

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

C.Z.U: [070 + 659.3]: 004.738.52 (043)

PINTILII IONEL

**IMPACTUL INTERNETULUI ASUPRA
COMUNICĂRII MEDIATICE CONTEMPORANE**

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

Teză de doctor în științe ale comunicării

Conducător științific:

VICTOR MORARU,

doctor habilitat în științe politice,
profesor universitar
membru corespondent al AȘM

Autor:

IONEL PINTILII

Chișinău, 2023

© IONEL PINTILII, 2023

CUPRINS

CUPRINS.....	3
ADNOTARE (în limbile română, rusă și engleză).....	5
LISTA ABREVIERILOR.....	8
INTRODUCERE.....	10
1. REPERE CONCEPTUAL-TEORETICE ALE CERCETĂRII COMUNICĂRII ÎN MEDIUL VIRTUAL.....	23
1.1. Fenomenul Internetului în vizorul cercetării științifice.....	23
1.2. Acțiunea comunicațional-mediatică în spațiul virtual: abordări actuale.....	31
1.3. Aspecte metodologice ale cercetării activității mediatice și comunicaționale în mediul virtual.....	40
1.4. Concluzii la Capitolul I.....	47
2. AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE ALE INTERNETULUI PENTRU COMUNICAREA MEDIATICĂ.....	49
2.1. Internetul – factor major al dezvoltării comunicării.....	49
2.2. Provocări cotidiene ale Internetului în raport cu mass-media.....	59
2.3. Influența mediului virtual asupra comunicării actuale.....	69
2.4. Concluzii la Capitolul II.....	79
3. EFECTE ALE INTERNETULUI ASUPRA JURNALISMULUI CONTEMPORAN.....	81
3.1. Jurnalismul contemporan între formatul tradițional și imperativul schimbării.....	82
3.2. Internetul - catalizator al jurnalismului modern.....	93
3.3. Inovații actuale în sfera mediatică.....	108
3.4. Concluzii la Capitolul III.....	118
CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI.....	119
BIBLIOGRAFIE.....	123
ANEXE.....	140
1. Istoricul devenirii Internetului (schemă)	140
2. Chestionar privind utilizarea Internetului în activitatea jurnaliștilor.....	141
3. Lexiconul Internetului. Glosar de termeni.....	Supliment

DECLARAȚIA DE ASUMARE A RĂSPUNDERII	143
CV-ul autorului.....	144

ADNOTARE

Autor: **Ionel PINTILII**

Tema: **Impactul Internetului asupra comunicării mediatice contemporane .**

Teză de doctor în științe ale comunicării la specialitatea 571.01 – Jurnalism și procese mediatice, Chișinău, 2023.

Structura tezei: Introducere, 3 capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 314 de titluri, 120 de pagini text de bază, 2 tabele (scheme) și 3 anexe. Rezultatele obținute se regăsesc în 25 lucrări științifice publicate.

Cuvinte-cheie: Internet, mass-media, presă tradițională, presă online, mediu virtual, comunicare online, jurnalismul cetățenesc, rețele de socializare, globalizare, societate informațională.

Domeniul de studiu: Media / Științe ale Comunicării.

Scopul lucrării: examinarea influenței Internetului asupra societății contemporane pe plan comunicațional, în particular, a impactului Internetului asupra evoluției comunicării mediatice, implicit, a jurnalismului contemporan.

Obiectivele lucrării: relevarea impactului mediului online asupra proceselor comunicațional-mediatice contemporane; analiza interacțiunii dintre presa tradițională și jurnalismul online în contextul mediatice contemporan; determinarea specificului activității de reflectare a conținutului informațional în spațiul virtual; analiza particularităților produselor mediatice puse în circuitul informațional prin intermediul presei online.

Noutatea și originalitatea științifică a lucrării constă în identificarea tendințelor de dezvoltare a comunicării în spațiul virtual, a opțiunilor ei în procesul de valorificare a conținutului informațional și a specificului activității acestuia de reflectare a realităților social-politice, cultural-educative și economice, evidențierea amenințărilor la adresa spațiului informațional, identificarea problemelor specifice ale comunicării în mediul online.

Problema științifică soluționată rezidă în elucidarea impactului produs de Internet asupra dezvoltării sferei mediatice, oferind posibilitatea prezentării unui tablou actualizat al stării de fapt a comunicării mediatice în contextul transformărilor impuse de ascensiunea tehnologiilor informaționale.

Semnificația teoretică a tezei constă în conceptualizarea examinării fenomenului jurnalismului / comunicării în mediul online, precum și în sintetizarea impactului produs de Internet asupra comunicării mediatice actuale.

Valoarea aplicativă a lucrării se regăsește în rezultatele cercetărilor asupra capacității jurnalismului online de reflectare a realității, în informațiile care pot servi drept bază pentru elaborarea politicilor editoriale ale publicațiilor și în repere pentru eficientizarea activității acestora. Lucrarea conține glosar de termeni adecvați tehnologiei informației, elaborat de autor.

Implementarea rezultatelor științifice: rezultatele științifice au fost valorificate prin publicarea de articole și studii, precum și prin comunicări științifice prezentate la Conferințe științifice naționale și internaționale. Materialele cercetării au fost utilizate în procesul de învățământ universitar.

ANNOTATION

Ionel PINTILII

The impact of the Internet on contemporary media communication.

Doctoral thesis in communication sciences, specialty 571. 01 – Journalism and media processes, Chisinau, 2023.

Structure of the thesis: Introduction, 3 chapters, general conclusions and recommendations, bibliography consisting of 314 titles, 120 pages of basic text, 2 tables and 3 annexes. The results obtained can be found in 25 published scientific works.

Keywords: Internet, mass media, traditional press, online press, virtual environment, online communication, citizen journalism, social networks, globalization, information society.

Field of study: Media / Communication Sciences.

The purpose of the work: examining the influence of the Internet on contemporary society on a communication level, in particular, the impact of the Internet on the evolution of media communication, implicitly, of contemporary journalism, analyzing the particularities of new forms of journalism, including citizen journalism, identifying the development trends of journalism and its creative options, establishing the role of the online media and its potential for reflecting reality.

The objectives of the work: revealing the impact of the online environment on communication-media processes; analysis of the interaction between traditional media and online journalism in the contemporary media context; determining the specificity of the activity of reflecting the informational content in the virtual space; the analysis of media products placed in the informational circuit through online media.

The novelty and scientific originality of the research consists in identifying the development trends of communication in the virtual space, its options in the process of valorizing the informational content and the specificity of its activity of reflecting social-political, cultural-educational and economic realities, highlighting the threats to the address of the information space, the identification of problems specific to the online environment.

Important scientific solved problem resides in the elucidation of the impact produced by the Internet on media sphere, offering the possibility of presenting an updated picture of the actual state of media communication in the context of the transformations imposed by the rise of information technologies.

The theoretical significance of the thesis consists in the conceptualization of the examination of the phenomenon of journalism / communication in the online environment, as well as in the synthesis of the impact produced by the Internet on current media communication.

The applied value of the work can be found in the research results on the capacity of online journalism to reflect reality, in the information that can serve as a basis for the elaboration of the editorial policies of the publications and in the benchmarks for the efficiency of their activity. The work contains a glossary of terms appropriate to information technology, developed by the author.

Implementation of scientific results: the results of this work were implemented in scientific communications presented at national and international scientific conferences and published in their collections, as well as in specialized journals, the research materials were used in the university education process.

АННОТАЦИЯ

Автор: Ионел ПИНТИЛИЙ

Влияние Интернета на современную медиа коммуникацию.

Докторская диссертация по наукам о коммуникации, специальность 571.01 – Журналистика и медиапроцессы, Кишинев, 2023.

Структура диссертации: Введение, 3 главы, общие выводы и рекомендации, библиография из 314 наименований, 122 страниц основного текста, 2 таблицы и 3 приложения. Результаты исследования отражены в 25 опубликованных научных работах.

Ключевые слова: Интернет, СМИ, традиционная пресса, онлайн-пресса, виртуальная среда, онлайн-коммуникация, гражданская журналистика, социальные сети, информационное общество.

Область исследования: Медиа / Науки о коммуникации

Цель работы: изучение влияния Интернета на развитие современного общества в коммуникационном плане, определение специфики медийной деятельности в онлайн-среде, анализ особенностей новых форм журналистики, в том числе, гражданской журналистики, выявление тенденций развития журналистики и ее творческих вариантов, установление роли Интернет-СМИ и их потенциала в отражении реальности.

