

OBIECTIVE EDUCAȚIONALE ALE ÎNVĂȚĂMÂNTULUI UNIVERSITAR JURNALISTIC

THE EDUCATIONAL OBJECTIVES OF UNIVERSITY JOURNALISTIC FORMATION

Zinaida GRIBINCEA, lector,
Universitatea de Stat din Moldova
zinaida_gribincea@yahoo.com

Rezumat

Acest articol cuprinde o analiză a obiectivelor învățământului jurnalistic, în raport cu schimbările de ordin tehnologic, care impun noi cerințe față de inserția în câmpul muncii a absolvenților facultăților de profil. Diversificarea competențelor profesionale necesare, reprezintă una dintre provocările actuale ale învățământului jurnalistic, ca reacție la cerințele pieței mediatice.

Cuvinte-cheie: obiective educaționale, competențe profesionale.

Summary

This article provides an analysis of journalistic education objectives in relation to the technological changes that impose new requirements on insertion into employment for graduates faculties. Diversification is one of the necessary professional skills that currently challenges the education in response to the market demands of journalistic media.

Keywords: educational objectives, professional skills.

Conturarea unei imagini obiective asupra calității învățământului jurnalistic presupune, în egală măsură, evaluări retroactive privind parcursul evolutiv al domeniului, dar și al tendințelor actuale, prin prisma principiilor, normelor, standardelor curriculare, a metodelor de instruire, a competențelor și finalităților educative și, nu în ultimul rând, din perspectiva indicatorilor privind angajarea studenților în câmpul muncii după absolvirea facultății de profil. În prezent, nu există o apreciere echilibrată, unitară și echivocă a mediului academic și a comunității mediatice referitoare la procesul de pregătire a cadrelor în domeniul mediatic, fiecare exprimând o poziție separată, viziuni și opinii, care accentuează faptul că domeniul de formare profesională necesită o resetare inovativă permanentă în acord cu cerințele pieței și ale principiilor moderne ale educației.

Actualmente, mediul academic de formare în jurnalism se confruntă cu o serie de probleme, care generează anumite disfuncționalități în planul eficienței instruirii, cum ar fi:

- ✓ metodele de instruire aplicate, cât și sistemul de efectuare a stagiilor de practică;
- ✓ latura aplicativă limitată, ca rezultat al colaborării ineficiente dintre universități și instituțiile media;

- ✓ insuficiența cadrelor didactice care nu aplică metode bazate pe experiență reală;
- ✓ interesul pentru crearea unor „școli vocaționale”, manifestat de instituțiile media, care nu sunt implicate suficient în domeniul instruirii studenților, angajatorii - reprezentanți ai acestor companii exprimându-și nemulțumirea față de calitatea pregătirii cadrelor;
- ✓ exigențe sporite ale mediului de afaceri în raport cu forța de muncă tânără, motiv pentru care absolvenții își găsesc mai greu un loc de muncă;
- ✓ lipsa unei baze de date la nivel național pentru monitorizarea inserției profesionale pe piața muncii a absolvenților de la jurnalism și a studiilor sistematice în baza cărora ar fi posibilă estimarea și evidențierea impactului sistemului educațional jurnalistic asupra performanțelor companiilor angajatoare din sectorul media[1].

Reieșind din vulnerabilitățile menționate, remarcăm că este dificil de a elabora o poziție clară privind raportarea competențelor profesionale la cerințele pieței mediatice, în condițiile în care estimările nu se bazează pe indicatori și fapte reale, iar pregătirea universitară nu are ca suport o analiză a necesităților instituțiilor angajatoare, cât și o evaluare a performanțelor tinerilor absolvenți la un anumit interval după angajare. Până în prezent, inserția profesională se face după o logică a conjuncturii, or, nu au fost formulate anumite criterii certe baza cărora orice absolvent poate candida de pe poziții concurențiale pentru un post de muncă, astfel, fiind posibil de a elimina, în mod expres, decalajul perceptiv al comunității academice și angajatori, privind competențele profesionale ale absolvenților.

