PROFILUL IDENTITAR AL JURNALISTULUI ÎN ERA DIGITALĂ

THE IDENTITY PROFILE OF JOURNALIST IN THE DIGITAL ERA

Ilinca FIODOROV, ORCID 0009-0001-5697-9006
Universitatea de Stat din Moldova,
Chișinău, Republica Moldova

CZU: 070-051:004

e-mail: iifiodorov@gmail.com

The identity of the contemporary journalist is a subject of significant interest in scientific research, as it reflects the profound changes in the field of mass media in recent decades. This interdisciplinary analysis explores the concept of a journalist's identity within the context of technological, social, and cultural transformations, as well as the responsibilities faced by contemporary journalists. In addition to traditional skills such as writing and research, journalists are compelled to acquire technological skills such as data processing, understanding fundamental coding elements, and using digital tools for production and distribution.

Cuvinte-cheie: *digitalizare, funcții, jurnalist, mass-media, profil identitar.*

Digitalizarea și tehnologia au generat provocări semnificative pentru profesia de jurnalist și au pus în discuție modul în care identitatea acestuia este percepută și construită în sistemul informațional digitalizat și caracterizat de diversitate și volatilitate. Un prim reper conceptual în definirea identității jurnalistului se referă la rolul său profesional. Jurnalistul acționează ca intermediar între evenimentele din lumea reală și publicul său, având responsabilitatea de a furniza informații corecte, echilibrate și relevante. Cercetătoarea Georgeta Stepanov, în lucrarea *Bazele jurnalismului*, afirmă: „Jurnalismul este o activitate ce pendulează între știință și artă, fapt care determină specificitatea și locul acesteia în rândul multitudinii de profesii contemporane. [1, p. 56]. Ea susține că „profesia de jurnalist are un șir de însușiri din care reiese identitatea ei distinctă în raport cu alte activități asemănătoare" [1, p. 53] și propune un șir de însușiri care proiectează profilul identitar al jurnalismului contemporan. Printre acestea se numără: libertatea conceptuală a actului de creație; conservatorismul funcțional al producției media; natura dublă a activității jurnalistice; act de producție instituționalizat; natura comercială a producției media; cadru legislativ specializat, cadru deontologic specific; forme de expresii variate; diapazon tematic deschis; colaborare în echipă; eterogenitate; imprevizibilitate; caracter incert; riscuri profesionale legate de contradicțiile psihologice specifice domeniului; activitate supusă unei presiuni constante a timpului; receptivitate la transformările sociale și tehnologice [1, p. 53-55].

Identificarea acestor însușiri deschide posibilități noi de cercetare a modului în care specificitatea activității jurnalistice își lasă amprenta asupra personalității jurnalistului și cum acestea influențează profilul identitar al jurnaliștilor contemporani.

Libertatea actului de creație este însușirea care a apărut datorită extrapolării conceptului „libertatea de a crea” de la valorile fundamental-umane spre valorile profesionale, în cazul nostru, spre valorile activității jurnalistice. Acest lucru a putut să se întâmple pentru că jurnalistica este o activitate socială bivalentă, care se bazează pe principii și utilizează practici operaționale specifice atât științei, cât și artei. Dat fiind acest fapt, ea obține însușiri specifice atât domeniului artei, cât și celui științific. Libertatea actului de creație ca valoare profesională își are rădăcinile în valențele artistice ale jurnalisticii, întrucât se referă la libertatea jurnalistului de a acționa în numele consumatorului de produse media și de a aduce pe agenda publică evenimentele pe care acesta le așteaptă și de care el are nevoie. Astfel, jurnalistul este liber să-și aleagă subiectele de presă, narațiunea și forma de expresie în care va fi realizat materialul; însă, alte aspecte precum, de exemplu, cel legat de unghiul de abordare a subiectului, nu cad sub incidența acestui principiu.

Respectivul principiu adesea creează, în mediul jurnalistic, îndeosebi în mediul jurnaliștilor începători, iluzia unei libertăți profesionale absolute. Pentru a menține această iluzie, jurnaliștii tind să omită faptul că, în realitate, ei sunt parte a unui sistem ce funcționează după anumite legi și principii foarte clare, care trebuie respectate de orice persoană, parte a acestui sistem. Jurnaliștii trebuie să fie conștienți însă de faptul că sistemul îi acceptă și îi răsplătește atât timp cât ei respectă regulile de joc impuse prin cultura instituțională și politica editorială a instituției media cu care ei se afiliază [2].