Задачи работы: выявление влияния онлайн-среды на коммуникативно-медийные процессы; анализ взаимодействия традиционных медиа и онлайн-журналистики в контексте современных технологий; определение специфики деятельности по отражению информационного содержания в виртуальном пространстве; анализ медийной продукции, размещаемой в интернет-СМИ.

Новизна и научная оригинальность исследования заключается в выявлении тенденций развития коммуникации в виртуальном пространстве, ее вариантов в процессе валоризации информационного содержания и специфики ее деятельности по отражению социально-политических, культурно-образовательных и экономических реалий, идентификация угроз для информационного пространства, выявление проблем, характерных для онлайн-среды.

Важная решенная научная проблема состоит в выяснении влияния Интернета на развитие медиасферы, раскрытии особенностей трансформаций, происходящих в медиапространстве в результате усиления применения информационных технологий, определении ведущих тенденций в изменении медийной коммуникации, уточнении картины фактического состояния медиакommunikаций в контексте сопутствующих преобразований.

Теоретическая значимость диссертации состоит в концептуализации рассмотрения феномена журналистики/коммуникации в онлайн-среде, а также в синтезе осмысления влияния, производимого Интернетом на современную медиа коммуникацию.

Прикладная ценность работы проявляется в результатах исследования способности онлайн-журналистики отражать действительность, в синтезе информации, которая может служить основой для разработки редакционной политики изданий и ориентиров эффективности их деятельности. Работа содержит разработанный автором глоссарий терминов, отражающих современный уровень развития медиа сферы во взаимодействии с информационными технологиями.

Внедрение научных результатов: Теоретические и практические результаты диссертации представлены в 25 публикациях в специализированных журналах и научных сборниках, а также в научных докладах и сообщениях на национальных и международных научных конференциях. Материалы исследования используются в учебном процессе на факультетах журналистики в высших учебных заведениях.

LISTA ABREVIERILOR

AADR - Agenția pentru Agenda Digitală a României
AIMM - Academic Integrity Maturity Model
ANOSR - Alianța Națională a Organizațiilor Studențești din România
APEL – Asociația Presei Electronice din RM
BRAT - Biroul Român de Audit Transmedia
BSV - Biblioteca Școlară Virtuală
CERN - Laboratorul European pentru Fizica Particulelor
CERT – Centrul pentru Securitatea Cibernetică
C-PROC - Oficiul Consiliului Europei în domeniul criminalității informatice
EC3 – European Cybercrime Centre
ENISA – Agenția Europeană pentru Securitatea Rețelelor și a Informațiilor
HDD - hard disk drive
INS - Institutul Național de Statistică
IP - Internet Protocol
IPPHAE - Impact of Policies for Plagiarism in Higher Education Across Europe
IT – Tehnologia informației
ITU - International Telecommunications Union
LMS - Learning Management System
MoJo – Mobile Journalism
OCED – Organizația pentru Cooperare Economică și Dezvoltare
ONG – Organizații Non Guvernamentale
OUG – Ordonanța de urgență a Guvernului
PIN – Personal Identification Number
PPP - Protocolul Punct la Punct (Point to Point Protocol)
RM – Republica Moldova
TIC – Tehnologia informației și comunicării
UE - Uniunea Europeană
UIT– Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor
UNESCO – Organizația Națiunilor Unite pentru Educație, Știință și Cultură
WWW – World Wide Web

INTRODUCERE

Actualitatea și importanța temei investigate. În secolul XX societatea umană a explodat literalmente, atât demografic, cât și ca progrese științifice, aproximativ 95% din descoperirile științifice fiind făcute pe parcursul doar unui secol, adevărata ascensiune tehnologică înregistrată în sec. XX-începutul sec. XXI spunându-și convingător cuvântul. Astăzi bunurile, capitalul, oamenii, cunoștințele științifice, imaginile, comunicațiile, cultura, poluanții, crimele, drogurile, moda, terorismul, nu mai țin cont de barierele interstatale, cu puține excepții. Este o realitate că granițele se dizolvă și omul se regăsește tot mai mult în identitatea de locuitor al Pământului, decât în aceea de cetățean al unei țări. În prezent barierele impuse de limbă și cele culturale dispar și cetățenii pot să comunice mai ușor, dezvoltând valori comune, având în același timp posibilitatea de exprimare și afirmare într-un context universal valabil și larg acceptat.

Internetul, considerat factor constitutiv al primei comunități globale, a dus la desființarea granițelor de orice tip la nivelul locuitorilor planetei. Un exemplu elocvent al impactului și integrării Internetului în procesul globalizării îl reprezintă procesul prin care se dorește utilizarea resurselor unei rețele de calculatoare conectate la Internet în vederea găsirii unor remedii pentru problemele actuale ale omenirii.

În acest context, România, cât și Republica Moldova, pot avea un rol adecvat în dezvoltarea IT-ului, dată fiind forța de muncă cu o pregătire corespunzătoare, încurajată și de un cadru legislativ general, cât și măsurile de susținere a investițiilor în acest domeniu. Un pas înainte în acest sens poate fi crearea de parcuri informatice, a zonelor cu statut special.

În mass-media ca sistem, presa tradițională continuă să intereseze populația, îndeosebi prin caracteristicile generale, particularitățile specifice și mijloacele sale de expresie care îi conferă identitate și specificitate în contextul actual, deși fără a mai deține monopolul asupra pieței mediatice la nivel mondial, nici la cel național, după cum era acum câteva decenii în urmă. Presa tradițională oferă cititorului libertatea de a alege cel mai potrivit moment pentru consultarea presei în funcție de timpul fiecăruia; cititorul poate selecta doar o anumită parte din totalul materialelor jurnalistice; de a citi și reciti ziarul ori de câte ori dorește; de a analiza, compara și sintetiza informațiile și opiniile din ziar; de a reflecta asupra informației, de a face însemnări sau decupări etc.

Tot mai mult însă se conturează prezența unui alt tip de media, secundat de posibilitățile Internetului de a asigura noi oportunități de prezentare a realității. Acest lucru generează necesitatea studierii atente a elementelor noului, care vin să îmbogățească peisajul mediatic, transformând însăși concepția despre rolul și locul mass-mediei în societatea contemporană. Ritmul vertiginos de dezvoltare a Internetului trebuie să fie secundat de analiza științifică pertinentă a cosecinențelor, atât de ordin pozitiv, cât de ordin negativ, ale acestei dezvoltări. Prin cercetarea efectuată, ca element de noutate, se urmărește elucidarea particularităților Internetului ca mijloc de difuzare a informației și, în general, a activității mediatice în spațiul virtual, evidențierea multiplelor posibilități de folosire a tehnologiei actuale în scopul de producere și difuzare a informației.

Schimbările substanțiale și bruște, survenite ca urmare a evoluției tehnicii erei digitale și-au lăsat amprenta asupra formatului în care informația ajunge la public. Noul consumator media și-a dezvoltat noi abilități, competențe în receptarea și prelucrarea informației: știe să utilizeze mediile tradiționale: ziarele, radioul, televiziunea, să interacționeze cu ușurință și în mediul online, atât de pe calculator, tabletă, telefon mobil etc. Se discută adesea despre dispariția treptată a printului, în favoarea digitalului. Astfel, lucrarea prezintă noile probleme cu care se confruntă comunicarea mediatică, datorită unor noi modalități de informare și a noilor aspecte privind calitatea și controlul informației. În condițiile actuale, jurnaliștii și instituțiile mediatice ar trebui să se adapteze, la rândul lor, unor noi principii privind transparența și conduita etică în spațiul virtual.

Actualitatea și importanța problemei abordate este determinată de faptul că noile tehnologii permit modalități inedite de selectare și de prelucrare a informației, unghiuri diferite de abordare a realității etc., toate acestea proiectând noi tipuri de produse și servicii mediatice. Totodată, instituțiile mediatice au drept misiune conștientizată medierea și modelarea relațiilor care se stabilesc între diferiți actori sociali. În pofida viitorului incert pe care i-l atribuie mulți cercetători din domeniu, importanța și rolul presei în societatea contemporană rămân a fi imperios necesare.