O altă problemă, care are tendințe de cronicizare ori este deja percepută și perpetuată în calitate de mit, se referă la însăși natura relației dintre teoreticieni și practicieni, fapt ce influențează în mod anacronic colaborarea bilaterală (mediul academic-comunitatea mediatică).

O explicație plauzibilă a situației actuale în ceea ce privește existența unei falii între învățământul jurnalistic și realitățile din mass-media oferă profesorul clujean Ilie Rad: pe de o parte, cei din presă îi acuză pe profesori că sunt simpli teoreticieni, ruși de viața reală din presă, iar profesorii, la rândul lor, reproșează celor din presă că nu respectă standardele minime ale profesiei, că ignoră clauza de conștiință, că se transformă prea ușor din jurnaliști în propagandiști [2].

Mihai Guzun menționează că decalajul dintre teorie și practică s-a produs după prăbușirea sistemului totalitar, în anii '90 ai sec.XX când facultățile de profil au fost puse în situația de a ieși din tiparul parametrilor acceptați până la acea perioadă și erau în căutarea unor formule didactice noi. Astfel, transformările radicale care s-au produs în societate au dus la schimbarea obiectivelor învățământului jurnalistic, iar flagelul cel mai serios al jurnalismului sovietic a fost ruptura dintre teorie și practică [3].

Realitatea contextuală a învățământului jurnalistic este marcată de schimbări provocate de o diversitate de factori: transformări în planul configurației și ale cerințelor eșichierului practic, ce necesită o ajustare și armonizare permanentă între teorie și practică, tendințele actuale ale învățământului universitar în raport cu noua filosofie educațională etc., fapt ce implică abordări inovative, constructive față de procesul educațional în integritatea lui. Astfel, abordările bazate pe evaluarea competențelor

formate în cadrul învățământului jurnalistic sunt actuale și necesare pentru conturarea finalității acțiunii educaționale, dar și pentru instituirea unui echilibru funcțional între dimensiunea formativă și cea aplicativă a acestora.

Elaborările teoretice privind instruirea academică a specialiștilor în domeniul mediatic evidențiază diverse competențe profesionale pe care această categorie socio-profesională trebuie să le posede, ținând cont de faptul că absolvenții unei facultăți de profil vor activa într-un câmp profesional, ce se încadrează într-un ansamblu variat de relații, transformări sociale, provocări profesionale etc. De fapt, preocuparea mediului academic de profil constă în identificarea calităților și dezvoltarea competențelor necesare unui jurnalist calificat, capabil de a se integra în mediul profesional, astfel încât acesta să corespundă atât obiectivelor educaționale, cât și exigențelor pieței mediatiche. Competențele dezvoltate în mediul academic sunt variate din punct de vedere conceptual, iar utilitatea lor este estimată diferențiat din perspectiva viziunilor comunității academice, a angajatorilor, dar și a studenților.

Competențele, conform interpretării de sorginte pedagogică, reflectă capacitatea de a realiza o corelație dintre cunoștințe și abilități în contextul rezolvării unei sarcini concrete, ori reprezintă o totalitate de principii, scopuri ale învățământului și presupune, în plan conceptual, un anumit nucleu, structură și o metodologie de realizare. Cu aproximativ două decenii în urmă, Comisia Internațională UNESCO pe problemele învățământului a menționat patru competențe drept piloni de rezistență a mediului academic: *a învăța să cunoști, să știi; a învăța să faci; a învăța să trăiești; a învăța să conviețuiești într-un cadru social* [4]. Această poziție de perspectivă se pretează constructiv și cerințelor actuale privind formarea academică a jurnaliștilor.

