii sunt tot mai puțin văzuți ca intelectuali sau gânditori critici, pentru că, în cadrul redacțiilor moderne, activitățile lor din ce în ce mai des se reduc la cele de rutină, de colectare și organizarea editorială a informației sau de organizare și administrare a proceselor de distribuire a produselor realizate.

Interacțiunea cu sursele. Accesul extins la informații online a virtualizat sursele, permițând jurnaliștilor să identifice mai multe resurse de a se documenta. Motoarele de căutare și rețelele sociale permit jurnaliștilor să găsească mai ușor persoanele relevante pentru a oferi informații sau puncte de vedere. O dată identificate, sursele pot fi contactate și intervievate online, prin email, mesagerie sau chiar video-conferință. Acest lucru economisește timp și bani, permițând jurnaliștilor să interacționeze cu surse din orice colț al lumii. Internetul oferă acces la o multitudine de informații și date care pot fi folosite pentru a verifica și valida declarațiile surselor. Jurnaliștii pot consulta documente oficiale, baze de date, arhive online. Extinderea accesului la surse, în pofida faptului că a oferit noi oportunități de organizare a actului jurnalistic, a adus cu sine și o serie de provocări legate, în primul rând, de imposibilitatea accesării, din lipsă de timp, a tuturor surselor disponibile, iar, în al doilea rând, – de dificultatea verificării credibilității acestor surse online. De asemenea, există îngrijorarea că mediile de comunicare nu vor mai fi singurul loc esențial pentru accesarea informațiilor, iar rolul tradițional de mediere al jurnaliștilor ar putea fi diminuat în viitor.

Interacțiunea cu publicul. Consumatorii au acum capacitatea de a personaliza și selecta informațiile accesate online conform preferințelor individuale. Astfel, jurnaliștii utilizează software-uri de analiză a audienței pentru a înțelege comportamentele consumatorilor. Totodată, relația cu publicul este transformată de expansiunea platformelor participative, cum ar fi secțiunile de comentarii, unde pot adresa întrebări jurnaliștilor și uneori chiar contribuie la generarea conținutului media. Această schimbare aduce riscuri, cum ar fi publicarea de conținuturi doar pentru a atrage vizualizări mari, în detrimentul calității sau veridicității informațiilor [3, p. 134-136].

Cercetătorul Mihai Coman este de părere că definirea granițelor domeniului jurnalismului este încă în desfășurare din trei motive:

1. Apariția și dezvoltarea noilor tehnologii au generat noi medii, produse de presă și roluri profesionale.
2. Exigențele publicului au diversificat mesajele, axate pe informare, divertisment și documentare, extinzând sfera de acțiune.
3. Jurnaliștii au menținut accesibilă profesia pentru persoane cu diverse pregătiri academice și non-academice, contribuind la o mare varietate de tipuri umane și profesionale în jurnalism [4, p. 252].

Astfel, pentru a putea continua să profeseze în acest mediu din ce în ce mai competitiv, jurnaliștii trebuie să fie flexibili și să adopte în mod constant noi abilități și cunoștințe.

Competențele tehnologice pe care trebuie să le dețină un jurnalist contemporan, grosso modo, pot fi grupate în două categorii distincte: competențe care au evoluat de la practicile tradiționale și competențe tehnologice noi, esențiale în contextul digitalizării spațiului mediatic contemporan.

Competențele care au evoluat din practicile tradiționale reprezintă acel set esențial de abilități și cunoștințe care sunt aplicate în cadrul metodelor clasice de muncă și care

au suferit adaptări semnificative de-a lungul timpului pentru a răspunde nevoilor și provocărilor contemporane. Printre acestea evidențiem:

Colectarea informațiilor. Activitatea jurnaliștilor de informare se bazează pe trei metode principale: documentarea, observarea și intervievarea. Aceste metode au suferit schimbări în contextul online, unde accesul la informații și interacțiunea cu publicul sunt mai facile și mai rapide. Cercetătoarea Mariana Tacu subliniază că „în mediul online, fiecare politician, partid politic are câteva pagini oficiale pe rețelele sociale, dar si un site sau blog. Aceste platforme digitale sunt percepute drept surse de informare de încredere și directe, iar informația prezentată, de cele mai multe ori, nu necesită o verificare suplimentară” [5, p. 18-22]. Suntem parțial de acord cu această informație, întrucât jurnalistul digital trebuie să posede competențe tehnologice de verificare a credibilității informației, a sursei de unde provine și să interpreteze corect mesajul. Deși astăzi jurnaliștii trebuie să cunoască modul de funcționalitate al motoarelor de căutare și al bazelor de date online, principiile de bază ale actului jurnalistic sunt aceleași.