Respectiv, este oportună scoaterea în evidență a rolului și ponderii mijloacelor de comunicare în mediatizarea pe principii noi a realității, cât și observarea eșecurilor acestora în utilizarea anumitor practici de obținere și prelucrare a informațiilor, tehnici de producție sau strategii mediatice. Acest aspect este important în vederea corectării sau eficientizării principiilor de activitate a mediei, în general, și valorificării potențialului ei de mediatizare a realității cotidiene, în particular. Necesitatea studierii posibilităților mediei în reflectarea realităților din societatea contemporană, în condiții noi, în contextul dezvoltării tehnologiilor informaționale, este mai mult decât evidentă.

Media reprezintă o sursă importantă de informare cu privire la evenimentele, fenomenele și tendințele din societate, este un mijloc de abordare critică a realității și de aducere pe agenda publică a problemelor reale cu care se confruntă cetățenii sau grupurile sociale, totodată, este un important instrument de formare a opiniei publice, la orice nivel. Mediul virtual, ca element al comunicării, are o identitate distinctă, generată de locul și rolul care-i revine în vederea reflectării realităților. De notat că atât în România, cât și în Republica Moldova nu există suficiente analize la nivel național din această perspectivă.

În prezent, primează concepția conform căreia Internetul exercită o influență majoră asupra jurnalismului și modifică acest gen de activitate, cauzând apariția unor noi forme, precum jurnalismul cetățenesc (participativ).

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de investigare. Este firesc, ca un fenomen în devenire să genereze situații și manifestări care trebuie elucidate. Pentru cunoașterea adecvată a fenomenului contează până și cele mai mici aspecte particulare. Totodată, multiplele probleme din mediul online constituie o temă actuală în toate țările, indiferent de ritmul de dezvoltare, mai ales atunci când accentul se pune pe dimensionarea factorilor care reflectă mediul de existență al fiecărui cetățean. Cu toate acestea, până în prezent, ea încă nu este suficient investigată.

Baza metodologică și teoretico-științifică a investigației o constituie lucrările care au analizat direct sau indirect diverse aspecte ale comunicării mediatice, precum și cele care au abordat particularitățile comunicării în mediul virtual, precum și cele dedicate segmentului de presă tradițională, semnate de cercetători consacrați în domeniu, atât în spațiul românesc, cât și de peste hotare. Abordările științifice privind în mod nemijlocit problemele Internetului în contextul mediatic contemporan, importante pentru studiul nostru, au constituit obiect de cercetare pentru o serie de oameni de știință, precum: Mark Deuze [161], Peter Dahlgren [157], Roger Silverstone [120], Lincoln Dahlberg [156], Susan Herring [184], Sonia Livingstone [198] ș. a.

Abordările științifice privind semnificațiile temei examinate, foarte relevante, au reprezentat – direct sau tangențial - obiect de cercetare pentru mai mulți cercetători din Occident, îndeosebi: Marshall McLuhan [204], Manuel Castells [134; 138; 143], Denis McQuail [207], Jan Van Dijk [254], Don Tapscott [247], Jay Blumler [123], James Curran [153], Herbert Blumer [122]; din România: Dorina Guțu [20], Camelia Beciu [5], Constantin Șchifirneț [78], Antonio Momoc [41], Mihai Milca [39], Călin Sinescu [79], Tănase Tasește [95], Daniel Burtic [7]; din Republica Moldova: Victor Moraru [51; 52], Constantin Marin [34; 35], Georgeta

Stepanov [83; 241], Mihail Guzun [22], Mihai Lescu [30], Mariana Tacu [89; 245], Andrei Dumbrăveanu [15; 167], Dumitru Țurcanu [101], Liliana Rusu [76; 210] ș. a.

De menționat, că interesul cercetătorilor din România și Republica Moldova, a fost orientat doar spre anumite aspecte ale problematicii comunicării în spațiul virtual, și acest fapt sugerează oportunitatea realizării unui studiu special, ce ar conține o viziune integratoare asupra particularităților dezvoltării Internetului și jurnalismului contemporan în condițiile sociale și tehnologice noi.

Suportul metodologic al cercetării este determinat de principiile general-științifice consacrate de cunoaștere a fenomenelor social-politice, ca: principiul științific, cel interdisciplinar, cel al obiectivității, sistemic ș. a., și se axează pe metodologia științifică proprie sferei științelor sociale. Metodele de cercetare de bază, utilizate în lucrare, sunt cele tradiționale în acest gen de investigații: sistemică, istorică, instituțională, comparativă ș. a. S-a recurs și la elemente de ordin sociologic (anchetă). Inducția și deducția, analiza și sinteza au constituit suportul în evaluarea comunicării mediatice contemporane.

Obiectul cercetării îl reprezintă problemele generate de Internet în raport cu dinamica dezvoltării societății, raportată, în special, la fenomenul comunicării mediatice și activitatea jurnalistică, precum și impactul Internetului asupra stării de fapt a sistemului mediatic.

Subiectul cercetării înglobează în sine dezvoltarea specificității dezvoltării Internetului și activității mediei în contextul informațional-comunicațional contemporan, inclusiv, ale particularităților proceselor de mediatizare a realităților cotidiene.

În vederea realizării lucrării a fost considerată oportună verificarea **ipotezei de bază a cercetării**: apariția și dezvoltarea Internetului a produs un impact major asupra societății, inclusiv, asupra sferei mediatice. Prin natura virtuală a conținutului și abilitatea utilizatorilor de a interacționa cu acesta, Internetul creează noi provocări pentru jurnalism, manifestând efecte, de cele mai multe ori, benefice asupra calității acestui gen de activitate. De aici derivă că:

1. Internetul asigură difuzarea rapidă a informației.
2. Internetul anulează modelul centralizat al informației.
3. Internetul sporește gradul interacțiunii dintre emițătorul informației și audiență.
4. Internetul are o influență decisivă asupra dezvoltării comunicării mediatice.
4. Internetul generează abordări noi în activitatea jurnalistică.

Scopul și obiectivele tezei. Scopul principal al cercetării este de a examina ~~rolul~~ influența Internetului asupra societății contemporane pe plan comunicațional, în particular, impactul Internetului asupra evoluției comunicării mediatice, implicit, a jurnalismului contemporan.

Obiectivele lucrării rezidă în:

- interpretarea realităților sociale prin prisma schimbărilor social-politice și economice care s-au produs la sfârșitul secolului trecut și începutul secolului XXI, dar, mai ales, tehnologice, generând modificări esențiale în caracterul, rolul și funcțiile activității umane, în particular, în sfera mediatică;

- cercetarea bazei teoretico-metodologice a interpretărilor Internetului și efectuarea sintezei celor mai relevante studii, consacrate Internetului; elucidarea evoluției Internetului ca platformă comunicațional-informațională, argumentarea supoziției „Internetul - factor major în comunicarea contemporană”;

- evidențierea mecanismelor de acțiune comunicațional-mediatică în spațiul virtual, determinarea specificului activității de reflectare a conținutului informațional în spațiul virtual;

- examinarea provocărilor Internetului pentru societatea contemporană și pentru comunicarea mediatică, identificarea avantajelor, dezavantajelor și riscurilor Internetului;

- evidențierea multiplelor posibilități de folosire a tehnologiei actuale în scopul de producere și difuzare a informației;

- analiza interacțiunii dintre presa tradițională și jurnalismul online în contextul mediatic contemporan; examinarea complementarității dintre cele două domenii: jurnalismul clasic, bazat pe mijloacele de comunicare tradiționale, și jurnalismul contemporan, influențat de noile tehnologii;

- caracterizarea noilor forme de jurnalism, apărute în urma influenței Internetului, precizarea conceptului „jurnalism cetățenesc” și evidențierea trăsăturilor acestuia în calitate de reflecție a inovațiilor actuale în sfera mediatică;

- formularea unor recomandări în privința optimizării utilizării Internetului, în special, în cadrul comunicării mediatice.

Noutatea și originalitatea științifică. Sub aspectul noutății, lucrarea sintetizează conceptual și practic impactul Internetului asupra dezvoltării comunicării actuale, inclusiv, asupra comunicării mediatice. Considerăm marcate de noutate și identificarea specificității acțiunii mediatice în contextul condițiilor noi, determinate de ascensiunea Internetului, dezvăluirea potențialului jurnalismului cetățenesc și a altor forme noi de jurnalism în reflectarea și modelarea realităților socio-culturale și economice contemporane. Originalitatea rezultă și din efectuarea și generalizarea observațiilor care au permis conturarea cadrului general a ceea ce, în prezent, reprezintă comunicarea în spațiul virtual.