- *A învăța să cunoști* este primul nivel al abordării bazat pe competențe, care presupune faptul că studentul dezvoltă anumite deprinderi, o anumită manieră, stil, ritm de dobândire a cunoștințelor noi, și cel mai important, abilități de aplicare a acestor cunoștințe în funcție de situații concrete, care necesită un răspuns complet, imediat și inedit. De fapt, a învăța să cunoști poate deveni obișnuință, iar ulterior, trăsătură de personalitate.

- *A învăța să faci*, al doilea nivel, este sinonim cu noțiunea de competență în sens larg, și se referă la acțiunile empirice care oferă posibilitatea de a rezolva diverse situații ce nu pot fi prevăzute la etapa inițială a oricărei activități. De fapt, aceasta semnifică transferul de la conceptul calificare către cel de competență propriu-zisă. Însușirea unui ansamblu de informații referitoare la anumite chestiuni, cunoașterea abordărilor teoretice, a modelelor, paradigmatelor specifice unui domeniu al cunoașterii nu semnifică rezolvarea chestiunii în cauză (de exemplu, cunoașterea genurilor de presă nu este un indicator al faptului că studentul va scrie un text, respectând toate rigorile caracteristice genului). Astfel, putem afirma că *a putea să faci* reprezintă o sinteză dintre teorie și practică, iar experiența repetată asigură performanța în domeniul jurnalistic. Deși decalajul dintre teorie și practică este în continuare una dintre problemele fundamentale în domeniul învățământului jurnalistic, cauzele situației sunt de fapt diverse.

- *A învăța să trăiești* este cel de-al treilea nivel al competenței. Odată cu conștientizarea acestui factor, activitatea umană devine mai eficientă. Cunoașterea de

sine este primul pas în descoperirea talentului, a aptitudinilor de creație și a regăsirii în mediul profesional respectiv, etc. Aplicat în jurnalism acest principiu semnifică următorul lucru, – că odată cu aprobarea specialităților, specializărilor, profilurilor, studentul are posibilitatea de a se realiza pe deplin, conform aptitudinilor de creație, convingerilor și opțiunilor proprii. Cea de-a doua fațetă a acestui nivel se referă la acțiunea de a învăța să trăiești într-un mediu stresant prin definiție, care te solicită, dar în care te regăsești ca profesionist.

- *A învăța să conviețuiești în cadru social.* Jurnalistul este reprezentantul unui mediu socioprofesional marcat de concurență și lucru în echipă. Acest nivel al competenței asigură calitatea muncii în echipă, calitatea relațiilor interpersonale, rezistența la stres, etc.

Competența profesională este, prin definiție, un concept universal, ce include cunoștințe științifice, abilități profesionale, independență, abilitatea de autoapreciere adecvată a rezultatelor muncii, un set de valori cultural-morale. În plan structural, competența profesională include:

- ✓ competențe practice (un nivel de cunoștințe și abilități tehnologice, care asigură capacitatea de reflectare a evenimentelor și faptelor sociale curente);

- ✓ competențe sociale (capacitatea de a fi responsabil și de a lua decizii);

- ✓ competența psihologică (conștientizarea culturii perceptive a publicului);

- ✓ competențe de comunicare (un nivel înalt al culturii comunicării, cunoașterea limbilor străine), competența ecologică (responsabilitatea față de activitatea profesională) [5].

În 2006, la Tartu (Estonia), a fost adoptată o declarație, în cadrul Adunării Asociației Europene de Formare în Jurnalism în care au fost nominalizate zece competențe necesare îndeplinirii sarcinilor profesionale:

- ✓ conștientizarea rolului social al jurnalistului și a schimbărilor specifice domeniului;

- ✓ abilitatea de a aborda teme și subiecte, ținând cont de obiectivele sociale și de producție a canalelor media;

- ✓ competențe de organizare și planificare a activităților redacționale;

- ✓ abilitatea de a identifica și obține rapid informații, utilizând tehnici tradiționale, cât și metode de cercetare a faptelor sociale;

- ✓ abilități de identificare a informațiilor principale în raport cu cele secundare;

