INFLUENȚA TRANSFORMĂRILOR DIGITALE ASUPRA PROFILULUI JURNALISTULUI

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATIONS ON THE PROFESSIONAL PROFILE OF JOURNALISTS

CZU: 004:070-051 **https://doi.org/10.59295/spd2025s.07**

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

Rezumat**:** *The transformations associated with digital journalism directly influence the professional profile of the journalist. Digital technologies reshape required competencies, expand responsibilities, and alter audience interaction. New demands emerge related to multimedia content, digital tools, and rapid online responsiveness. As a result, the journalist's profile is redefined through the integration of digital dimensions into daily practice.*

Keywords*: skills, digitalization, journalism, mass media, digital tool*

Transformarea digitală reprezintă procesul de schimbare fundamentală a modului în care organizațiile integrează și utilizează tehnologiile informaționale pentru a-și optimiza procesele interne. Definiția de bază accentuează „schimbarea radicală a proceselor și structurilor de dezvoltare, facilitată de sistemele digitale" [1, p. 7]. În domeniul mass-media, acest proces se traduce prin trecerea de la canalele tradiționale (tipărite, radio, TV analogic) la platforme online și media sociale, precum și prin adoptarea unor tehnologii noi (analize de date, inteligență artificială, conținut multimedia). În consecință, jurnaliștii de azi trebuie să dobândească competențe digitale complexe – de la operarea calculatoarelor și software-urilor avansate până la utilizarea rețelelor sociale și instrumentelor de analiză a datelor. Un studiu OSCE arată că aproximativ jumătate dintre jurnaliști consideră competențele digitale „extrem de importante" pentru activitatea lor profesională [2, p.19].

În analiza impactului noilor tehnologii asupra presei, cercetătoarea Georgeta Stepanov subliniază că instituțiile mass-media – fie ele agenții de știri, ziare, reviste, posturi de radio sau televiziune – au fost nevoite să se adapteze continuu pentru a rămâne relevante și competitive într-un peisaj mediatic în permanentă schimbare. Această adaptare a presupus valorificarea intensivă a oportunităților oferite de tehnologiile informaționale moderne, iar ca urmare a acestui fapt, „s-au reliefat mutațiile conceptuale şi funcţionale, care au determinat schimbarea profilului identitar al fiecărui element media în parte" [3]. Tot cercetătoarea Georgeta Stepanov, într-un alt articol intitulat *Impactul pozitiv al tehnologiilor moderne asupra producerii jurnalistice,* accentuează și partea pozitivă

a acestui proces de transformare, oferind o perspectivă echilibrată asupra impactului tehnologiei asupra presei. Cercetătoarea este de părere că „tehnologiile informaționale moderne i-au oferit presei noi oportunități de manifestare, legate, în primul rând, de extinderea vitezei şi a căilor de distribuție a produselor jurnalistice, în al doilea rând, de inserarea conţinuturilor multimedia în versiunile online ale publicaţiilor periodice tradiţionale şi, în al treilea rând, de interactivitatea produsului finit" [4]. În acest context, este esențială identificarea principalelor influențe ale digitalizării asupra practicii jurnalistice, precum și a competențelor profesionale pe care acestea le reclamă. În cele ce urmează, vom analiza pe rând aceste influențe și competențele corespunzătoare, pentru a înțelege mai clar cum se redefinește profilul jurnalistului contemporan:

Acces rapid la informație: Digitalizarea creează un spațiu informațional accesibil oricui are acces la platformele digitale și transformă limbajul uman în limbaj de calculator. Platformele online permit jurnaliștilor să publice articole și să actualizeze informațiile în timp real, asigurându-se că publicul este mereu la curent cu cele mai recente evenimente. Spre deosebire de media tradițională, jurnalismul digital nu are constrângeri de timp sau spațiu atunci când vine vorba de publicare. Această flexibilitate permite o diseminare rapidă a știrilor, reducând decalajul dintre eveniment și informare. Totodată, au fost eliminate barierele geografice în accesarea informațiilor. În același timp, a extins considerabil orizonturile jurnaliștilor, punându-le la dispoziție o varietate de surse de documentare și tehnologii avansate pentru a verifica și analiza informațiile din mai multe perspective. Cercetătoarea Amandine Degand menționa că printre factorii care modelează transformarea discursului mediatic este accesul amplificat la informațiile online „care a digitalizat procesul de documentare, permițând jurnaliștilor să exploreze o varietate mai mare de surse" [5]. Prin urmare, jurnalistul trebuie să însușească competența de alfabetizarea informațională digitală. Aceasta presupune capacitatea de a identifica, accesa, evalua critic și utiliza informația din surse digitale diverse, să gestioneze eficient volume mari de conținut, să valideze veridicitatea surselor și să utilizeze instrumente digitale pentru documentare.

