

COMPETENȚE ȘI ABILITĂȚI PROFESIONALE ALE ANGAJAȚILOR INSTITUȚIILOR MEDIA DE TIP CONVERGENT

*Maria GUGULAN,
doctorandă*

În condițiile convergenței mediatice se conturează două aspecte de bază ce vizează activitatea jurnalistică: pe de o parte, jurnaliștii se confruntă cu provocări majore la adresa rutinelor profesionale și a practicilor de muncă, deoarece, pe lângă bagajul de cunoștințe legat de scriitura jurnalistică jurnalistul trebuie să dea dovadă de abilități sporite în domeniul tehnologiei informaționale și să se adapteze noilor împrejurări, iar pe de altă parte, în noile condiții, jurnaliștii au la dispoziție o gamă variată de instrumente de lucru pentru colectarea, pregătirea și distribuirea conținutului mediativ pe platforme multiple, ceea ce contribuie la sporirea calității muncii jurnalistice, astfel încât să răspundă cerințelor actuale ale consumatorului. În acest sens, scopul acestui articol este de a evidenția principalele schimbări în activitatea jurnaliștilor generate de implementarea noilor tehnologii și adoptarea convergenței mediatice.

Jurnalistul în condițiile convergenței mediatice. În linii generale, abordarea profesiei de jurnalist ca set de practici a fost favorizată atât de sociologi, cât și de istorici. „Acest tip de conceptualizare are avantajul că poate încorpora atât o dimensiune concretă, cât și una simbolică”[1, p. 93]. Potrivit lui Mihai Coman, câmpul profesional jurnalistic este eterogen și complex [2]. Este vorba de o activitate în continuă schimbare și greu de cuantificat. Sociologul francez Rémy Rieffel susține că jurnalistul este un reflector al realității care produce actualitatea și evenimentele. Identitatea socială a acestei profesii este însă foarte vagă, la aceasta concurând definiția tautologică și caracterul prea deschis. „Jurnalismul nu este o profesie în sensul sociologic al cuvântului, cel puțin dacă îl comparăm cu alte profesii liberale, cum ar fi acelea de medic sau de avocat, care se definesc prin existența unor cunoștințe recunoscute, a unui program de

studii bine determinat, a unui control al confrăților și a unei deontologii constrângătoare. În schimb, jurnalismul se apropie de aceste meserii, dacă reținem propunerile lui Everett Hughes, care insistă asupra unui mandat social al acestei profesii (informarea publicului) și asupra secretelor deținute de inițiați pe care le vehiculează“[3, p. 131].

Așadar, într-un cadru mai larg de referință, profesia de jurnalist este identificată cu dorința și capacitatea jurnaliștilor de a îndeplini un rol social. Potrivit Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, „jurnalistul este persoana care își câștigă mijloacele de trai prin colectarea, redactarea și publicarea de informații referitoare la fapte și evenimente de interes public, cu scopul diseminării publice“[4]. Cercetătorul francez Denis Ruellan consideră că acest rol se referă la furnizarea informațiilor de care cetățenii au nevoie pentru a-și exercita drepturile și îndatoririle democratice și la funcționarea mass-mediei ca a patra putere în stat[5]. Colin Sparks și Slavko Splichal descriu însă jurnalismul ca ocupație instabilă și fluidă, „sensibilă la schimbările sociale și tehnologice, fapt ce face ca obiectul activității sale să varieze de la o perioadă istorică la alta și de la o țară la alta“[6]. Totodată, „dezvoltarea tehnologică mărește câmpul celor care pot fi considerați jurnaliști, și ceea ce poate fi privit ca jurnalism, iar consensul tot mai larg asupra calităților care țin de acest domeniu suferă schimbări“[7], consideră Barbie Zelizer. Totuși, dincolo de exigențele legate de tehnologie, cercetătoarea e de părere că activitatea jurnalistică se referă la transmiterea organizată, în mod public, a tot ce poate fi considerat o relatare despre ceea ce se întâmplă în lume.