- ✓ abilități de ordonare a informației în manieră jurnalistică, respectând rigorile specifice genurilor de presă;

- ✓ abilitatea de a expune informația într-o formă eficientă din punct de vedere lingvistic și jurnalistic;

- ✓ abilitatea de apreciere a rezultatelor activității și conștientizarea responsabilității pentru produsul mediatic creat;

- ✓ competențe necesare activității într-un mediu corporativ;

- ✓ pregătire necesară pentru activitatea în instituții media, dar și în calitate de freelancer. [6]

A. Хуторский, expert în domeniul organizării învățământului, identifică șapte competențe ce necesită a fi dezvoltate în procesul de formare academică: competența axiologică, competențe de ordin general, competența cognitivă, competența informațională,

competența de comunicare, competența socială și competența de autoperfecționare [7]. Dintre acestea, competența de autoperfecționare reprezintă un obiectiv al dezvoltării personale, dar și o garanție a succesului în activitatea profesională, jurnalistul fiind exponentul unei categorii socioprofesionale ce trebuie să răspundă permanent provocărilor profesionale, sociale, aceasta echivalând cu abilitatea și capacitatea de autogestionare a conduitei profesionale în acord cu cerințele și atribuțiile profesionale, cât și în conformitate cu normele deontologice specifice profesiei. În altă ordine de idei, autoperfecționarea este o metacompetență, ce depășește limitele mediului academic și se referă, în special, la profilul personalității jurnalistului, la abilitatea acestuia de a face față factorilor conjuncturali cu impact asupra comportamentului și a parcursului profesional.

Actualmente, există o serie de premise care determină reevaluarea competențelor, a conținutului standardelor curriculare, a modului de organizare a activității de predare-învățare-evaluare. Dezvoltarea spațiului informațional ca rezultat al realizărilor în domeniul tehnologiilor comunicaționale, cât și apariția fenomenului de convergență media implică noi parametri privind pregătirea calificată a cadrelor, capabile să activeze într-un mediu corporatist, convergent. În aceste condiții, jurnalismul convergent, ca gen al activității profesionale, vizează producția sistemică a materialelor de presă în cadrul unei redacții comune și distribuirea acestora prin diverse canale de comunicare. Convergența media este acel fenomen care anulează granițele stilistice, dintre genuri, ale producției media, accentuează semnificația parametrilor de piață media, iar aspectele tehnologice prevalează asupra celorlalte dimensiuni formative. Digitalizarea a dus la apariția a două fenomene sincrone: convergența media și universalizarea profesiei, cu alte cuvinte, formarea jurnalistului universal este o cerință inerentă a timpului. Apariția noului model conceptual, a jurnalistului universal, ridică problema îmbinării competențelor tradiționale care se dezvoltă în mediul academic, cu un spectru de abilități și deprinderi de ordin tehnologic, ingineresc, etc. Pentru îndeplinirea atribuțiilor profesionale e nevoie de „jurnaliști universali” [8], care posedă cunoștințe, abilități și deprinderi instrumentale, competențe necesare pentru a activa într-un mediu convergent, de asemenea, un sistem de valori corespunzătoare rolului social al profesionistului media, norme de conduită și etică profesională. O astfel de abordare a personalității profesionale a jurnalistului este posibilă doar în condițiile unui mediu educațional adecvat.

Profesorul Victor Moraru menționa în articolul „Основные тенденции развития журналистского образования в Молдове”, publicat în anul 2003 în revista „Информационное общество” (Moscow), necesitatea reconsiderării principiilor de pregătire a cadrelor de jurnaliști din perspectiva jurnalistului universal, polivalent, dotat de „suficiente abilități pentru a fi mobil, pentru a activa în sfera mediatică extinsă” [9].

