

REDACȚIILE MEDIA DE TIP CONVERGENT: STRUCTURĂ ȘI CONȚINUT

Maria GUGULAN

Primul pas important spre implementarea și adoptarea convergenței mediatice este amenajarea/restructurarea redacției de știri – spațiul de lucru unde se produce conținutul mediatice de tip convergent.

Trecerea la redacția convergentă se face în mod diferit, în diferite țări ale lumii. Din practica internațională constatăm că nu există o regulă universală pe care trebuie să o respecte cu strictețe fiecare redacție care trece la modul de lucru convergent. Unii încep prin optimizarea spațiului de lucru (unesc mai multe redacții împreună, micșorează numărul de angajați sau construiesc redacții noi), alții pornesc pe această cale prin pregătirea personalului și apoi schimbă structura redacției. Cercetătorul rus I. Kiriya a identificat trei etape de bază pentru trecerea la redacția convergentă. Prima etapă presupune schimbarea procesului de producție a informațiilor și adaptarea la cerințele actuale ale consumatorului. Reporterilor li se cere să utilizeze noile tehnologii în procesul de documentare și producție a materialului jurnalistic, care urmează a fi distribuit pe diverse platforme. Redacția de știri este formată în continuare din departamente, în care se face planificarea tradițională, iar de „ambalarea” produsului mediatice se ocupă redactorul-șef. Managerii instituțiilor mediatice optează pentru

ȘTIINȚE SOCIALE

Jurnalism și științe ale comunicării

acest model pentru a economisi resurse, deoarece un reporter produce materiale pentru mai multe tipuri de media simultan. În a doua etapă de trecere la redacția multimedia au loc schimbări la nivelul departamentelor. Mai exact, acestea nu mai sunt separate pentru fiecare tip de media (ziar, radio, TV sau online), ci devin universale (comune pentru toate platformele de difuzare ale organizației mediatică). Ultima etapă se referă la schimbările ce au loc în procesul de distribuire a produselor mediatică. În mediu convergent, nu fiecare platformă decide de ce informații are nevoie și în ce formă, ca mai apoi să solicite departamentelor informațiile necesare, ci este constituit un singur serviciu (redacția centralizată), care distribuie informațiile pe toate platformele disponibile. Prin acest model de activitate redacțională, diversele platforme sunt privite ca diverse forme de a transmite informația [1].

Din punct de vedere structural, redacția trece prin modificări semnificative ca urmare a trecerii la modul de lucru în sistem convergent. Redacțiile tradiționale, care pe orizontală erau structurate în departamente, iar pe verticală – conform ierarhiei funcțiilor deținute, în formatul convergent sunt structurate pe zone de lucru corespunzătoare etapelor de producere a materialelor jurnalistice: colectarea datelor, redactarea textului, editarea materialului și difuzarea produsului.

În redacțiile convergente, elementul central este biroul multimedia, de unde sunt supervizate toate operațiunile de producție și difuzare a informației pe platforme multiple. Ideea pe care se pune accentul este de a elimina diferența și barierele dintre jurnaliștii clasici și jurnaliștii web. Spre exemplu, *The Daily Telegraph*, din Marea Britanie a folosit o structură de tip roată: departamentele de conducere sunt plasate în mijlocul unei încăperi mari, iar pe fiecare din spițele roții sunt aliniate departamentele cu pagini „la zi” (economic, sport, politică externă etc.). La marginile încăperii sunt amplasate departamentele care sunt mai puțin preocupate de actualitate [2]. Or, amplasarea birourilor într-o clădire și decorul specific influențează modalitățile prin care membrii organizației interacționează unii cu alții și cu clienții din exterior și exprimă simbolic sentimentele generate de aceste interacțiuni [3].

Un exemplu concludent de redacție convergentă, în care a fost minuțios gândit atât aspectul structural, cât și cel funcțional, este redacția de știri a *Centrului de Inovație Media* din Ganesville, SUA, care și-a început activitatea convergentă în septembrie 2013. Până atunci, posturile de radio și de televiziune ale organizației erau amplasate în spații îndepărtate în clădire: televiziunea – la subsol, radioul – la etajul unu, iar departamentele de sport și meteo – la etajul al doilea. În prezent, instituția media are o singură încăpere, care se ridică pe spațiul a două etaje, în care jurnaliștii de radio, televiziune și on-line lucrează împreună și fac schimb de idei și informații. Coordonarea întregii activități a redacției multimedia se face de la un birou, care are formă de semicerc, aflat în mijlocul încăperii. De la acest birou este evaluat stadiul în care se află știrea, din etapele de preproducție și producție, până la editarea și difuzarea produsului final. La biroul central stau și editorii de la site-ul de știri și producătorii jurnalului principal de televiziune, care ajută la coordonarea fluxului de producție pentru toate platformele instituției. Biroul central, numit *superdesk* de către angajații instituției, „este străjuit de panouri pe care apar toate știrile la care se lucrează și unde este precizat stadiul în care se află, în orice moment, producția acestora” [4, p.173].