Redactarea materialelor jurnalistice. Este un proces complex și esențial pentru transmiterea corectă și clară a informațiilor către public. Două aspecte fundamentale în acest proces sunt dactilografierea și scrierea logică și corect din punct de vedere lexico-gramatical. Acestea contribuie la calitatea, precizia și accesibilitatea conținutului jurnalistic. În redacțiile moderne, mașinile de scris au fost înlocuite de calculatoare, fapt pentru care jurnaliștii trebuie să fie capabili să tasteze rapid, deoarece computerele au devenit instrumentele lor principale. Cercetătorul Mihai Coman evidenția că „este recomandabil ca jurnaliștii să cunoască metoda oarbă, care permite dactilografierea rapidă, cu toate degetele mâinii, fără contactul vizual cu claviatura” [6, p. 45]. Jurnaliștii lucrează adesea în condiții variate și uneori neprietenoase, cum ar fi conferințe de presă aglomerate, condiții de iluminare slabă sau chiar pe teren în locații externe. Însușirea tehnicii le permite să fie mai adaptați la astfel de medii, fără să depindă de vizibilitatea clară a tastaturii. Acest lucru îi face mai versatili să gestioneze situațiile de urgență sau cele de importanță socială, asigurându-se că pot raporta evenimentele în timp real. Un material jurnalistic bine dactilografiat va respecta regulile de spațiere, aliniere și utilizare a fonturilor, facilitând astfel o lectură lejeră. Cu toate acestea, abilitatea de a redacta texte concise și corecte din punct de vedere lexico-gramatical rămâne esențială pentru jurnalist, indiferent de platforma pe care este publicat conținutul. Un text jurnalistic trebuie să fie accesibil unui public larg, indiferent de nivelul de expertiză al acestuia. Redactarea materialelor nu poate fi eficientă fără o atenție deosebită acordată scrierii logice și corect lexico-gramaticale. Aceste aspecte sunt fundamentale pentru asigurarea clarității, coerenței și preciziei informațiilor transmise către public. O structură bine definită și o utilizare corectă a limbajului nu doar că facilitează înțelegerea mesajului, dar și întăresc credibilitatea și impactul materialului jurnalist. Prin respectarea acestor principii, jurnaliștii contribuie la crearea unor conținuturi informative și accesibile, esențiale în comunicarea responsabilă cu cititorii.

Generarea conținutului multimedia. Noile produse mediatice trebuie să răspundă nevoilor publicului contemporan. Cercetătorii Victor Moraru și Ionel Pintilii, în lucrarea „Transformările jurnalismului: Internetul ca un catalizator al apariției unor forme mediatice noi", evidențiază că „multimedia în jurnalismul online reprezintă o combinație complexă de tehnici care includ texte, imagini fixe sau animate, sunete și grafică" [7, p. 13-17]. Prin urmare, jurnalistul urmează aceiași pași fundamentali în producerea materialelor jurnalistice, însă prin utilizarea competențelor tehnologice specifice generării conținutului multimedia: editarea și prelucrarea imaginilor fixe și video; înregistrarea, editarea și mixarea sunetelor; crearea de infografice, animații și alte elemente grafice interactive.

Pentru a ajunge la o audiență vastă și pentru a răspunde prompt la schimbările în preferințele și comportamentele consumatorilor, jurnaliștii trebuie să dezvolte competențe care merg dincolo de abilitățile tradiționale precum cercetarea și scrierea. Punctăm aici:

Utilizarea computerului și telefonului. Tehnologia transformă redacțiile în centre informatizate, unde stăpânirea unor programe de editare de text și punere în pagină nu este doar o opțiune, ci o necesitate imperativă. Notăm aici opinia cercetătorului Mihai Coman precum că „un reporter care nu știe să lucreze pe calculator are toate motivele să considere că are un handicap profesional" [6, p.45]. Astfel, competențele includ cunoștințe în editarea fotografiilor și a fișierelor audio și video în format digital, utilizarea telefonul inteligent pentru captarea de conținut sub formă de fotografii, video și audio, precum și să fie familiarizați cu încărcarea și descărcarea de conținut în diverse formate pe internet. De asemenea, punctăm și opinia lui JeffreyWilkinson, precum că „jurnaliștii convergenți trebuie să aibă competențe în crearea și administrarea site-urilor web" [8]. Acestea asigură o prezentare atrăgătoare a conținutului și optimizează experiența utilizatorului prin structură clară, navigare intuitivă și timp de încărcare rapid pe diverse platforme, inclusiv desktopuri, telefoane mobile și tablete.