Deprinderile cultivate în mediul academic trebuie să reprezinte un fundament solid pentru viitorul jurnalist universal, care poate să îndeplinească orice activitate în echipa redacțională, poate elabora și difuza materiale jurnalistice prin diverse canale media, posedă un nivel ridicat de cultură, cunoștințe profunde în domeniul științelor social-economice, politice, umanistice, responsabilitate socială și profesională, cunoaște necesitățile informaționale ale audienței, abilități de dobândire a informației cu ajutorul

comunităților interconectate în rețea, de a lucra în diverse sisteme (Drupal, Wordpress, JavaScript etc.), deprinderi de înregistrare și redactare a materialelor audio-foto-video.

Cercetătorul A Бермыс propune trei dimensiuni de alternativă ale competenței profesionale:

– dimensiunea constructivistă (competența este percepută ca dovadă a pregătirii în interacțiunea dintre cunoașterea teoretică și empirică; în condițiile mediului convergent dimensiunea constructivistă fiind primordială);

– dimensiunea lingvistică (în contextul jurnalismului convergent, vizează pregătirea jurnalistului pentru comunicare eficientă și participare în sensul diseminării informației către toți subiecții implicați în procesul informațional, la nivel de verbalizare și interpretare a textelor);

– dimensiunea culturologică (în cadrul acestui model, competența este apreciată ca proces de formare a personalității jurnalistului, care posedă o cultură profesională dar care poate, de asemenea, să rezolve sarcini jurnalistice ca parte a acestei culturi) [10].

Procesul de convergență media este însoțit de încă un fenomen – cea de-a treia revoluție globală profesională, care marchează apariția celui de-al treilea tip de profesioniști – transprofesioniștii, una dintre particularitățile cărora este capacitatea de a activa eficient într-un cadru corporativ.

Universalizarea procesului de formare profesională este echivalentă conceptului transprofesionalism, care este cea de-a patra direcție de evoluție a jurnalismului ca profesie, prima fiind etapa de liber profesionist, cea de-a doua – etapa profesiei de masă (presupune pregătirea cadrelor în universități), a treia – etapa paraprofesioniștilor (sunt cei care nu au pregătire specială în jurnalism, dar ating un anumit nivel de pregătire în paralel cu acumularea experienței). Unele dintre particularitățile transprofesioniștilor se referă la capacitatea de a activa eficient într-un cadru corporativ, cât și însușirea de către jurnaliști a unor identități profesionale adiționale, precum calitatea de expert într-un anumit domeniu) [11].

Într-un alt studiu al său, P. Малиновский determină următoarele competențe transprofesionale: specializare îngustă într-un anumit domeniu, capacitatea de comunicare interprofesională, capacitatea de sinteză a cunoștințelor la nivel transdisciplinar, abilități de lucru în echipă, efort permanent în scop de autoperfecționare, implicarea în ceea ce se numește *community of practice* (rețele profesionale și transprofesionale) [12].

Într-o redacție convergentă, jurnalistul trebuie să aibă pregătirea necesară de a prelua noi roluri: redactor-responsabil pentru colectarea / filtrarea și difuzarea informației relevante prin diverse tipuri de media; jurnalist mobil, jurnalist-analitic, care posedă abilități de a lucra cu baze de date, tabele, grafice, de a identifica legități și tendințe, de a prelucra și prezenta statistici; producător multimedia, responsabil de complexul informațional în integritatea lui; redactor-expert, care are o specializare îngustă într-un anumit domeniu; redactor, responsabil de crearea și coordonarea comunităților virtuale, deci de a menține activitatea la un nivel funcțional, eficient, constructiv [13].

Jurnalismul întrunește o serie de premise care impun abordări inovaționale permanente în domeniul instruirii academice, astfel diversificându-se și competențele

necesare viitorului profesionist. Schimbările de ordin tehnologic, economic și social necesită revizuirea valorilor profesionale ale domeniului jurnalistic în conformitate cu cerințele specifice epocii postmoderniste, digitale și globale.