Problema științifică soluționată rezidă în elucidarea impactului produs de Internet asupra dezvoltării sferei mediatice, oferind posibilitatea prezentării unui tablou actualizat al stării de

fapt a comunicării mediatice în contextul transformărilor impuse de ascensiunea tehnologiilor informaționale.

Soluționarea problemei științifice s-a produs prin dezvăluirea particularităților transformărilor produse în comunicarea mediatică actuală în urma aplicării tot mai tranșante a tehnologiilor informaționale, prin evidențierea particularităților activității jurnalistice și comunicaționale în contextul actual al problemelor generate de dezvoltarea Internetului, prin identificarea specificității noilor mijloace de comunicare în domeniul mediatic contemporan, precum și prin: caracterizarea modului de adaptare la nivel individual și organizațional (redacție) la exigențele impuse de emergența noilor tehnologii informaționale, generalizarea și reliefarea unor aspecte esențiale ale comunicării mediatice contemporane, în special, în Republica Moldova și România, scoaterea în evidență a tendințelor ce se manifestă în evoluția comunicării mediatice, analiza provocărilor produse de Internet pentru comunicarea modernă, mai ales, pentru comunicarea mediatică.

Importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Semnificația teoretică a lucrării de față constă în conceptualizarea examinării comunicării în mediul virtual, precum și în identificarea și argumentarea impactului produs de Internet asupra comunicării mediatice contemporane. Sub aspect teoretic, studiul poate servi ca punct de reper pentru elaborări științifice noi, pentru dezvoltarea subiectelor care vizează dezvoltarea jurnalismului, în general și a presei online, în particular.

Valoarea aplicativă a tezei se regăsește în rezultatele cercetărilor asupra capacității jurnalismului online de reflectare a realității, în informațiile acumulate, care pot servi drept bază de pornire pentru elaborarea politicilor editoriale ale publicațiilor și drept repere pentru eficientizarea activității acestora. Lucrarea conține și un glosar de termeni aferenți tehnologiei informației, elaborat de autor. Valoarea aplicativă a lucrării se reflectă și pe planul științifico-didactic și cel nemijlocit practic. Sub aspect didactic, studiul este util pentru perfectarea manualelor, predarea cursurilor universitare, elaborarea unor cursuri noi. Din perspectiva practică, o serie de concluzii și recomandări pot fi aplicate în calitate de suport pentru identificarea soluțiilor de eficientizare și de sporire a impactului jurnalismului în socializarea și culturalizarea publicului – utilizatori ai Internetului.

Aprobarea rezultatelor științifice. Rezultatele obținute în urma cercetărilor efectuate, concepțiile de bază ale tezei, concluziile și recomandările cu referire la problemele Internetului și potențialul acestuia de a reflecta realitățile cu care se confruntă societatea au fost valorificate și expuse de către autor în 25 de lucrări științifice publicate în culegeri de articole și reviste de specialitate de circulație națională și internațională, editate atât în Republica Moldova și

România, cât și peste hotare. Tezele cuprinse în lucrare au fost prezentate și discutate în cadrul unor importante foruri științifice naționale și internaționale, inclusiv congrese și conferințe științifice, cum ar fi: congresele și sesiunile științifice organizate de Universitatea „Apollonia” din Iași și Academia Oamenilor de Știință din România, conferințele științifice naționale și internaționale organizate de Academia de Științe a Moldovei, Academia Națională de Științe din Belarus, Universitatea de Stat din Moldova, ULIM și Universitatea din Komrat.

Volumul și structura tezei include: adnotare în limbile română, engleză, rusă, lista abrevierilor, introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie și anexe. Lucrarea este expusă pe 122 de pagini text de bază, include 2 tabele și 3 anexe. Bibliografia este alcătuită din 314 surse în limba română, engleză, franceză ș. a.

În compartimentul **Introducere** este abordată actualitatea și importanța temei prin evidențierea conceptelor ei principale și oportune. Sunt expuse scopul și obiectivele tezei, noutatea științifică a rezultatelor obținute, importanța teoretică și semnificația practică, aprobarea rezultatelor cercetării științifice.

În Capitolul I, intitulat **„Repere conceptual-teoretice ale cercetării comunicării în mediul virtual”** sunt prezentate date relevante referitoare la fenomenul Internetului, la evoluția și modul de funcționare a acestuia. În baza studiului literaturii de specialitate, pertinente pentru subiectul tezei date, se efectuează prezentarea rezultatelor cercetărilor comunicării în spațiul virtual, precum și generalizarea unor cercetări aflate în strânsă legătură cu tema, implicit, a studiilor consacrate atât problemelor comunicării globale, cât și activității mediatice, care trebuie să se adapteze la mediul online pentru a face față dezvoltării în ritm alert a tehnologiei informației, a interacțiunii între platformele mediatice digitale și tendințele jurnalismului actual.

Cercetarea desfășurată în vederea elaborării prezentei teze de doctor a evidențiat faptul că relația dintre jurnalism și Internet este mult mai complexă decât pare la prima vedere, cât și modul în care aceasta este prezentată în unele lucrări, pe plan național și internațional. Internetul sporește în permanență gradul de interacțiune dintre jurnaliști și cititori, totodată, generează noi abordări în mass-media.

Odată cu introducerea în mediul online de noi informații din activitatea oricărei instituții sau de altă natură se anulează modul centralizat al informației, în același timp se asigură difuzarea rapidă a acesteia către orice utilizator la nivel global. Spațiul virtual exercită o influență imensă asupra gradului de însușire a sistemului de valori împărtășite și priorităților comportamentale ale omului. Tocmai de aceea studiul problemelor legate de dezvoltarea Internetului, de chestiunile interacțiunii comunicaționale în spațiul virtual devine unul prioritar și de o însemnătate deosebită.

În mod firesc, spațiul comunicațional virtual a devenit obiectul de cercetare a mai multor discipline științifice – psihologie, filosofie, culturologie, filologie, sociologie, științe politice etc. Cercetările teoretice efectuate în ultima jumătate de secol au demonstrat că noile mijloace de comunicare și informare în masă sunt parte a unei noi civilizații, reprezintă premisele de dezvoltare care însumează, procesele de globalizare și de constituire a societății postmoderne și trecerea la societatea informațională. La rândul lor, noile tehnologii de comunicare au contribuit la reformarea sistemului media la nivel de producere, difuzare și receptare a informației.

Astăzi, mai mult ca oricând se adevărește faptul că relația dintre mass-media și societate se pune în termeni de consecințe globale, aici, referindu-ne la rolul, funcțiile și efectele mediei în sfera comunicării de masă. Așa cum la baza comunicării din societatea contemporană nu se află doar simpla informație, ci, așa cum sublinia Manuel Castells (cel care proclama sosirea „culturii virtualității reale”), logica de rețea a structurii fundamentale a societății, care conferă informației difuzate calități și funcții deosebite, comportând modificări de sistem și transformări ale principalelor sfere ale activității umane - de la economie și politică la educație și cultură, o realitate nouă, în care capacitatea de generare a cunoașterii și procesare / gestionare a informației determină competitivitatea tuturor structurilor, devine evident că problematica Internetului constituie o problemă complexă și multiaspectuală.

În general, autorii consacrați, lucrările cărora au servit drept repere pentru cercetarea efectuată, insistă asupra faptului că schimbările din infrastructura tehnologică sunt inseparabile de dezvoltarea socială, fiindcă multe dintre activitățile sociale sunt o consecință a dezvoltării tehnologice, prin urmare, revoluția tehnologică trebuie concepută ca un act de punere în aplicare a cunoștințelor rezultate din cunoaștere pentru generarea de dispozitive de prelucrare și de comunicare de informații.

Comunicarea mediatică are rolul de a identifica și de a integra valorile fundamentale care să permită societății, în diversele ei ipostaze, să se dezvolte și să se adapteze, dinamic, schimbărilor rapide intervenite în toate mediile activității umane, în particular, în sfera activității mediatice. Pe plan european, cu aplicare la media se are în vedere realizarea unei prese colaborative, în sensul să se creeze noi rețele de lucru între jurnaliști. Se dorește ca jurnalistul online să dispună de noi punți atât în diseminarea informațiilor cât și în construirea de relații dinamice cu cititorii.