Conservatorismul funcțional al producției media este determinat de caracterul perisabil și imediat al materiei prime, întrucât informația jurnalistică este constrânsă de parametrii temporali ai evenimentului. Autorul Mihai Coman, în lucrarea *Manual de Jurnalism,* vorbește despre „simțul urgenței”: cu cât evenimentul despre care se relatează este mai recent, cu atât informațiile sunt mai valoroase [3]. Prin urmare, jurnaliștii trebuie să respecte un set de proceduri prestabilite, să urmeze principii specifice de producție și să adopte un unghi de abordare, care se regăsesc în politica informațională a redacției din care face parte. În plus, aceștia trebuie să se adapteze unui program de lucru definit, care este influențat atât de momentele temporale ale evenimentelor, cât și de cerințele de timp ale ciclului de producție.

Instituția din care face parte jurnalistul este obligată să se concentreze pe eficiență, ca o modalitate de a asigura competitivitatea, și pe organizarea riguroasă a procesului de producție. Aceste două direcții derivă din obiectivul fundamental al oricărei instituții media „de a identifica rapid știrea și a o difuza prompt” [4, p. 79]. Pentru a face față acestei presiuni, editorii (și, implicit, întreaga redacție) dezvoltă proceduri standardizate de acțiune, al căror scop este să asigure eficiența și obiectivitatea (prin eliminarea subiectivismului) în gestionarea informațiilor. Apartenența jurnalistului la o redacție reliefează faptul că sarcinile de producere și setul său de competențe definesc identitatea sa profesională și stabilesc atribuțiile de funcție pe care la are. Prin urmare, principala funcție care-i revine este cea de a realiza materialele jurnalistice, pentru care este nevoie de însușit abilitatea de a identifica perspectiva corectă a unghiului de abordare, astfel

încât produsul final să răspundă atât cerinței de a furniza subiecte relevante pentru public în conformitate cu politica redacțională, cât și cerinței de a trata cu respect persoanele despre care scriu [5, p. 15]. În același timp, munca în redacție este caracterizată de presiunea amenințătoare a termenului limită (dead-line), care stabilește momentul în care produsul media trebuie finalizat și distribuit [6, p. 272].

O altă însușire prevede *natura dublă* a activității jurnalistice, care se datorează corelației dintre aspectele conceptuale liberale și cele funcționale conservatoare. Această dualitate reflectă varietatea rolurilor și responsabilităților jurnaliștilor în societate și impactul lor asupra opiniei publice. Liberalismul conceptual promovează ideea că jurnalismul ar trebui să fie liber de constrângeri și să ofere o platformă pentru exprimarea diverselor perspective și opinii. Pe de altă parte, conservatismul funcțional aduce în discuție importanța menținerii unor standarde ridicate în ceea ce privește calitatea și responsabilitatea jurnalismului. Acest aspect subliniază necesitatea de a verifica informațiile și de a evita senzaționalismul sau manipularea în procesul de creare a conținutului media. Aceste două caracteristici se regăsesc în întregul proces de concepere și elaborare a oricărui produs media, indiferent de platforma pe care este difuzat și influențează modul în care informațiile sunt adunate, verificate, prezentate și interpretate.

Activitatea jurnalistică este caracterizată prin *apartenența la o anumită instituție mediatică*. În scopul îndeplinirii misiunii lor, instituțiile media construiesc rețele sociale și sisteme complexe în care diverși actori interacționează în colaborare sau în contradicție. Actorii-cheie care asigură funcționarea acestor instituții de presă includ: proprietarii instituțiilor media; administrația; cumpărătorii de spațiu publicitar; corpul jurnalistic, format din jurnaliști și realizatori; echipele tehnice; audiența. Acești actori lucrează împreună pentru a menține și a dezvolta funcționarea eficientă a instituțiilor de presă și pentru a îndeplini rolul lor crucial în furnizarea de informații și influențarea opiniei publice. Astfel, jurnalistul se angajează să respecte obiectivele pe care și le propune spre realizare instituția de presă, fapt care influențează considerabil comportamentul ulterior al acesteia [7, p. 34-35]. Prin urmare, jurnaliștii sunt obligați să respecte politica editorială, să adopte principiile etice stabilite și să se integreze în cultura organizațională. Rezultatul final al activității lor este supus unei verificări constante pentru a se asigura că se aliniază cu viziunea generală a instituției.