Abordarea inovațională privind competențele cuprinde toate componentele domeniului: societate, procese redacționale, conținuturi mediatic, forma produsului mediatic, platforme mediatic, cât și profesia de jurnalist în integritatea ei [14]. Astfel, pentru fiecare componentă în parte pot fi identificate anumite competențe inovaționale:

Jurnalismul și componentele lui	Competențe inovaționale	Descrierea competenței
Societatea	participare	Utilizarea conținutului mediatic prin intermediul social media și a comunităților de rețea
Procesele redacționale	accesibilitate, transparență	Metode transparente de activitate
Conținutul mediatic	navigare	Conținut mediatic relevant bazat pe analiză detaliată, expresivă
Forma produsului mediatic	relatare	Utilizarea unor mijloace diverse de exprimare într-o manieră atractivă care permit construirea de sensuri prin înlănțuirea de raționamente
Platforma mediatică	krossmedia	Diseminarea eficientă a conținutului prin diverse media, fapt ce stimulează interactivitatea dintre participanții schimbului informațional
Profesia	întreprinzător	Abilitatea de abordare inovațională, din perspectiva principiilor economice ale produsului informațional, a procesului și ale platformelor de diseminare a informației în beneficiul societății.

Desigur, progresul tehnologic în domeniul comunicării de masa, tendințele sociale privind consumul mediatic impune formarea acelor competențe care asigură pregătirea jurnalistului în conformitate cu cerințele pieței mediatic. De exemplu școala franceză, mai exact Centrul de Formare în Jurnalism cu sediul la Paris, plasează accentele pe dezvoltarea unor competențe profesionale generale și pe însușirea unor elemente fundamentale de cultură profesională. În linii mari, viitorul jurnalist trebuie să demonstreze punctualitate, disponibilitate de a lucra extraprogram, abilitatea de a activa în condiții extreme, capacitatea de lucru în echipă, responsabilitate etc.

Școala germană, ca alternativă a modelului anterior, are o poziție mai pedantă în raport cu abordarea învățământului bazat pe dezvoltarea competențelor profesionale. O trăsătură distinctă - tendința de a prognoza și implementa schimbări ale mecanismelor

de formare profesională, astfel încât în rezultatul instruirii să se asigure succesul în plan profesional. Accentele se pun atât pe cunoașterea legităților pieței mediatică, cât și pe dezvoltarea abilității de a activa într-un mediu marcat de concurență. Într-un manual de specialitate foarte popular în Germania – *Practica jurnalistică*, într-o ediție revăzută și actualizată, capitolul referitor la măiestria jurnalistică este completat cu informații privind aspectele politice, economice ale jurnalismului; concepte teoretice care vizează legitățile funcționării pieței mediatică, marketingul media, metode de cercetare a eficienței influenței mediatică asupra audienței etc. Orientarea socială a jurnalismului se transformă, într-o anumită măsură, în business informațional, astfel, ideile, evenimentele și problemele reflectate în media au un anumit echivalent financiar, iar jurnalistul caută să prezinte publicului, în primul rând, informația care se vinde mai ușor [15].

În prezent, cunoașterea domeniului mediatic se bazează pe o totalitate de reprezentări despre mass-media, ori concepții care atribuie informația în categoria marfă. Creația este percepută ca tehnologie de producere a acestei mărfi, iar diseminarea informației se înscrie în categoria politicii mediatică. Astfel, în condițiile concurenței, tehnologiile clasice ale jurnalismului bazate pe formula colectare-interpretare-difuzare a informației trece într-o altă dimensiune – cea utilitară, de piață, care cuprinde componentele producere-distribuire-redistribuire, iar societatea reprezintă mediul informațional (media) care consumă [10].

În opinia mai multor specialiști, jurnalistul contemporan posedă o serie de calități personale și profesionale, fundamentale dintre acestea fiind următoarele: cunoștințe profunde în domeniul științelor umanistice, responsabilitate profesională și socială, nivel înalt de cultură, competențe necesare activității profesionale sub toate aspectele, reflexivitate dezvoltată, capacitatea de conștientizare a rolului primordial al mass-mediei în societatea contemporană și înțelegere a particularităților de funcționare a diverse tipuri de media, capacitatea de autodezvoltare și autoperfecționare [15].