Interactivitate: Platformele digitale au introdus un model de comunicare bidirecțională, oferind jurnaliștilor posibilitatea de a primi feedback în timp real și de a implica activ publicul în conversații. Această trăsătură diferențiază fundamental media tradițională de New Media, după cum remarcă și teoreticianul Lex Manovich [6]. În completarea acestei perspective, Mihail Guzun, în studiul *New Media în contextul jurnalismului modern*, subliniază că „în mediul online, cititorii pot răspunde rapid la mesajele pe care le primesc, ceea ce introduce elementul de interactivitate imediată. Pentru a își exprima opinia sau reacția față de un articol, cititorul trebuie doar să acceseze adresa electronică a autorului, iar în doar câteva momente, feedback-ul său apare pe ecranul jurnalistului" [7, p. 45]. Astfel, consumatorii de știri au devenit participanți activi, exprimându-și opiniile, distribuind conținut și interacționând direct cu jurnaliștii și alte surse. Această interactivitate constantă impune jurnalistului dezvoltarea unei competențe care anterior nu era esențială în mediul tradițional: gestionarea dialogului digital cu pu-

blicul. În era pre-digitală, relația jurnalist–cititor era preponderent unidirecțională, iar reacțiile publicului ajungeau cu întârziere, prin scrisori sau apeluri telefonice, rareori influențând conținutul editorial în timp real. În prezent însă, jurnalistul trebuie să stăpânească competența de comunicare interactivă online, care presupune nu doar receptivitate față de feedback, ci și capacitatea de a răspunde adecvat, rapid și etic în spațiile digitale – comentarii, rețele sociale, mesagerie directă. Această aptitudine implică și discernământ în filtrarea reacțiilor publicului, adaptarea mesajului în funcție de contextul digital, precum și menținerea credibilității în condiții de transparență și expunere permanentă.

Crearea fluxurilor personalizate de conținuturi media. Algoritmii de personalizare ai platformelor digitale ajustează fluxul informațional în funcție de comportamentul și interesele consumatorilor, ceea ce poate genera „bule de filtre" ce influențează perspectivele acestora privind știrile. Cercetătoarea Mariana Tacu identifică două metode principale pentru această analiză: prima, server-based, care include toate cererile de acces la un site din întreaga lume; și a doua, browser-based, care se concentrează pe marcatorul plasat în partea de jos a site-urilor, activat după vizitarea completă a paginii [8, p. 71-72]. Deducem că jurnalistul trebuie să cunoască principiile de gestionare a conținutului în funcție de fluxurile informaționale personalizate. Aceasta presupune capacitatea de a înțelege și utiliza mecanismele prin care algoritmii platformelor digitale filtrează și distribuie conținutul, adaptându-l la comportamentul și interesele utilizatorilor. Jurnalistul trebuie să anticipeze modul în care materialele vor fi livrate diferitelor segmente de public și să elaboreze conținut compatibil cu logica acestor sisteme algoritmice. Odată cu digitalizarea, apar funcționalități care permit actualizarea și corectarea conținutului post-publicare, în mod asincron și în timp real. Această evoluție tehnologică modifică și competențele tradiționale: redactarea corectă a textului de la prima versiune își pierde din importanță, întrucât mediul digital permite corectarea și actualizarea rapidă a conținutului. Astfel, precizia lingvistică inițială este înlocuită, treptat, de capacitatea de intervenție continuă asupra materialelor publicate.

Diversificarea formatelor: În etapa pre-digitală accentul era pus aproape exclusiv pe textul scris, jurnalismul actual operează cu o varietate de forme expresive: materiale video, podcasturi, infografice, reportaje multimedia sau conținut generat de utilizatori. Această multiplicare formală permite livrarea unui conținut complex, adaptabil diversității preferințelor publicului. În acest context, conținutul jurnalistic este definit ca fiind „un pachet de știri pe un site, folosind două sau mai multe formate media, cum ar fi (dar fără a se limita la) cuvântul vorbit și tipărit, muzica, imaginea video, sunetul audio, fotografia, animația grafică, precum și elemente interactive. Toate aceste componente şi formează o nouă producţie media, numită hipertext" [9]. Convergența mediatică generează modificări și în planul clasificărilor tradiționale ale genurilor jurnalistice. Astfel, cercetătorul Boris Parfentiev observă că „în conjunctura convergenței media, genurile jurnalistice suferă modificări. Acest lucru se aplică, desigur, şi cu referinţă la genurile informative, întrucât tot mai multe texte sunt completate nu numai cu fotografii, dar şi cu fişiere audio și video"[10]. Modificările în structura formatelor impun și o