În Capitolul II, intitulat „**Avantaje și dezavantaje ale Internetului pentru comunicarea mediatică**”, se fac referiri la un șir de probleme generate de afirmarea societății informaționale, aspect ce preocupă acum toate societățile moderne, interesate în stabilirea unui cadru adecvat, inclusiv cadrul legal, în care să se dezvolte interacțiunile în acest domeniu. Societatea

informațională, constituită datorită Internetului, este un domeniu nou și original, cu o problemă specifică, ce include și cercetarea evoluției și apariției unor noi forme de jurnalism. Drept urmare, problemele sociale, dar și de ordin juridic pe care le implică, sunt complexe, chiar dacă sunt la îndemână conceptele și instituțiile dreptului clasic, care și-au dovedit valabilitatea de-a lungul vremurilor.

Caracterul dual al Internetului – ca sursă de obținere a informației și, totodată, ca oportunitate de difuzare a informației – servește drept cauză pentru dezvoltarea lui vertiginoasă. În esență, acesta este un mediu informațional universal, care include toate tipurile posibile de surse. Internetul, totodată, reprezintă joncțiunea mediilor informaționale particulare (televiziunea, radioul, filmul, comunicarea orală și scrisă), oferind posibilitatea consultării de informații sub formă de texte, fotografii, scurte secvențe video sau audio, mesagerie, editare și difuzare de informații, acces la calculatoare depărtate prin aplicații sau servicii), unindu-le în spațiu informațional unic. Astfel Internetul este concomitent și un ocean imens al informației, dar și o „plasă” cu care poate fi pescuită informația necesară.

În capitol se argumentează supoziția cu privire la Internet ca factor major al dezvoltării comunicării, sunt prezentate provocările cotidiene ale Internetului, se descifrează avantajele și dezavantajele comunicării în spațiul virtual, sunt explicate măsurile luate în România și Republica Moldova pentru integrarea în piața IT europeană.

Urmărirea atentă a evoluției Internetului permite observarea consecințelor benefice care deja se manifestă din plin. Utilizările de astăzi ale Internetului dezvăluie potențialul său nelimitat mai ales în domeniile comunicării, economiei, finanțelor etc. Internetul a devenit astfel un mijloc de informare de neîntrecut și este principala sursă informațională, cea mai mare arteră pe care circulă informațiile.

Definițiile consacrate ale Internetului accentuează, de obicei, componenta tehnologică. Nu mai puțin importantă, însă, este și cea care evidențiază elementul umanitar al acestuia. Internetul se configurează ca o modalitate de interacțiune comunicativă, efectuată în regimul realității virtuale, care poate fi modelată de înșiși utilizatori, prin executarea anumitor operații cu ajutorul computerului personal. Astfel, Internetul poate fi interpretat ca bază a dezvoltării noului spațiu informațional-comunicațional, un for planetar sui generis, care deschide posibilitatea unirii eforturilor pe calea progresului.

Rețeaua globală reprezintă cea mai voluminoasă și valoroasă sursă de informații din lume. Cauzele acestei circumstanțe pot fi argumentate de cuprinderea masivă a audienței; creșterea audienței în progresie geometrică (ritmurile de creștere ale audienței în Internet depășesc ritmurile de creștere similare radioului și televiziunii din momentul extinderii acestora);

interactivitatea (posibilitatea de „feedback” cu utilizatorul), ceea ce depășește eficiența interacțiunii existente în mijloacele de informare în masă tradiționale; majorarea volumului mondial al informației difuzate prin Internet, în legătură cu utilizarea unor instrumente de influență interactivă mai eficiente în baza informației despre componența și indicatorii audienței date ș. a.

Comunicarea mediatică, datorită Internetului, obține noi și inedite valențe. Analiza întreprinsă în Capitol se referă la schimbările cardinale care se produc sub influența Internetului în cadrul proceselor comunicaționale contemporane, la reconfigurarea practicilor de comunicare, dezvoltarea unui nou tip de jurnalism, axat pe forme noi de interacțiune cu audiența, toate acestea rezervându-i Internetului statutul de factor major al acțiunii comunicaționale. Referitor la fenomenul comunicării mediatice, de menționat rolul acesteia de a identifica și de a integra valorile fundamentale care reprezintă, pentru organizații și comunități o oportunitate să se dezvolte și să se adapteze, dinamic, schimbărilor rapide intervenite. Atât în societate, cât și în orice companie, totul se bazează pe comunicare care implicit determină și apariția de noi profesii.

Dezvoltarea fără precedent a domeniului Tehnologii Informaționale, la nivel mondial, a deschis, totodată, o fereastră către producerea unor fapte antisociale, ce se regăsesc atât în dreptul internațional penal, cât și în rapoartele prezentate de specialiști în domeniul tehnologiilor informaționale, fapte care nu ar fi putut să se manifeste în condițiile tehnice existente cu câteva decenii în urmă, și care, în mod evident, se pretează unui exercițiu de analiză. Ascensiunea irezistibilă a Internetului provoacă, prin transformările la scara întregii societăți umane, nu doar progres benefic în plan tehnologic, în economie, în sfera comunicării, în viața publică și cea privată a utilizatorilor, ci și faptul că o serie de manifestări negative ale căror consecințe la nivel global nu sunt suficient elucidate.

În linii mari, aceste probleme vizează chestiunile funcționalității adecvate a Internetului pentru societate, unele aspecte neunivoce ale dezvoltării rețelei globale complexe, și în anumite cazuri – controversate și neunivoce.

Respectiv, în Capitol sunt supuse analizei problemele concrete generate de utilizarea Internetului – fenomenul supraabundenței informației, pericolul înaltului potențial manipulativ al informației distribuite prin Internet, riscurile reale de distorsionare a realității în mediul virtual prin rețelele de socializare, necesitatea de a anihila „tirania comunicării” (I. Ramonet), provenită din extinderea spațiului public în spațiul intim prin intermediul mass-mediei în format online sau evitării situației când digitalizarea poate deveni un amplificator pentru inegalitățile sociale existente, limbajul Internetului, combaterea trolilor, haterilor, pirateriei ș. a.

O atenție aparte este acordată fenomenului dependenței de Internet care poate aduce un mod de viață, atunci când relaționarea prin intermediul calculatorului este de natură să producă mutații suficient de grave, să limiteze foarte mult capacitatea persoanei de a observa și de a fi observați de cei din jur, de a se înțelege, de a fi în ultima instanță normal în comportament.

În general, tema siguranței pe Internet este interpretată, mai ales, sub aspectul influenței produse asupra copiilor, reieșind din faptul că o mare parte dintre infracțiunile săvârșite online implică diferite forme de hărțuire sau agresiune pe Internet. Copiii și persoanele tinere sunt, în special, vulnerabile la aceste acțiuni; de cele mai multe ori, este foarte ușor să le fie câștigată încrederea prin tehnici de înșelătorie. Aceste acțiuni pot începe pe rețelele sociale, dar adesea se mută în lumea reală, unde se transformă în infracțiuni precum șantajul sau forme de abuz psihologic, îndreptat împotriva copiilor.

În acest context, considerăm judicioasă discuția cu privire la dreptul informării și comunicării, cel care suplimentează actualul sistem de drept public și privat, și căruia va trebui să i se găsească în curând un ansamblu coerent, o abordare și definire logică pentru a respecta corectitudinea în ceea ce privește tratarea (prelucrarea) datelor și serviciilor dedicate informației.

În Capitolul al-III-lea, **„Efectele Internetului asupra jurnalismului contemporan”** se regăsesc caracteristicile impactului Internetului asupra sistemului mediatic actual. Sunt specificate detalii referitoare la conținutul conceptului de mass-media globală, precum și formele noi de jurnalism.

Așa cum dinamica dezvoltării jurnalismului configurează un peisaj multivalent al mediilor în continuă schimbare, comportând emergența spectaculară a noilor forme și paradigme mediatice, atenția este acordată aprofundării înțelegerii Internetului drept catalizator de apariție și afirmare a unor forme mediatice noi, a unor inovații social-comunicaționale.

În context, are loc elucidarea îngemănării între continuitate și inovație în domeniu, dezvăluirea potențialului jurnalismului în cadrul manifestării formelor tradiționale, îmbogățite prin emergența spectaculară a noilor forme și paradigme mediatice.

Toate aceste transformări reprezintă și provocări pentru operatorii mediei, în primul rând vizând calitatea jurnalismului și problema supraviețuirii profesiei ca atare. Contează aici oportunitatea oferită de noile circumstanțe dezvoltării capacităților jurnaliștilor prin valorificarea aspectelor care și-au demonstrat eficiența, precum și posibilitatea pentru societate de a avea beneficii, atât în urma extinderii fluxurilor informaționale, cât și a partajării sensurilor adecvate într-o lume supusă „tiraniei” informației.