Pe firul aceleiași idei, M. Palmer și D. Ruellan [8] îl descriu pe jurnalistul zilelor noastre ca pe un adevărat „om-orchestră”: un operator care utilizează tehnologii din ce în ce mai complexe, care a trecut de la creion la mașina de scris, dotându-se progresiv cu telefon, casetofon, cameră și computer. Odată însușite aceste competențe noi, jurnalistul i-a înlocuit pe cameraman, pe dactilografă, pe fotograf, pe machetator, integrând astfel în procesul de producție sarcini independente de misiunea sa.

În condițiile convergenței mass-media, jurnaliștii trebuie să dea dovadă de aptitudini universale sau, altfel spus, să fie „jurnaliști universali”. 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. Rémy Rieffel numește această calitate prin noțiunea de „polivalentă”: „a fi din ce în ce mai mult situat la intersecția mai multor traiectorii și domenii”[9]. La rândul său, cercetătorul american Rich Gordon numește acest nou model de jurnalist „backpackjournalist”, adică jurnalist care transportă cu el tot echipamentul necesar pentru a produce conținut pentru toate tipurile de media. Aceasta presupune însă specializare multidisciplinară și responsabilități suplimentare pentru jurnaliști, ceea ce îi pune în dificultate, în mod special, pe jurnaliștii cu experiență, care au activat anterior în redacții tradiționale, mai departe de tehnologie. Aceștia nu reușesc, de cele mai dese ori, să țină pasul cu noile tehnologii, de aceea sunt nevoiți să se retragă [10]. Aidan White consideră că această exigență de calificare multiplă, impusă de fenomenul de convergență, contribuie la marginalizarea activității jurnalistice creative. Se pune accentul mai mult pe partea tehnică, decât pe însușirea și respectarea de către jurnaliști a principiilor de bază ale acestei meserii. Or, e important ca întâi de toate, conținutul informațiilor să fie fiabil, relevant și de calitate. Dacă acesta nu răspunde exigențelor în materie de calitate jurnalistică, noile media nu fac decât să amenințe nivelul normelor și subminează încrederea publicului față de mijloacele de informare în masă, susține White. Pregătirea jurnalistică, precum și jurnalismul în sine, trebuie să se adapteze la noile condiții, dar fără ca aceasta să fie în detrimentul calității[11].

O viziune diferită asupra acestei tematici este propusă de A.A.Калмыков, care consideră că, în condițiile actuale, mai corect ar fi să vorbim despre *transprofesionalism*, decât despre *universalismul jurnalistului*. Invocând ideea expusă de istoricul britanic G. Perkin privind *revoluția profesională*, Калмыков susține că fenomenul convergenței mass-mediei este însoțit de un alt fenomen: a treia revoluție profesională la nivel mondial, care generează un nou tip de profesioniști – *transprofioniștii*, caracteristica de bază a acestora fiind posibilitatea

unei activități creative eficiente[12]. Acest fenomen nu este caracteristic doar domeniului jurnalismului, ci tuturor domeniilor de activitate. Spre exemplu, în anul 2008, Premiul Nobel pentru chimie a fost obținut de către reprezentanții unei discipline conexe – trei biologi – pentru desoperirea proteinei verzi fluorescente.

Experții au identificat următoarele competențe *transprofesionale* de bază: specializarea îngustă într-o anumită profesie; capacitatea de a comunica interprofesional și sinteza transdisciplinară a cunoștințelor; orientarea spre combinarea cercetărilor fundamentale cu rezolvarea practică a problemelor; abilități de lucru în echipă, de autodezvoltare continuă, precum și intrarea în ceea ce a primit denumirea de *community of practice* (rețea profesională și transprofesională)[13].

Potrivit lui Калмыков, spre deosebire de *transprofesionalizare*, *universalizarea*, ca tendință, stimulează specializarea.