reconfigurare a profilului de competențe necesare jurnalistului contemporan. Pe lângă abilitățile tradiționale (scriere clară, documentare riguroasă, spirit critic, etică profesională), jurnalistul actual trebuie să manifeste competențe digitale extinse: de la utilizarea platformelor multimedia, la editare video, gestionarea rețelelor sociale și interacțiunea în timp real cu publicul. Tranziția către modelul convergent reclamă, în plus, o adaptare continuă la noile tehnologii: „trecerea la sistemul media convergent reclamă, suplimentar, o inițiere a jurnaliștilor în domeniul tehnologiilor digitale" și presupune ca aceștia „să se familiarizeze în continuu cu noile apariții în domeniu și să le implementeze în activitatea lor jurnalistică"[3]. Această tendință este confirmată și de cercetătorii Tamyra Pierce și Tommy Miller Pierce, care constată că, spre deosebire de anii '90, în prezent competențele tehnice constituie un criteriu esențial în angajarea jurnaliștilor, imediat după calitățile redacționale de bază. Jurnalistului i se solicită nu doar redactare profesionistă, ci și „capacitatea de a prezenta știri în direct pe diverse platforme, de a filma și fotografia, de a folosi diferite softuri pentru a produce conținut pentru print, audio-vizual și online"[12].

Noi căi digitale de transmitere a informației: Digitalizarea a dus la apariția sau consacrarea unor căi de transmitere a conținutului practic inexistente acum două decenii. În acest context, website-urile de știri s-au impus ca primele forme digitale ale redacțiilor tradiționale, devenind centre de actualizare continuă a informației. Jurnalistul activ în mediul online trebuie să adapteze scrisul la specificul internetului, realizând texte concise și titluri atractive, „știri de lungimi și formate diferite" optimizate pentru ecran [11]. Mai mult, stăpânirea scriiturii hipertextuale devine esențială, prin utilizarea link-urilor, tagurilor și a elementelor SEO, pentru a crește vizibilitatea știrilor în motoarele de căutare. Pe lângă abilitățile de redactare, competențele tehnice de bază includ operarea în CMS-uri și cunoștințe elementare de HTML/CSS [13]. Integrarea multimedia este o altă dimensiune importantă: jurnalistul trebuie să „poată edita fișiere audio și video și să le publice online" [11], gestionând conținut foto, video și audio în articole. O competență tot mai solicitată este analiza datelor de audiență prin instrumente digitale precum Google Analytics, pentru a înțelege preferințele cititorilor și a ajusta conținutul în funcție de aceste informații.

Rețelele sociale au devenit canale majore de diseminare media, în special pentru publicul tânăr, care preferă să consume știri indirect prin fluxurile sociale. Aceasta impune dezvoltarea unor competențe specifice de comunicare și distribuție. Jurnalistul trebuie să adapteze mesajul conform particularităților fiecărei platforme: concizie și alertă factuală pe Twitter, accent vizual și storytelling imagistic pe Instagram, captarea atenției prin video scurt și dinamic pe TikTok sau Facebook. Cunoașterea algoritmilor care determină vizibilitatea conținutului este esențială pentru optimizarea impactului. De asemenea, abilitatea de a folosi hashtag-uri relevante, de a selecta imagini și miniaturi atractive și de a programa postările la orele de maxim trafic devine la fel de importantă ca redactarea propriu-zisă. Un alt aspect definitoriu este interacțiunea directă cu publicul, ce presupune abilități de community management, gestionarea comentariilor și moderarea

dialogului în timp real, cu respectarea normelor etice și deontologice. Jurnalistul trebuie să fie vigilent în verificarea informațiilor și să stăpânească metode de fact-checking și verificare a conținutului generat de utilizatori, cum ar fi „photo/video verification" [13]. Astfel, social media transformă jurnalistul într-un actor multifuncțional: producător, distribuitor și moderator, solicitându-i competențe tehnice, comunicative și gândire critică.