Jurnalismul contemporan este un fenomen cu multiple aspecte, foarte diversificat, aflat în evoluție și stimulat de un șir de factori de diversă natură, precum cei economici, politici, de dezvoltare a societății și a tehnologiilor de comunicare.

În baza câtorva criterii de clasificare (profiluri profesionale, canale mediatice, tematica subiectelor abordate, modalitatea de elaborare a materialului jurnalistic) a fost conturată panorama mediei actuale, diversitatea activității jurnalistice considerate confirmând faptul că elementele jurnalismului clasic sunt prezente și utile pentru crearea produsului mediativ solicitat, în ziua de azi și în circumstanțele actuale, de publicul societății globale. A fost evidențiată tendința mediei de a profila noi modele (modelul jurnalismului politic-interpretativ, predilecția manifestată față de jurnalismul de investigație ș. a.). În pofida unor particularități specifice, care țin de tematica subiectelor, timpul și modalitatea de elaborare a materialului jurnalistic, mijloacele de comunicare utilizate sau profilul profesional al jurnalistului, aceste tipuri ale jurnalismului contemporan au la bază aceleași principii: actualitate, importanță, proximitate geografică și temporală, obiectivitate, veridicitate. Noile mijloace de comunicare în masă și dezvoltarea Internetului au contribuit, după cum constatăm în baza cercetării, la evoluția jurnalismului clasic și la tendința lui de migrare în mediul online, într-o formă nouă, readaptată la cerințele industriei mediatice din prezent, pronunțate nu doar în cazul publicațiilor afirmate și de semnificație majoră, dar și în cazul unor publicații specializate sau insignifiante ca tiraj.

În condițiile în care are loc procesul de modificare calitativă a mijloacelor de comunicare tradiționale (presa scrisă, radioul, televiziunea), pe de o parte, și afirmarea jurnalismului online – un gen de activitate complexă, specifică societății contemporane care constă în distribuirea materialului jurnalistic către publicul larg prin intermediul rețelei globale. Jurnalismul online sau jurnalismul digital se afirmă vertiginos ca o nouă formă de jurnalism în care conținutul editorial devine difuzat prin intermediul Internetului, spre deosebire de publicarea în presa tipărită sau audiovizuală.

În Capitol a fost urmărită, astfel, demonstrarea și argumentarea tezei cu privire la rolul internetului în calitatea lui de catalizator al comunicării mediatice. Analiza efectuată se axează pe evidențierea caracteristicilor constitutive ale unor forme noi de jurnalism, afirmate în practica media din Occident, cu perspective de manifestare în jurnalismul local: data journalism, jurnalismul de precizie, jurnalism de investigație asistat de calculator, jurnalismul mobil, jurnalismul interactiv, blogul, backpack journalism, solo journalism, long-read, jurnalismul global ș. a.

O atenție aparte este acordată elucidării conceptului de jurnalismul cetățenesc. Sunt identificate trăsăturile esențiale care însoțesc dezvoltarea acestui tip de jurnalism, manifestate

tot mai frecvent și pronunțat: a) jurnalismul cetățenesc îmbogățește și totodată amplifică fenomenul mediatic; b) jurnalismul cetățenesc contribuie la dezvoltarea spiritului participativ în societate, determină consecvența proceselor de democratizare. Scopul acestei participări (specifice) rezidă în oferirea de informații independente, credibile, nefiltrate de vreo instanță și cuprinzând, în măsura posibilului, panorama vastă a realității, un spectru amplu al ei, deci, variate, relevante și semnificative (din punctul de vedere al autorului) – informații indispensabile funcționării unui sistem democratic. Astfel, pe lângă faptul că este o sursă de informare, educație și socializare jurnalismul cetățenesc îi ajută pe membrii publicului să-și exprime opiniile și să le aducă la cunoștința audienței. Numărul mare de bloguri comunitare, conturi pe Twitter, Facebook și YouTube, cu avalanșa zilnică de postări pe Internet, servesc drept exemplu în acest sens.

Generalizarea experienței activității mediatică din ultimii ani este facilitată de încadrarea formelor mediatică apărute sub semnul Internetului într-un amplu tabel, care înfățișează evoluția jurnalismului și permite evaluarea lui pe principiul investigației în plan comparativ. Analiza comparată a noilor forme de jurnalism contemporan oferă posibilitatea constatării faptului că acest gen de activitate este marcat în mod evident de apariția și dezvoltarea Internetului, precum și utilizarea noilor mijloace de comunicare în procesul de creare a produsului mediatic. Este evident că Internetul contribuie la dezvoltarea creativității în sfera mediatică, atât pe plan individual, cât și în cadrul instituțiilor media. De remarcat faptul că noile forme de jurnalism au fiecare particularitățile prin care se diferențiază și / sau converg în cadrul jurnalismului contemporan, dar ele sunt, în bună parte continuitate a jurnalismului clasic, evoluție calitativă a sa și, chiar în condițiile schimbărilor tehnologice, respectă aceleași principii de bază și etape de elaborare a materialului jurnalistic.

De asemenea, capitolul cuprinde reflecții analitice referitor la media din România și din Republica Moldova, la condițiile de afirmare și la reperele conceptuale noi ale acestora. Capitolul conține referiri cu privire la cadrul funcțional al presei, în vederea determinării mecanismelor și proceselor prin care jurnalismul se implică în reflectarea realităților cotidiene. Totodată este cercetată realitatea socio-economică ca subiect prioritar de reflectare a problematicii în mass-media și sunt analizate principiile de mediatizare, în vederea socializării și culturalizării audienței.

În final, lucrarea cuprinde **concluzii generale și recomandări** ce au rezultat din studiul efectuat.

Anexele vin în sprijinul temelor și argumentelor prezentate în cadrul subcapitolelor, prin scheme, interviuri sau relatări.

Lucrarea exprimă o abordare interdisciplinară, are aplicabilități practice, se bazează pe surse bibliografice de notorietate, diversificate și actuale.

1. REPERE CONCEPTUAL-TEORETICE ALE CERCETĂRII COMUNICĂRII ÎN MEDIUL VIRTUAL

Afirmarea globalizării și dezvoltarea revoluționară a tehnologiilor informaționale, implicit, a Internetului, a generat o importantă, nouă și esențială caracteristică a comunicării actuale: unirea spațiului informațional al omenirii. În mod firesc, fenomenul respectiv a comportat sporirea interesului mediului academic pentru înțelegerea, clarificarea și interpretarea noilor situații informațional-comunicaționale și mediatice. Amploarea problematicei date a determinat sporirea exponențială a numărului de studii științifice efectuate în domeniu.

Dezvoltând accepția Internetului drept „motor al schimbărilor” [135, p. 15], cercetătorii de pe diverse meridiane ale globului au prezentat în studiile lor multiplele aspecte ale schimbărilor masive produse de evoluția Internetului (sociologia Internetului, influența Internetului asupra dezvoltării societății, noua economie, oportunitățile cybersferei, audiența Internetului și alte aspecte ale numeroaselor sale ramificații culturale, sociale și politice). În cele mai relevante studii care au reflectat principalele direcții ale cercetării academice legate de comunicarea în spațiul virtual, au fost evidențiate particularitățile și tendințele din sfera comunicațională, analizate și argumentate numeroase aspecte ale impactului social al Internetului.

Respectiv, valorificarea interpretărilor teoretice și aspectelor practice referitoare la desfășurarea activităților în mediul online devine o necesitate pentru a contura situația reală și perspectivele dezvoltării societății pe calea aprofundării cunoașterii specificului comunicării la etapa actuală a dezvoltării Internetului și a tehnologiilor informaționale, atât pe plan global, cât și cel local.

1.1. Fenomenul Internetului în vizorul cercetării științifice

Internetul a apărut cu peste jumătate de secol în urmă, fiind rezultatul cercetărilor desfășurate în cadrul Advanced Research Project Agency (ARPA) a Departamentului Apărării al SUA. Scopul creării acestei agenții a fost de a oferi o soluție de comunicație în cazul unui conflict major, când principalele moduri de comunicație convențională ar fi fost distruse. Din acest motiv majoritatea protocoalelor pe care se bazează Internetul, dezvoltate îndeosebi între 1967-1972 și realizate în colaborare cu alte centre de cercetare și universitare americane, sunt

fiabile și rezistă cu succes și astăzi, la un nivel al traficului greu de prevăzut la înființare. De la primul mesaj transmis de ARPANET în 1972 și până în 1980 doar 400 de instituții și circa 10.000 de persoane aveau acces la rețea. În 1989 numărul calculatoarelor conectate la rețea, denumită deja Internet, ajunge la 100.000 și deschide accesul pentru furnizori comerciali, pentru ca în 1992, după ce 1.000.000 de calculatoare au fost conectate, să fie înființat Internet Society pentru gestiunea rețelei. Din acest moment Internetul pătrunde în mai mult de 100 de țări până în 1996, iar toate instituțiile importante ale statului și mediului privat și-au realizat, stabilit și promovat legături [148; 152; 173; 212 ș. a.] (A se vedea: Anexa 1).