Optimizarea SEO. Jurnalistul trebuie să înțeleagă principiile de optimizare pentru motoarele de căutare (SEO) pentru a asigura vizibilitatea conținutului pe internet, precum și abilități de bază în marketingul digital pentru promovarea materialelor jurnalistice. Suntem de acord cu opinia cercetătoarei Mariei Gugulan precum că „difuzarea informațiilor pe diverse platforme nu înseamnă a oferi publicului același produs mediatic" [2, p. 153]. Având în vedere că zilnic sunt articole cu informații identice pe site-urile instituțiilor, concurența între acestea este extrem de intensă. Din acest motiv, poziționarea unei pagini web în primele rezultate ale căutărilor este un obiectiv urmărit de actorii media.

Măsurarea audienței web. Cercetătoarea Mariana Tacu identifică două metode de a realiza investigațiile cu privire la audiența web: „server based, referitoare la toate cererile de acces la un site, efectuate din lumea întreagă; browser based, ce vizează marcatorul situat în partea de jos a site-urilor și care se activează după ce pagina a fost vizitată în întregime" [9, p. 71-72]. Instituțiile media din mediul online se concentrează pe analiza

Google Analytics, care oferă date privind: vizitatori; afișări; durata medie a vizitelor; număr de evenimente.

CONCLUZII

Noile tehnologii oferă instrumente avansate pentru colectarea și prezentarea datelor, însă ele vin și cu provocări, cum ar fi presiunea de a publica cât mai rapid și de a atrage mai mulți cititori. Această presiune nu trebuie să ducă la sacrificarea integrității profesionale. Jurnaliștii trebuie să rămână fideli principiilor etice, scopul lor final fiind informarea corectă și responsabilă a cetățenilor.

REFERINȚE

1. STEPANOV, G. *Bazele Jurnalismului.* Chișinău: CEP USM, 2018. 193 p. ISBN 978-9975-142-74-8.
2. GUGULAN, M. *Competențe și abilități profesionale ale angajaților instituțiilor media de tip convergent.* În Creativitatea în jurnalism. Conferința științifică națională, 23 februarie, 2018. Chișinău: CEP USM, 2018, pp. 147-160. 184 p. ISBN 978-9975-142-34-2.
3. DEGAND, A. *Le journalisme face au web: reconfiguration despratiques et des représentations professionnelles dans les rédactions belges francophones, 2012. Belgique: Pressesuniversitaires de Louvain*. Presses Universitaires de Louvain: Louvain-la-Neuve, 2012, 550p. ISBN: 978-2-87558-082-5
4. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iaşi: Polirom, 2007. 360p. ISBN : 978-973-46-0811-9
5. TACU, M. *New Media: Accesibilitate și Interacțiune*. În Conferința științifică națională cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare”, USM, 07-08 noiembrie, 2019. Chișinău: CEP USM, 2019, 261 p. ISBN 978-9975-149-51-84
6. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Iași: Polirom, 2009. 688 p. ISBN: 978-973-46-1239-0.
7. MORARU, V., PINTILII, I., *Transformările jurnalismului: internetul ca un catalizator al apariției unor forme mediatice noi*. În: Creativitatea în Jurnalism. Manifestare științifică națională. 24 februarie, 2021. Chișinău: CEP USM, 2021, pp.13-33. 173 p. ISBN 978-9975-158-28-2;
8. WILRINSON, J. S. *Converging Communication, Colliding Cultures: Shifting Boundariesandthe Meaning of „OurField*”.În: GRANT,A.E. and WILKINSON, J. S. (eds). Understanding Media Convergeance: The State of the Field. New York: Oxford University Press, 2009, pp.98-116.
9. TACU, M. *New Media: de la Web 1.0 la Web 4.0*. În: Valori ale Mass-Mediei în epoca contemporană, Volumul VI. . Chișinău: CEP USM, 2016, 261 p. ISBN: 9975152732