Strategia „mobile-first" devine tot mai frecvent adoptată de instituțiile media, care prioritizează crearea conținutului pentru consumul pe dispozitive mobile, în special pe ecrane mici, utilizate în mișcare. Aplicațiile mobile ale marilor redacții, televiziuni sau portaluri permit trimiterea notificărilor push cu știri de ultimă oră și oferă o interfață optimizată pentru telefoane. În acest context, jurnaliștii trebuie să dezvolte competențe specifice, adaptate caracteristicilor mediului mobil. Acestea includ capacitatea de a produce formate scurte și vizuale, întrucât atenția utilizatorului este limitată; astfel, știrile trebuie să fie concise, cu titluri clare, iar elementele vizuale (fotografii, videoclipuri verticale, infografice simple) să comunice esențialul rapid. Mai mult, competențele jurnalistice trebuie calibrate pentru a asigura medierea eficientă a conținutului pe mobil, prin dezvoltarea rapidității, interactivității (de exemplu, sondaje sau quiz-uri în aplicații) și personalizării, implicând o înțelegere aprofundată a modului în care aplicațiile pot oferi feed-uri adaptate utilizatorilor. În plus, jurnaliștii contemporani trebuie să dețină și competențe de produs media (product management), dat fiind rolul lor tot mai frecvent în deciziile privind funcționalitățile aplicațiilor de știri și optimizarea experienței utilizatorului.

În concluzie, transformarea digitală a practicilor mediatice a redefinit profilul jurnalistului contemporan. Pe de o parte, tehnologiile informaționale oferă știri rapide, acces la date și interactivitate fără precedent; pe de altă parte, ele amplifică riscurile de dezinformare, presiunea economică și profesională. Jurnalistul contemporan este constrâns să integreze competențe digitale avansate, să opereze cu instrumente multimedia și să manifeste o capacitate sporită de adaptare la noile cerințe ale mediului online. Dimensiunea tehnologică a practicii jurnalistice devine astfel un criteriu definitoriu al identității profesionale, înlocuind treptat modelul tradițional cu unul polivalent, marcat de interactivitate, versatilitate și reacție în timp real. Totodată, digitalizarea extinde cadrul de acțiune profesională, oferind noi posibilități de exprimare, diseminare și conectare cu publicul. În această dinamică, profilul jurnalistului se redefinește în mod structural, sub influența directă a tehnologiilor informaționale.

BIBLIOGRAFIE:

1. HEEKS, R., EZEOMAH, B., IAZZOLINO, G., KRISHNAN, A., PRITCHARD, R., RENKEN, J., ZHOU, Q. *The Principles of Digital Transformation for Development (DX4D): Systematic Literature Review and Future Research Agenda*. Manchester: Manchester Centre for Digital Development, University of Manchester, 2023

2. MATIĆ, J., MILIN PERKOVIĆ, S. *Digital Competences of Journalists. Research Report.* Belgrade: [s.n.], 2021.
3. STEPANOV, G. *Consecinţe negative ale tehnologizării proceselor de producere ziaristică*. În: Valori ale mass-mediei în epoca contemporană, Volumul VII. Colocviul „Valori ale mass-mediei în epoca contemporană", ediția a 7-a, Chișinău, 24 noiembrie 2020. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 16–25. CZU: 070:004
4. STEPANOV G. *Impactul pozitiv al tehnologiilor moderne asupra producerii jurnalistice*. În: Convergenţe spirituale Iaşi – Chişinău, 2019, nr. 14-15, p. 87-94.
5. 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
6. MANOVICH L. *The Language of New Media*. London: MIT Press, 2001, ISBN: 9780262632553
7. GUZUN M. *Mass-media din Republica Moldova: tradiție locală și orizonturi europene*. Chișinău: CEP USM, 2012. 318 p.
8. TACU, M. New media: de la web 1.0 la web 4.0. În: Valori ale mass-mediei în epoca contemporană. Vol. VI. Coordonatori: G. STEPANOV, M. TACU. Chișinău: CEP USM, 2016. 256 p.
9. Т.А. ГОЛОВИНА, Отражение журналистами феномена инвалидности в сми. Disponibil: http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylolog/2013/02/2013-02-32.pdf.
10. Parfentiev, B., *Scriem ştire/interviu/reportaj sau istorie/ poveste*? În: Conferința Științifică Națională Cu Participare Internațională „Integrare prin Cercetare și Inovare", 7-8 Noiembrie 2019, Chișinău, CEP USM, ISBN 978-9975-149-51-8
11. 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.
12. PIERCE T., MILLER T. *Basic Journalism Skills Remain Important in Hiring*. În: Newspaper Research Journal. 2007, vol. 28, nr.4, pp.51-61.
13. ȘUȚU, R.M. *Fără granițe: Efectele digitalizării în redacțiile de știri*. București: Editura Universității din București, 2015. 276 p. ISBN 978- 606-16-0626-9.