Preocupată de influența convergenței mediatice asupra profesiei de jurnalist, cercetătoarea de la Universitatea Catolică din Louvain, Amandine Degand, a realizat un studiu în 11 redacții de știri din Belgia, în rezultatul căruia identifică patru elemente majore ce influențează, actualmente, această profesie:

Noi suporturi pentru expunerea informațiilor, care implică sarcini suplimentare și abilitatea de a publica pe diverse platforme mediatice. Totuși, jurnaliștii belgieni mărturisesc că, deși strategia editorială a organizațiilor pentru care lucrează s-a schimbat, în sensul că, acum, informația este publicată în diferite forme, pe toate platformele media disponibile, nu sunt obligați să pregătească ei materialul pentru toate aceste platforme. Ceea ce li se cere este să informeze la timp colegii despre informația pe care o dețin;

Accelerarea ritmului de producție, urmare a revizuirii noțiunii de „termen limită” pentru pregătirea materialului jurnalistic. În era digitală, jurnalistul trebuie să publice cât mai rapid informația, în unele cazuri chiar în timp real;

Relația cu sursele, care, în unele cazuri, s-a virtualizat. Unii jurnaliști estimează că sursele din mediul online sunt tot mai

numeroase și, drept urmare, mai greu de verificat. Mai mult, acestea nu au nevoie, de cele mai dese ori, de jurnaliști pentru a-și expune punctul de vedere, diminuându-se astfel rolul mass-mediei.

Relația cu publicul. Consumatorul are libertatea de a alege ce informație accesează, când și unde. Acesta are, de asemenea, posibilitatea de a relaționa cu autorul materialului jurnalistic, de a comenta sau a-și expune opiniile prin intermediul platformelor participative etc. Acest lucru, potrivit jurnaliștilor belgieni, ar putea duce la degradarea calității conținutului jurnalistic, deoarece jurnalistul este tentat să publice informațiile care atrag un număr mare de vizualizări [14,133 -136].

Cert este că, indiferent de mediul în care activează (convergent sau tradițional), rolul jurnalistului în societate trebuie analizat prin prisma unui set de valori universal acceptate ce construiesc identitatea jurnalistică. Literatura de specialitate legată de investigarea valorilor este substanțială. Jeremy Tunstall (1970, 1971, 1977) este printre primii care a investigat diverse aspecte ale vieții profesionale ale jurnaliștilor, arătând că există atribute comune, indiferent de specializarea acestora (corespondenți regionali, redactori de ziar, directori de difuzare etc.), iar Anthony Smith (1978) ajunge la concluzia că valorile jurnalistice suferă anumite schimbări în timp, în funcție de noile contexte în care lucrează jurnaliștii [7, 35]. Sintetizând studiile realizate de Golding și Elliott (1979), ale lui Merritt (1995) și Kovach și Rosentiel (2001), Mark Deuze enunță următoarele cinci valori de bază la care se raportează jurnaliștii în activitatea de zi cu zi:

Serviciul public. Jurnaliștii acționează ca niște câini de pază ai societății, prin colectarea și difuzarea informațiilor relevante și esențiale;

Obiectivitatea. În viziunea lui Mark Deuze, acest concept este sinonim cu imparțialitatea, neutralitatea și credibilitatea. Unii autori consideră că obiectivitatea poate avea un statut incert în contextul actual, în care valoarea de neutralitate nu poate fi ușor evaluată. Frank Russell, evocat de R.M. Șuțu, optează pentru conceptul de corectitudine în loc de obiectivitate. Iar Merrill și Lowenstein (1979)

plasează, în tipologia lor, prezentarea obiectivă a știrilor pe primul loc și o consideră funcția de bază a presei americane tradiționale[1, 95];

Autonomia profesională. Deuze specifică faptul că este esențial ca jurnalistul să fie autonom, liber și independent în munca sa, demonstrându-și astfel loialitatea față de public;

Caracterul imediat. Jurnaliștii, în mod special cei care lucrează în domeniul știrilor, trebuie să aibă un simț acut al imediatului, al actualității și vitezei. Mihai Coman îl numește „simțul urgenței“, specificând că informația este un produs perisabil, iar știrile sunt cu atât mai valoroase cu cât evenimentele sau faptele despre care se relatează sunt mai recente[15]. În era tehnologiilor digitale, noțiunea de viteză își sporește importanța. Internetul a accelerat viteza de circulație a informației într-o asemenea măsură încât jurnalistul poate transmite, în timp real, evenimentele de oriunde din lume;

Etica jurnalistică. Acest concept este definit de M. Deuze în raport cu validitatea și legitimitatea demersului de a obține și difuza informații relevante pentru societate. Deși opiniile față de necesitatea unui cod care să reglementeze activitatea jurnaliștilor din perspectivă etică încă provoacă dezbateri aprinse în întreaga lume, jurnaliștii împărtășesc necesitatea respectării, în munca lor, a normelor etice[16].