Din perspectiva pronosticării pedagogice, învățământul jurnalistic trebuie să aibă drept finalitate formarea de competențe, dar și orientarea, motivarea către autodeterminare, astfel încât absolventul unei facultăți de profil să fie capabil de a activa într-un mediu informațional marcat de concurență acerbă:

- concurență la nivel internațional (jurnalistul trebuie să fie capabil de a reprezenta orice instituție mediatică în spațiul informațional global);
- concurență la nivelul instituțiilor media locale (pentru obținerea unui raiting înalt);
- concurență la nivel interpersonal (concurența la nivel de echipă; lupta pentru exclusivitate);
- concurență intrapersonală, presupune existența unui mecanism de autoperfecționare permanentă. Realitatea însă este următoarea: ziarul trăiește o singură zi, astfel, oricâtă popularitate are jurnalistul în opinia audienței astăzi, nu este suficient și pentru ziua de mâine. [16].

În concluzie putem afirma că în procesul de instruire accentele trebuie să se pună, în egală măsură, pe dezvoltarea capacității concurențiale, dar și a culturii morale a jurnalistului, care în prezent este apreciată diferențiat de către public ori contestată uneori

și de către colegii de breaslă, fapt reiterat frecvent în cadrul unor reuniuni profesionale, cât și în notificările instituțiilor de profil care au misiunea de a evalua acest aspect al activității profesionale. O concurență constructivă va determina apariția unui produs informațional nou, original, de utilitate socială, care va corespunde cerințelor pieței și audienței.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Chișu Lucian. "The dark side of the Moon" sau despre fața nevăzută a jurnalismului de tip academic. În: Industria media și învățământul jurnalistic. București: Tritonic, 2014.
2. Rad Ilie. De ce există o falie între învățământul jurnalistic și realitățile din mass-media? În: Industria media și învățământul jurnalistic. București: Tritonic, 2014
3. Guzun Mihai. Relațiile dintre învățământul jurnalistic și presa din spațiul ex-sovietic. O abordare diacronică. În Industria media și învățământul jurnalistic. București: Tritonic, 2014.
4. Learning: The Treasure Within: Report to UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-first Century. [On-line]: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590eo.pdf>. (Accesat 15.02.2016).
5. Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий. [On-line]: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>. (Accesat 12.02.2016).
6. Drok Niko. The Shift of Professional Competences in Journalism Education. [On-line]: <http://www.mediascope.ru/node/859> (Accesat 12.02.2016).
7. Курбакова Е. В. Структура компетентного подхода в журналистском образовании. În: Вестник Нижегородского университета им Н. И. Лобачевского, 2014, № 2 (2), pp. 448- 451.
8. Randall David. Jurnalistul universal. Iași: Polirom, 1998.
9. Морару Виктор Основные тенденции развития журналистского образования в Молдове. În: Информационное общество (Москва), 2003, вып. 3, pp.13-16.
10. Шестеркина, Л. П. Формирование профессионально-личностной компетентности студента-журналиста. În: Ученые записки ЗабГУ. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения, 2012, № 6, pp. 159-162.
11. Малиновский П. Глобальная профессиональная революция. [On-line]: <http://www.dzvalosh.ru/01-comm/statii/konec-ery/1-8.htm> (Accesat 20.01.2016).
12. Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий. [On-line]: <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>. (Accesat 12.02.2016).
13. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Москва: Аспект Пресс, 2010.
14. Drok Niko. Op. cit.
15. Андреева Ю. В. Педагогическая прогностика тенденций совершенствования обучения и саморазвития конкурентоспособности журналиста. [On-line]: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2007/sec6/S6_02.pdf (Accesat 12.02.2016).
16. Ibidem.