Natura comercială a producției media este exprimată prin furnizarea constantă a serviciilor media plătite și remunerarea regulată a jurnaliștilor. Activitatea fiecărui angajat este evaluată și apreciată în funcție de anumite criterii și este compensată financiar. Această compensație se realizează prin două modalități principale: prin acordarea de salarii de bază și prin oferirea de recompense suplimentare, precum onorarii, premii, diurne. Cercetătoarea Maria Dimineț, în lucrarea sa *Gestionarea echipei redacționale: condițiile performanței editoriale,* subliniază că „elaborarea unui sistem eficient de motivare alimentează constant entuziasmul şi profesionalismul angajaților” [8, p. 30-36]. Principiul menționat se referă și la faptul că majoritatea entităților media trebuie să genereze venituri pentru a acoperi costurile de producție și a susține activitățile jurnalistice.

Pentru a obține veniturile necesare pentru remunerarea angajaților, mijloacele de informare în masă realizează servicii de publicitate. „Vânzarea spațiului publicitar a devenit un factor cheie al echilibrului financiar al unei întreprinderi de presă” [9, p. 84].

Cadrul legislativ este unul specializat. Jurnalismul, ca profesie și ca formă de exprimare, este supus unui cadru legal care cuprinde o combinație de norme generale de drept, cum ar fi Constituția, Codul civil și Codul penal, împreună cu o serie de legi specializate care reglementează în detaliu această sferă vitală a societății. Normele generale de drept servesc drept fundație pentru activitatea jurnalistică și oferă un cadru general în care aceasta trebuie să se desfășoare. De exemplu, Constituția poate consacra libertatea de exprimare ca un drept fundamental, protejând astfel rolul jurnalismului ca gardian al democrației și al transparenței. Codul civil și Codul penal pot defini limitele privind calomnierea și defăimarea, oferind un cadru pentru protejarea drepturilor individuale și onoarei. Pe lângă aceste norme generale, există și legi specifice care se concentrează exclusiv asupra mediului media și jurnalistic, cum ar fi: Legea presei, Codul audiovizualului, Legea privind accesul la informație. Presa beneficiază de libertate de acțiune, cu condiția să respecte prevederile constituționale și normele legale generale.

Autonomia este asigurată de *cadrul deontologic*, deoarece jurnaliștii trebuie să-și îndeplinească atribuțiile în conformitate cu propriile convingeri, fără a fi influențați de considerații politice sau alți factori externi [10, p. 442-464]. Cu toate acestea, presa este considerată o modalitate de furnizare a unui serviciu public, iar atât media de stat, cât și cea privată are responsabilitatea de a îndeplini așteptările și cerințele publicului. Acest model se bazează pe conceptul de autoreglementare a presei și se reflectă în codurile de etică profesională ale jurnaliștilor [6, p. 129]. Codul deontologic al jurnalistului reprezintă instrumente reale folosite pentru autoreglementarea presei. Aceste instrumente sunt și mai imperative în condițiile convergenței mediatice, unde lipsește reglementarea, iar „respectarea codului deontologic și a normelor care sunt listate acolo este o dovadă, de fapt, a profesionalismului unui jurnalist” [11].

Formele de expresii sunt variate și permit redarea realității sociale prin intermediul produselor informative și analitice, cu jurnalistul care rămâne ancorat în concretul evenimentelor. Astfel, în timpul procesului creativ, jurnaliștii preiau contextul din realitatea înconjurătoare și o transpun în conținut media variat, care poate lua forma de știri, reportaje, interviuri sau investigații jurnalistice. În același timp, modalitățile de prezentare a informației sunt influențate și de rolurile pe care mijloacele de informare în masă le îndeplinesc în dezvoltarea economică și socio-politică. Acest efort se concretizează în producția de conținut analitic, care dobândește forme expresive de comentarii și opinii, datorită abilităților jurnaliștilor de a analiza, explica și interpreta evenimente și fenomene [1, p. 121]. Mai mult de atât, transformările digitale au diversificat formatele de conținut. Jurnaliștii au la dispoziție o gamă variată de formate, inclusiv videoclipuri, podcast-uri, reportaje multimedia, infografice și chiar conținut generat de utilizatori. Într-un articol postat pe pagina Centrului pentru Jurnalism Independent este menționat că „odată cu apariția Internetului, jurnalismul a cunoscut o nouă formă de distribuire a

informației: mediul online, a cărui principală caracteristică este viteza cu care ajunge la consumator" [12].