Trecerea la sistemul convergent reclamă, suplimentar, o inițiere a jurnaliștilor în domeniul tehnologiilor digitale. Aceștia trebuie să se familiarizeze în continuu cu noile apariții în domeniu și să le implementeze în activitatea lor jurnalistică. Potrivit lui Jeffrey Wilkinson competențele tehnice și abilitățile necesare jurnaliștilor care activează în redacție convergentă sunt:

- Să posede cunoștințe în ceea ce privește utilizarea computerului;
- Să scrie știri de lungimi și formate diferite;
- Să cunoască programe de editare a fotografiilor în sistem digital;
- Să poată edita fișiere audio și video digitale;
- Să fie capabil să folosească un telefon inteligent în scopul colectării informațiilor sub formă de fotografii, video, audio;

- Să încarce și să descarce conținut în diverse formate pe internet;
- Să aibă cunoștințele necesare pentru crearea unui site web;
- Să transmită și să primească conținut audio și video în sistem *live text*, prin *webcam*, mesagerie instant și *podcasting*[17]

Deși majoritatea studiilor evidențiază importanța cunoașterii diverselor tehnologii, unii cercetători atrag atenția asupra faptului că la fel de importantă este și schimbarea mentalității jurnaliștilor. Suntem de acord cu A. Grant, care susține că jurnalistul multimedia trebuie să gândească total diferit de cel obișnuit să lucreze în mass-media tradițională, să conștientizeze că știrile produse de el vor fi distribuite pe diverse platforme, iar el trebuie să cunoască punctele forte ale fiecăreia, pentru a include în produsul final elementele specifice fiecărui mediu[18]. A difuza informațiile pe diverse platforme nu înseamnă a oferi publicului același produs mediatic. Simpla mutare a unei știri dintr-un mediu în altul, fără a adapta formatul și conținutul la specificul mediului respectiv nu se numește jurnalism convergent. Ari Valjakka, redactor șef al companiei Turun Sanomat din Finlanda, e de părere că atunci când jurnalistul știe să folosească atuurile fiecărui tip de media, cum ar fi viteza internetului, vizibilitatea televiziunii și informațiile de context ale presei scrise, pericolul trivializării actului jurnalistic se poate transforma în avantaj[1]. Consumatorii și-au schimbat obiceiurile de recepționare a informației, de aceea și jurnaliștii trebuie să-și schimbe obiceiurile de realizare a produsului mediatic, pentru a-i oferi o valoare informațională mai mare și pentru a fi la înălțimea așteptărilor publicului.

De-a lungul anilor, percepția angajatorilor referitoare la abilitățile pe care trebuie să le aibă jurnaliștii s-a schimbat semnificativ. În baza unui sondaj, la care au participat editori de la 311 ziare americane, cercetătorii Pierce și Miller au încercat să afle cum s-au modificat așteptările acestora față de noii jurnaliști în decurs de 16 ani. La începutul intervalului, în anii '90, cei mai mulți dintre editorii chestionați considerau că, pentru a fi angajați, absolvenții școlilor de jurnalism trebuie să demonstreze că scriu bine și cunosc principiile etice ale acestei profesii. După 16 ani, dezvoltarea

tehnologică și internetul au produs schimbări majore în domeniul jurnalismului, iar rezultatele sondajului realizat la finalul intervalului arată că editorii și-au schimbat și ei așteptările în ceea ce privește potențialii angajați. Dacă în anii '90 abilitățile tehnice erau la finalul clasamentului cerințelor editorilor, acum, acestea se află printre primele în clasament, după scriitura jurnalistică de calitate. Potrivit autorilor studiului, pe lângă capacitatea de a scrie bine și corect jurnaliștilor li se cere să dea dovadă de:

- Capacitatea de a scrie știri pentru platforme diferite, pe subiecte diverse;
- Capacitatea de a crea elemente specifice jurnalistice pentru formate diverse;
- Obiectivitatea și depășirea eventualelor simpatii și antipatii personale;
- Cultivarea și menținerea surselor, prin dezvoltarea unor relații de încredere reciprocă;
- Cunoașterea legislației relevante pentru practicarea meseriei de jurnalist;
- Capacitatea de a prezenta știri în direct și de a se exprima în formate diferite;
- Capacitatea de a face fotografii și de a filma;
- Capacitatea de a folosi softuri diferite pentru a scrie, edita și produce pentru presa scrisă, audiovizuală și online[19].