Definiția Internetului, conform celei utilizate în legislația SUA, statuează că „termenul Internet înseamnă multitudinea de calculatoare și diverse componente telecomunicaționale, inclusiv echipamente și software de operare care, fiind interconectate, constituie rețeaua mondială...” [294, p. 7]. Această super-rețea mondială unitară de calculatoare și alte aparate cu adrese computerizate, interconectate conform protocoalelor speciale de comunicare, a devenit cel mai mare sistem creat de om, un fenomen care reflectă în plan științific, tehnic și comercial evoluția societății umane la sfârșitul secolului XX – primele decenii ale secolului XXI.

Extinderea de la ARPANET la WWW (World Wide Web) [120] a determinat ca interacțiunea dintre relațiile sociale și inovația tehnologică să dezvolte noi politici de informare [127]. Respectiv, a fost argumentată multiplu teza, conform căreia, Internetul nu reprezintă doar o simplă rețea de comunicare extrem de rapidă, și nu doar o extinsă și masivă rețea de calculatoare interconectate, ci se constituie într-un „sistem revoluționar care a reinventat modul de a gândi afacerile, educația, administrația și guvernarea” [13, p. 64]. Din impactul major al Internetului cu societatea în care se manifestă s-a născut un nou tip de cultură – Cultura Internetului - denumită de Manuel Castells, un reputat cercetător al domeniului, „the culture of real virtuality” - „cultura virtualității reale” („un sistem, în care realitatea însăși (adică existența materială/simbolică a oamenilor) este „pe deplin cufundată într-un cadru de imagine virtuală, într-un univers susceptibil de a fi crezut, în care simbolurile nu sunt doar metafore, ci cuprind experiență reală”) [139, p. 386], constituită datorită unui sistem media interconectat, diversificat și omniprezent. Astfel, se construiește modelul teoretic de explicare a societății informaționale și se pune diagnosticul la multe probleme relevante ale societății contemporane.

Dezvoltarea tehnologiilor informațional-comunicaționale, creșterea exponențială a volumului de producere și transmitere a informației, accesibilitatea echipamentelor utilizate, diversificarea conținutului difuzat determină interesul sporit al cercetătorilor, acordat problemelor evoluției Internetului. La ora actuală se poate constata existența și continua apariție a unei adevărate avalanșe de studii consacrate fenomenului respectiv și problemelor pe care le

generează. Atenția acordată aspectelor diverse ale dezvoltării Internetului, mai ales la hotarul dintre secole și în primele decenii ale secolului XXI este justificată, fiecare zi adăugând numărul studiilor științifice în diverse probleme – atât generale, cât și particulare – consacrate acestui fenomen.

Acad. Mihai Drăgănescu considerat părintele informaticii românești, personalitate notorie a științei, învățământului universitar și a culturii românești contemporane, președintele Academiei Române în perioada 1990-1994, afirma că Internetul este domeniu de amploare, de luat în considerare și că este strict necesar a se studia sub toate formele inclusiv prin doctorate [14].

Specialiștii în cercetarea societății informaționale sunt preocupați de studiul rolului noilor tehnologii pentru societate și formulează supoziții teoretice în contextul schimbărilor sociale și economice produse de Internet și „noua economie”. Dincolo de elementele de ordin strict tehnologic (care nu constituie subiectul prezentei teze), în vizorul cercetătorilor tot mai insistent apar problemele impactului social al Internetului. În mod firesc aceste studii urmează făgașul globalizării, tot mai avansate.

Astfel, deși noțiunea de „globalizare” înțelege de multe ori ca „emblemă a realității” [48] (or, conceptele de „globalizare”, „societate informațională”, „comunicare”, „Internet” se pretează, în condițiile actuale, tocmai pentru o analiză conjugată) se referă în special la fenomenul economic, în mediul științific persistă opnia că „impactul său trebuie extins la nivel social, politic și cultural” [237, p. 267]. Manuel Castells deloc întâmplător utilizează în scrierile sale termenii „networked economy” (economie de rețea) [134, p. 32], „economie informațională” („information economy”) [140, p. 32], caracterizând această nouă economie drept una globală, bazată pe cunoaștere și integrată în circuitul informațional. În viziunea lui, rețeaua globală reprezintă rezultatul revoluției în domeniul tehnologiilor informaționale, care a creat baza materială a globalizării economiei, adică, a apariției sistemului economic nou, deosebit de cel existent mai înainte. La rândul său, Alvin Toffler a evidențiat, în cartea sa „Al treilea val” (fără a se referi direct la conceptul de „economie informațională”) principiile de bază ale funcționării noii economii: informația reprezintă mijlocul de producere a bunului social; producerea cunoașterii devine activitatea principală a societății [251].

În consecință, un șir de studii ulterioare [107; 176; 215; 231] au accentuat asocierea economiei informaționale cu utilizarea tehnologiilor informaționale care, în opiniile acestora, dispun de un potențial imens pentru sporirea PIB-ului societăților și, funcționând în calitate de catalizator, contribuie la creșterea competitivității economice și a dezvoltării societății.

Caracteristica „informațională” a economiei, a remarcat M. Castells, rezidă, în primul rând, în capacitatea de a genera, prelucra și utiliza eficient informația bazată pe cunoaștere, astfel, atenția trebuie îndreptată, mai ales, asupra noilor modalități de organizare a activității în condițiile tehnologice noi, și nu atât asupra instrumentelor care o asigură [141, p. 161]. Respectiv, schimbările care apar în societatea de rețea modifică semnificativ valoarea economică a informației și, prin urmare, au consecințe semnificative asupra modului în care se realizează producția și distribuția socială.

În scrierile autorului canadian Don Tapscott se anunță sosirea economiei globale creative și este formulat, cu lux de argumente, îndemnul de a înzestra „generația NET (cei care au „crescut digital”, maturizarea efectivă a cărora s-a produs în mediul digital – nota noastră – I. P.) cu abilități de gândire, diferite decât cele necesare pentru epoca industrială” [248, pp. 122-123]. Într-o altă lucrare, pornind de la premisa ascensiunii comerciale a Internetului, însoțite de „creșterea informației integrative, a comunicării și a platformelor de internet care construiesc comunități, cum ar fi blogurile, wiki-urile sau site-urile de rețele sociale”, D. Tapscott și A. Williams susțin că acest lucru „nu numai că a determinat dezvoltarea de noi concepte – software social, social media etc.” – dar a contribuit la manifestarea unui optimism tehnodeterminist, iar „noul web” aduce „o nouă democrație economică (...) în care toți avem un rol principal” [247, p. 15].

Caracterizând fenomenul globalizării, acceptat ca intensificare a relațiilor sociale mondiale, sociologul englez Antony Giddens a remarcat: „globalizarea este politică, tehnologică și culturală, precum și economică. Ea a fost influențată mai ales de dezvoltarea sistemelor de comunicații, care datează de la sfârșitul anilor 1960. Schimbările (însumate de globalizare) sunt propulsate de o serie de factori, unii structurali, alții mai specifici și istorici. Influențele economice sunt cu siguranță printre forțele motrice, în special sistemul financiar global. Cu toate acestea, ele nu sunt forțe ale naturii. Ele au fost modelate de tehnologie și difuzie culturală, precum și de deciziile guvernelor de a liberaliza și dereglementa economiile lor naționale” [174, p. 8]. Întrebându-se, dacă globalizarea este „o forță care promovează binele general?” [174, p. 10] și poate câștiga mai mult control asupra „lumii noastre fugitive”, Giddens constată: „globalizarea nu este întâmplătoare pentru viața noastră de astăzi. Este o schimbare în circumstanțele vieții noastre. Este felul în care trăim acum” [174, p. 11-12], împărtășind ideea că „mulți dintre noi ne simțim în strânsoarea unor forțe asupra cărora nu avem control” [117]. Deci, cu adevărat, „trăim vremuri excitante” [185, p. 47].