Se caracterizează prin *diapazon tematic deschis*, deoarece poate explora și acoperi subiecte majore din orice domeniu al activității umane. Faptul că este deschisă tuturor aspectelor realității reprezintă însăși motivația fundamentală a existenței sale. Jurnaliștii au libertatea de a explora și investiga subiecte care variază de la evenimente politice și economice la știință, cultură, divertisment, mediu, sănătate și multe altele. Această diversitate de subiecte nu doar că satisface curiozitatea publicului, dar și contribuie la dezvoltarea unei societăți informate. Cu toate acestea, instituțiile mediatice pot restrânge tematicile pe care le transpun în materialele jurnalistice, cum este cazul celor specializate care se rezumă doar la câteva domenii [6].

Activitatea jurnalistică este realizată de un *colectiv redacțional*, iar produsele media sunt caracterizate de trăsăturile definitorii ale unei opere colective. O muncă de echipă, în care informația apare nu atât ca rezultat al unei acțiuni individuale, cât ca produs, de tip manufacturier, al unor procese sociale ce se desfășoară în interiorul unor organizații complexe [13, p. 117]. Din aceste considerente, jurnaliștii nu dețin drepturile de autor asupra produsului final. În schimb, aceste drepturi aparțin instituției media pentru care lucrează sau proprietarului care i-a angajat.

Fiecare componentă a sistemului mass-media, fie ea presă tipărită, audiovizuală, online sau agenție de presă, generează o serie de diferențieri semnificative în ceea ce privește procesul de producție în sine (modalitățile specifice de realizare, ritmul, practicile operaționale, suporturile tehnice etc.) și produsul media finit (conținut și formă), fapt pentru care una dintre însușirile profesiei este *eterogenitatea* [6, p. 235-252]. Mai mult de atât, caracterul eterogen reiese și din câmpul profesional al jurnalistului, întrucât, prin intermediul conținutului său, acesta intră în interacțiune cu o serie de alte tipuri de activități, cum ar fi cele desfășurate de lideri politici, istorici, actori, profesori, cercetători în domeniul științelor sociale, artiști, activiști sociali și multe altele. Ca urmare, orice încercare de a defini profesia de jurnalist în funcție de esența muncii sale se confruntă cu dificultatea de a găsi un set distinctiv de caracteristici care să definească precis munca jurnalistică. Activitățile jurnalistice sunt atât de fragmentate și diverse, încât sociologul francez Rémy Rieffel argumentează că nu putem să vorbim despre jurnalism în termeni singulari, ci mai degrabă despre „jurnalisme" în termeni plurali [7, p. 122].

În activitatea jurnalistică, extrem de rar găsim elemente de previzibilitate în ceea ce privește succesiunea evenimentelor, deoarece societatea nu urmează un plan bine stabilit, de unde rezidă și însușirea de imprevizibilitate. Astfel, ideea de tipicitate sau regularitate este exclusă în jurnalism. *Caracterul incert* reiese din activitatea jurnaliștilor care îi angajează în acoperirea unui spectru larg de evenimente și fenomene din diverse domenii ce pot avea un impact social atât pozitiv, cât și negativ. Ei se confruntă întotdeauna cu incertitudinea legată de ceea ce vor întâlni la locul desfășurării evenimentului și cum vor alege să interacționeze cu participanții sau organizatorii acestuia. Din acest considerent, practica jurnalistică presupune o planificare riguroasă, manifestată sub for-

mă de organizare a realității în domenii de interes, conform obiectivelor și criteriilor stabilite de instituții, astfel încât echipele de jurnaliști să aibă direcții și scopuri prestabilite [6, p. 310]. Acest lucru le permite să știe în avans locația, durata, tematica și obiectivele de acoperire a evenimentelor. Echipate cu aceste informații, aceste echipe pot îndeplini mai eficient misiunea lor, revenind la redacție la timp și având capacitatea de a prelucra materialele colectate fără a perturba programul de producție.

Procesele de colectare, organizare, clasificare și analiză a informației brute se desfășoară în circumstanțe excepționale, în care comportamentul mass-media în general și al jurnaliștilor în particular suferă modificări semnificative din punct de vedere psihologic, social, profesional și altele. Prin urmare, profesia presupune riscuri legate de *contradicțiile psihologice specifice domeniului.* Zilnic, în activitatea sa, este necesar să fie mobil și să aibă abilități excelente de comunicare, precum și capacitatea de a stabili relații interpersonale ușor, făcând posibilă interacțiunea cu indivizi dintr-o varietate de categorii sociale. În breasla profesională și în cercetările sociologice despre această profesie, se consideră că există câteva calități care nu sunt neapărat înnăscute, ci pot fi dobândite. Printre acestea se numără: spiritul de inițiativă, capacitatea de a se deplasa rapid și eficient în diverse locuri, flexibilitatea (pentru a face față situațiilor neașteptate), capacitatea de a lucra în ritmuri variabile (deoarece în presă zilele liniștite se alternează cu cele supraaglomerate), abilitatea de a se adapta rapid (pentru a ajusta strategia inițială în funcție de reacțiile partenerilor), curiozitatea și abilitatea de a comunica eficient [6, p. 278].