Iar lista cerințelor tehnice față de jurnaliștii care activează în redacții convergente se poate mări de la o zi la alta, în funcție de evoluția tehnologiei digitale. Cu toate acestea, împărtășim opinia cercetătorilor americani Stephen Quinn și Vincent F. Filak că, „dacă poți scrie bine pentru o platformă, vei putea scrie la fel de bine pentru orice platformă”[20, 156].

Cercetătorii din SUA Michael Cremadas și Suzanne Lysak[21] au desfășurat un sondaj online la nivel național în cadrul televiziunilor locale afiliate rețelelor americane ABC, CBS, NBC și FOX, pentru a analiza stadiul producției de știri online. Studiul s-a concentrat atât pe conținutul web, cât și pe cerințele directorilor de știri privind abilitățile potențialilor angajați. Rezultatele cercetării arată că aceștia dau prioritate jurnaliștilor care demonstrează capacități de lucru cu noile tehnologii.

Totodată, studiul scoate în evidență faptul că mediul online ocupă rolul principal în redacțiile de știri locale.

Despre schimbările din ultimii ani din domeniul jurnalismului vorbesc și jurnaliștii români și americani intervievați de Rodica Melinda Șutu în cadrul unui studiu realizat în 2013-2014[1]. Aceștia consideră că, în mediul convergent, granițele profesiei se lărgesc. Definiția jurnalistului a devenit mai complexă, deoarece alături de creatorii de conținut tradiționali, adică reporterii, editorii și redactorii, sunt incluși și cei care se ocupă de imagine, sunet și new media. Prin adoptarea noilor tehnologii se formează o cultură redacțională nouă, în care normele și valorile sunt redefinite, reasezate și actualizate permanent. Ierarhia formală din redacția tradițională este răsturnată, deoarece reporterul preia responsabilitatea editării și difuzării informației. Din perspectivă funcționalistă, misiunea jurnalistului rămâne aceea de a culege informațiile, de a asambla conținutul și de a transmite mesaje relevante pentru public, însă identitatea sa profesională a evoluat, deoarece include abilități și competențe noi, specifice activităților în sistem convergent. Dincolo de talentul de povestitor, jurnalistul convergent este capabil să transmită mesajul în formate și pe platforme diverse, prin folosirea computerelor, tabletelor și a telefoanelor inteligente, a programelor de editare a imaginii și sunetului, precum și a rețelelor de socializare.

Condiții noi de lucru, funcții noi. La nivelul structurii organizaționale, convergența media presupune apariția unor funcții noi în rândul jurnaliștilor. Autorii studiului *Principles of Convergent Journalism (Principiile jurnalismului convergent)*, publicat în 2009, Wilkinson, Auguste E. Grant și Douglas J. Fisher vorbesc despre apariția a doua categorii noi de profesioniști media: așa-numiții „*storybuilder*” și „*newsflow editor*”[22].

Storybuilder este acea persoană care se ocupă de redactarea textului, de poziționarea sa în pagină/grila de emisie asemeni editorului-șef sau producătorului. Spre deosebire însă de editorul unei redacții tradiționale, care are grijă de apariția materialelor într-un singur mijloc de informare în masă, *story builder* coordonează difuzarea informațiilor pe mai multe platforme informaționale

concomitent. El trebuie să ia decizia referitoare la detaliile care trebuie să însoțească un anumit material pentru diferite tipuri de media, astfel încât acesta să fie pe înțelesul cititorului, telespectatorului, radioascultătorului. Altfel spus, trebuie să dispună de abilitatea de a prezenta povestea în orice formă media i-ar plăcea consumatorului.

Newsflow editor sau *coordonatorul redacției* este persoana care comunică direct cu reporterul, redactorul, fotograful etc., pentru a fi la curent cu evoluția evenimentelor de pe teren. El trebuie să determine în ce format, în ce ordine și pe care platformă mediatică urmează a fi difuzate materialele jurnalistice.