În Republica Moldova, la etapa actuală, numărul redacțiilor convergente este redus, motivul fiind lipsa resurselor financiare pentru dotarea tehnică corespunzătoare.

De o astfel de redacție dispun doar holdingurile *General Media Group* și *Jurnal Trust Media*, care au fost create în anul 2010. În cazul GMG, posturile de televiziune *Publika TV*, *Canal 2*, *Canal 3* și *Prime TV* au o redacție comună. Aceasta se ridică pe spațiul a două etaje, fiind în formă de semicerc. Deși împart aceeași redacție, fiecare post de televiziune își are propriul studio. La etajul întâi, se află studioul *Publika TV*, regia, secția de grafică, *camera cromă* (unde sunt realizate diverse inserții grafice, virtuale și video, precum și promo-uri și spoturi) și o parte din birourile reporterilor și editorilor. La etajul doi, în mijlocul încăperii, se află sala de ședințe, pe care personalul instituției o numește *acvariu* – un birou transparent unde se planifică și se coordonează întreaga activitate a redacției. Editorii și redactorii-

ȘTIINȚE SOCIALE

Jurnalism și științe ale comunicării

șefi se reunesc aici de trei ori pe zi – orele 8.00, 14.00 și 19.00 – pentru a analiza propunerile de subiecte, unghiul de abordare a acestora și ordinea difuzării în buletinele informative de la fiecare din cele patru posturi televizate. De o parte și de alta a sălii de ședințe sunt amplasate, la fel ca la etajul întâi, birourile reporterilor, jurnaliștilor on-line și editorilor de la cele patru posturi televizate.

În cazul *Jurnal Trust Media*, redacțiile sunt separate din punct de vedere structural, dar se află în aceeași clădire, iar jurnaliștii activează, mai mult sau mai puțin, în mediu convergent. Aceștia fac schimb de informații, folosesc în comun instrumentele tehnice și se promovează reciproc, iar managerii instituției se reunesc regulat pentru a face schimb de idei și a dezvolta proiecte speciale. Informația este prezentată în diferite moduri: în format text pe site-ul instituției sau ziar, video – la postul de televiziune și site, și audio – la postul de radio.

Totuși, deși la nivel structural redacțiile *GMG* și *Jurnal Trust Media* sunt, mai mult sau mai puțin, convergente și dispun de tehnologie de ultimă generație, activitatea jurnaliștilor se desfășoară după modelul tradițional. Fiecare platformă a celor două instituții își are propriii jurnaliști, care produc sau adaptează conținutul mediatic.

Așadar, în contextul mediatic contemporan, tranziția la redacția convergentă este o evoluție firească a lucrurilor. Dezvoltarea tehnologiei digitale și, implicit, schimbarea obiceiurilor publicului de a se informa, de a recepționa mesajul jurnalistic și a relaționa, silesc, practic, organizațiile mediatice să facă această schimbare. Succesul noului tip de redacție depinde atât de strategia pe care o adoptă instituția media pentru a face această trecere, cât și de atitudinea membrilor redacției față de noile reguli de activitate.

Referințe:

1. *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные [on-line]* / Под ред. А.Г. Качкаевой. Москва, 2010. 200 с. [Accesat: 04.05.2017] Disponibil: <http://www.newsman.tsu.ru/2014/02/zhurnalistika-i-konvergenciya-pod-red-a-kachkaevoj/>
2. SCHIOP, A. Noile trenduri media, dezbătute la Conferința Națională a Presei. În: *România Liberă*, 29 septembrie 2008. [Accesat: 23.02.2017] Disponibil: <http://www.romanialibera.ro/cultura/arte/noile-trenduri-media-dezbatute-la-conferinta-nationala-a-presei-135310>

3. ASHKANASY, N.M., WILDEROM, C.P.M., PETERSON, M.F. *The Handbook of Organizational Culture and Climate*. Second Edition. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000. 664 p.
4. ȘUȚU, R. M. *Fără granițe: Efectele digitalizării în redacțiile de știri*. București: Editura Universității din București, 2015. 276 p.