Jurnalismul este o *activitate supusă unei presiuni constante a timpului*, deoarece cerințele editoriale impun mereu jurnaliștilor să acționeze rapid și eficient. Aceste presiuni și constrângeri sunt o caracteristică în special a mediului online, „a cărui principală caracteristică este viteza cu care ajunge la consumator”. Prin urmare, în procesul lor creativ, jurnaliștii se supun ritmurilor de producție instituționale și nu au niciodată libertatea de a răspunde exclusiv unor considerații personale. În lumea digitală, știrile trebuie să fie publicate în timp real sau la intervale scurte pentru a răspunde cererii publicului pentru informații proaspete. Acest lucru înseamnă că jurnaliștii trebuie să fie mereu la curent cu evenimentele, să colecteze și să proceseze informațiile rapid și să le pună la dispoziția publicului în cel mai scurt timp posibil. Această presiune de timp face ca munca jurnaliștilor să fie intensă și solicitantă. Fondatorul site-ului de știri pentru tineri www.diez.md, Alexandru Lebedez, susține că „pe online, dacă tu nu ai dat acum știrea, peste cinci minute este deja târziu. Și aceasta este o provocare. Fiindcă mereu trebuie să fii în acea cursă pentru informații, pentru surse, pentru subiecte” [12].

Receptivitate la transformările sociale și tehnologice – însușirea a devenit și mai actuală în contextul în care, pe lângă abilitățile tradiționale precum scrierea și cercetarea, jurnaliștii sunt obligați să dobândească competențe tehnologice, cum ar fi prelucrarea datelor, înțelegerea elementelor fundamentale ale programării și utilizarea instrumentelor digitale pentru producție și distribuție. Cercetătorul Mihai Coman evidențiază că atunci când cineva dorește să se implice în scrierea pentru internet, calitățile unui jurnalist nu

ar trebui să fie considerate drept un obiectiv final, ci, mai degrabă, un element de pornire pentru celelalte aptitudini specifice noului canal de comunicare [3, p. 614].

Profilul identitar al jurnalistului în contextul digitalizării spațiului mediatic contemporan se transformă continuu, dar valorile fundamentale precum independența, etica și credibilitatea rămân fundamentale.

Referințe:

1. STEPANOV, G. *Bazele Jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2018. 193 p. ISBN 978-9975-142-74-8
2. ROȘCA, L. *Formarea identității profesionale a jurnaliștilor*. București: Tritornic, 2010. 173 p. ISBN: 978-973-733-395-7
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Iași: Polirom, 2009. 688 p. ISBN: 978-973-46-1239-0
4. TUCHMAN, G. *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press, 1978. 224 p. ISBN 978-0029-329-30-6
5. GUZUN, I., CIORNEI, V. *Omul, mai ales*. Chişinău: Logos Print, 2005. 112 p.
6. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 2007. 360 p. ISBN : 978-973-46-0811-9
7. BERTRAND, C. *O introducere în presa scrisă şi vorbită*. Iaşi: Polirom, 2001. 188 p. ISBN 973-683-677-0
8. MORARU, V. *Politica și comunicarea în tranziție.* Chișinău: IMM, 2006. 264 p. ISBN 978-9975-934-95-4
9. FLOREA, I. *Introducere în presa scrisă*. Iaşi: Editura Universităţii „Al. I. Cuza”, 2000. 154 p.
10. DEUZE, M. *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. London: Sage Publications, 2005, vol. 6, no. 4 pp. 442-464. ISSN: 1464-8849
11. Ce sunt normele deontologice și de ce jurnaliștii trebuie să le respecte. Disponibil: https://mediacritica.md/podcast/ce-sunt-normele-deontologice-si-de-ce-jurnalistii-trebuie-sa-le-respecte/ [Accesat: 30.09.2023]
12. LEBEDEV, A. *Jurnalismul on-line, o știre continuă.* Disponibil: https://old.mediacritica.md/ro/jurnalismul-line-o-stire-continua/ [Accesat: 30.09.2023]
13. LAZAR, J. *Sociologie de la communication de masse*. Paris: Armand Colin, 1991. 240 p. ISBN 978-2200312886