La Ifra Newsplex din cadrul Universității South Carolina, SUA, au fost create patru roluri specifice redacției convergente, care nu țin cont de domenii de specialitate sau ocupații anterioare. Caracteristicile acestor funcții noi sunt descrise de Stephen Quinn și Vincent F. Filak în cartea *Convergent Journalism: An Introduction (Jurnalism Convergent: O Introducere)*, în baza mărturisirilor făcute de fondatorul redacției, Kerry Northrup, în cadrul unui training, desfășurat în 2004[23]:

- *Newsflow manager (Manager de flux de știri)* este un fel de producător executiv TV, dar care are viziunea de ansamblu pentru pachetul de știri, știe ce se difuzează pe fiecare platformă în parte și alege cele mai eficiente platforme mediatică pentru impactul știrii respective;
- *Storybuilder (Coordonatorul de proiect)* este cel care combină calitățile editorului din presa scrisă cu ale producătorului de radio sau televiziune. Funcția acestuia este de a identifica potențialul știrii pentru fiecare platformă în parte și de a gestiona resursele necesare pentru obținerea produsului final.
- *Newsresourcer (Documentaristul de știri)* este persoana care are sarcina de a colecta și furniza datele din arhivă necesare pentru contextul, istoricul și profunzimea știrilor, indiferent de platforma pe care sunt difuzate sau publicate. Acesta trebuie să aibă gândire jurnalistică, cunoștințe temeinice de scriitură jurnalistică, editare și selecție de știri, arhivare și management al resurselor informaționale.

- *Multi-skilled reporter (Reporterul multispecializat)* are sarcina de a colecta informație, imagine și sunet în același timp; de a scrie și produce știri pentru presa scrisă, radio, televiziune și online. Acesta trebuie să aibă capacitatea de a transmite orice informație în orice format, de a aranja elementele disparate ale unei știri în forma cea mai potrivită jurnalistic și cea mai atrăgătoare pentru public pe platformele adecvate. Cercetătorul Augie Grant, citat de Stephen Quinn și Vincent Filak, susține că la îndeplinirea acestei sarcini trebuie să contribuie și editorii, coordonatorii de proiect și alte persoane care au tangență cu producția știrilor. Jurnaliștii trebuie să știe când și cui să ceară ajutor, în cazul în care aptitudinile sale nu sunt suficiente pentru producerea unui anumit material.

Kerry Northrup menționează că scopul folosirii unor termeni noi în denumirea funcțiilor din cadrul redacției convergente a fost de a impulsiona jurnaliștii să gândească și să acționeze altfel decât până acum. Numindu-se la fel ca înainte, oamenii tind să gândească ca înainte, în timp ce denumiri noi produc idei noi.

Dezvoltarea tehnologică din ultimii ani a adus cu sine schimbări semnificative în domeniul jurnalismului, influențând în mod direct activitatea de zi cu zi a jurnaliștilor. În noul context, jurnaliștilor li se cere o calificare multiplă, dar și responsabilități suplimentare. Din acest considerent, beneficiile și dezavantajele convergenței media sunt percepute diferit de către jurnaliști. Unii privesc cu entuziasm noile practici și norme de lucru, fiind convinși că acestea îmbunătățesc calitatea produsului mediatic, alții însă consideră că ele marginalizează activitatea jurnalistică creativă, argumentând că se amplifică numărul jurnaliștilor care se ocupă doar de actualizarea știrilor deja existente și adaptarea conținutului lor pentru diferite platforme. Drept urmare, numărul jurnaliștilor care merg pe teren, se documentează și își scriu propriile știri, devine tot mai mic. Constatăm, totuși, că cel mai greu să se adapteze le este jurnaliștilor care au lucrat mai mulți ani în presa tradițională și au obținut o pregătire în domeniu înainte de apariția noilor tehnologii. Generațiile următoare de jurnaliști ar trebui să fie pregătiți anume pentru acest tip

de jurnalism, deoarece tehnologiile informaționale fac parte din viața lor, iar școlile de jurnalism își adaptează programele de învățământ la tendințele în domeniu. Indiferent însă de schimbările generate de implementarea noilor tehnologii, menirea jurnalistului rămâne aceeași: de a aduce informații veridice în casele oamenilor. Astfel, chiar dacă în mediul convergent timpul este mai accelerat și jurnaliștii trebuie să transmită informația cât mai rapid pe diferite platforme și sub diferite forme, aceștia nu sunt îndreptățiți să neglijeze principiile și normele jurnalistice sau, în goana după exclusivitate ori succes la public, să abandoneze valorile morale.

Referințe bibliografice:

1. Șuțu R.M. Fără granițe: Efectele digitalizării în redacțiile de știri. București: Editura Universității din București, 2015.
2. Coman M. Introducere în sistemul mass-media. Iași: Polirom, 2007.
3. Rieffel R. Sociologia mass-media. Iași: Polirom, 2008.
4. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova.
https://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/documente/cod_d_rom.pdf
5. Ruellan D. Le professionnalisme du flou: identité et savoir-faire des journalistesfrançais. Grenoble: Pressesuniversitaires de Grenoble, 1993.
6. Splichal S., Sparks C. Journalists for the 21st century: tendencies of professionalization among first-year students in 22 countries. Norwood, N.J.:Ablex Pub., 1994.
7. Zelizer B. Despre jurnalism la modul serios. Iași: Polirom, 2007.
8. PalmerM.,Ruellan D. Jurnaliștii– vedete, scribi sau conțopiști. București: Editura Tritonic, 2002.
9. Rieffel R. Vers un journalisme mobil et polyvalent?. În: Quaderini. 2001, nr.45, pp.153-169. [citată pe [28.04.2017](#)]. Disponibil: http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2001_num_45_1_1502.
10. Gordon R. The Meanings and Implications of Convergence.In: Digital journalism. Emerging Media and the changing Horizons of Journalism / edited by Kevin Kawamoto. New York: Rowman& Littlefield Publishers Inc., 2003, pp. 57-73.

11. White A. Convergence des médias et journalism. 1998. pp. 49-54. [citat pe 2.05.2017]. Disponibil: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_112495.pdf
12. Калмыков А. А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. În: Оптимальные коммуникации. 28 aprilie 2011. [citat pe 2.05.2017]. Disponibil: jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/#b003.
13. Малиновский П. Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий // Векторы развития российской науки: Российское экспертное обозрение, Vol. 21, 2007, nr. 3.
14. Degand A. Le journalisme face au web: reconfiguration des pratiques et des représentations professionnelles dans les rédactions belges francophones. Belgique: Presses universitaires de Louvain, 2012.
15. Coman M. Manual de jurnalism. Iași: Polirom, 2009.
16. Deuze M. What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. London: Sage Publications, 2005, vol 6, nr.4 pp. 442-464 . [citat pe 22.04.2017]. Disponibil: https://www.slideshare.net/ana_adi/deuze-2005-what-is-journalism-presentation.
17. Wilrinson J. S. Converging Communication, Colliding Cultures: Shifting Boundaries and the Meaning of „Our Field”. În: GRANT, A.E. and WILKINSON, J. S. (eds). Understanding Media Convergence: The State of the Field. New York: Oxford University Press, 2009, pp.98-116.
18. Granat A. Multiskilled journalists are prepared to tell stories in many forms. În: The Convergence Newsletter. 2004, vol. 2, nr.1. [citat pe 19.04.2017]. Disponibil: <http://sc.edu/cmciis/archive/convergence/issue12.html>.
19. Pierce T., Miller T. Basic Journalism Skills Remain Important in Hiring. În: Newspaper Research Journal. 2007, vol. 28, nr.4, pp.51-61.
20. Quinn S., Filak V. Convergent Journalism: An Introduction. Burlington: Elsevier, 2005.
21. Cremedas M., Lysak S. New Media Skills Competency Expected of TV Reporters and Producers: A Survey. În: Electronic News. 2011, vol. 5, nr.1, pp.41-59.

22. Wilkinson J. S., Grant A. E., Fisher D. J. Principles of Convergent Journalism. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2012.
23. QUINN S., Filak V. Convergent Journalism: An Introduction. Burlington: Elsevier, 2005.