De altfel, există multe definiții, clasificări și semnificații diferite ale globalizării, „fiecare urmând făgașul dezbaterii în funcție de poziția teoretică a cercetătorului – fie că sunt entuziaști

globali sau global-sceptici” [189, p. 108]. Cert este însă că toți converg în a accentua și dimensiunea culturală a globalizării. Experții indică cu hotărâre asupra faptului: „în centrul culturii moderne se află globalizarea; în centrul globalizării se află practicile culturale” [99, p. 10].

În această ordine de idei, dacă ne referim, așadar, la „comunicare” în sens larg, „incluzând producția, circulația și consumul informației” [145], și raportăm acest postulat la conștientizarea necesității de a comunica, de a transmite sau recepta informații, care este, în accepția lui Serge Moscovici, „trăsătura esențială a omului, o nevoie vitală, și a comunica înseamnă a transmite și a influența” [49, p. 162], putem deduce, în acest sens, că interpretarea *in extenso* a noțiunii „comunicare” permite reformularea chestiunii despre circumstanțele existențiale ale ființării omului în raport cu societate în interogația despre condiția și posibilitățile comunicării și găsirii consensului, adică, problema comunicării în esența sa este problema înțelegerii reciproce între subiecți: persoane, culturi, socium-uri și, deci, a posibilității de a ajunge la solidaritate, încredere reciprocă, în afara cărora este imposibilă acțiunea comună.

În opinia cercetătorilor, „aceasta este epocă a comunicării, iar revoluția actuală a informațiilor crește dramatic potențialul de partajare a informațiilor pe tot globul. Revoluția informațională la care asistăm astăzi a fost comparată cu inventarea tiparului mobil în secolul al XV-lea sau cu trecerea de la o societate agrară la una industrială în secolul al XIX-lea” [191, p. 2]. Și rolul integrator pentru toate sferele activității umane revine informației, tehnologiilor informaționale, Internetului.

La baza noii comunicări societale se află, astfel, nu doar simpla informație, ci, așa cum a subliniat Manuel Castells, logica de rețea a structurii fundamentale a societății, care conferă informației difuzate calități și funcții deosebite, comportând modificări de sistem și transformări ale principalelor sfere ale activității umane - de la economie și politică la educație și cultură, o realitate nouă, în care „capacitatea de generare a cunoașterii și procesare/gestionare a informației determină productivitatea și competitivitatea tuturor structurilor la nivel de unitate economică, regiune ori țară” [137, p. 10], iar principiul informațional-de rețea devine în mod consecvent principala tendință de organizare a sociumului, contribuind concomitent la sporirea vertiginoasă a numărului actorilor politici. Internetul, astfel, începe să determine dezvoltarea și particularitățile interacțiunii structurilor sociale existente, orientarea și funcționarea proceselor sociale contemporane. Lansarea activă a termenului „societate informațională” în circuitul științific se datorează, astfel, renumitului cercetător Manuel Castells, care a înaintat ideea prioritizării informației în raport cu tehnologia, devenind în condițiile actuale temelia structurală de dezvoltare a societății, subordonate de acum înainte „logicii de rețea”. Noua paradigmă,

propusă de M. Castells, „informationalism as a new technological paradigm” [142, p. 10], asigură baza materială pentru pătrunderea a unei astfel de forme în structura societății.

În general, autorii consacrați insistă asupra faptului că schimbările din infrastructura tehnologică sunt inseparabile de dezvoltarea socială, fiindcă multe dintre activitățile sociale sunt o consecință a dezvoltării tehnologice, prin urmare, revoluția tehnologică trebuie concepută ca un act de punere în aplicare a cunoștințelor rezultate din cunoaștere pentru generarea de dispozitive de prelucrare și de comunicare de informații [141, p. 31].

În ultimii ani s-a conturat o tendință de cercetare, axată asupra rolului pe care îl are Internetul în dezvoltarea activismului civic și în legitimarea așa-numitei informații alternative [132, pp. 217-224; 236]. Se analizează rolul comunicării online în organizarea unor acțiuni civice și, în general, în formarea unor „contra-discursuri” la cele dominante. De regulă, acest fenomen este discutat și în contextul dezvoltării unor medii alternative la nivelul comunităților locale, universităților etc.

O altă idee semnificativă este cea referitoare la chestiunea utilizării („usage”) Internetului, unde se constată că acesta are ritmul cel mai rapid de răspândire dintre toate mijloacele de comunicare. În acest context, existența decalajelor dintre țările unde a pătruns Internetul va avea grave consecințe asupra structurii comunicării și culturii în viitor. Modelul lui Van Dijk, de exemplu [254, pp. 24-26] este unul complex și multiaspectual, prin care se încearcă lansarea unui cadru teoretic de studiu al decalajului digital. Pornind de la abordarea complexă a fenomenului, autorul explorează motivațiile și provocările accesului la tehnologiile digitale, examinează, atent și concludent, trei presupuneri:

- Utilizarea media digitală reduce inegalitatea socială;
- Utilizarea mijloacelor digitale nu produce nicio diferență;
- Utilizarea media digitală crește inegalitatea socială.

În esență, decalajul digital reprezintă, în viziunea cercetătorului, un element, dar și factor, al inegalității sociale, iar în cele din urmă, cumulara inegalităților de ordin personal și de statut influențează distribuția inegală a resurselor, accesul inegal la tehnologiile digitale având drept consecință principală diferențierea gradului de participare a cetățenilor la viața socială. Astfel, remarcă Van Dijk, decalajul digital prezintă o problemă socială reală a societății contemporane, întrucât comportă încetinirea creșterii economice și a dezvoltării inovaționale, determină sporirea inegalității și proliferarea excluziunii [254, pp. 5-8], concluzionând că „astăzi inegalitatea digitală nu numai că reflectă, dar tinde și să consolideze inegalitatea socială”.

Pe parcurs, apar cu consecvență studii [108; 190; 230; 252; 262] care fortifică ideea semnificației principale pe care o are incluziunea societăților contemporane în relații sociale,

apartenența la rețele, posibilitatea de a utiliza tehnologiile contemporane. Respectiv, o caracteristică esențială a Internetului ar consta în faptul că prin intermediul acestuia se creează un mediu principal nou al comunicării, elementele căreia în anumite privințe coincid, altele – completează, iar unele prezintă o alternativă a mediului social și comunicațional contemporan.

Trăim în era informațională, unde fluxul informațional este cuprinzător și diversificat și vine de pretutindeni. Unii acceptă destul de bine această schimbare, alții însă se integrează în ea cu mari eforturi, oricum, societatea actuală obligă toate categoriile sociale să țină pasul cu evoluția tehnologiei. Tehnologia actuală în general și cea informațională în special este o componentă a procesului social contemporan cu efecte directe asupra tuturor domeniilor de activitate din cadrul societății contemporane [229, p. 47].

În acest context, conceptul de *user-generated content* (conținut generat de utilizator) este una dintre ideile revoluționare în comunicare, dezvoltate de Internet / social media. Utilizatorul devine *prosumer* („producer and at the same time, consumer”), conform lui Lincoln Dahlberg [154, p. 336]. Acest content se înscrie în albia comunicării sociale, răspunzând unor criterii ca participare, standardizare, descentralizare, caracter deschis, control din partea utilizatorului, structură modulară, identitate [158, p. 17]. Astfel, informația lansată este convertită prin intermediul unor mecanisme, devenind un produs nou, valabil pentru întreaga comunitate, și obținând calitatea nu pur și simplu al unui „produs virtual”, ci de element al practicii sociale.

Contează, în această ordine de idei, flexibilitatea content-ului, variabilitatea lui (posibilitatea, deci, de a reveni, modifica, apelul la multitudinea formelor în care poate fi prezentat, opțiunea hipertextualității), determinând șansa utilizatorului de a construi propriul spațiu în rețea. Avantajele structurilor de rețea, astfel, pot fi observate în adaptarea la condițiile în schimbare, concentrarea activității proprii pe competențele asimilate, partajarea cunoștințelor, valorificarea oportunităților, extinderea conexiunilor, colaborarea socială ș. a.

Conceptul „dialogului” [45, pp. 10, 17] formează esența noii construcții sociale, determinate de invazia tehnologică și antrenate plener în trecerea dincolo de hotarele statului național pentru a modela comunitatea globală. Esența social-tehnologică a interactivității se caracterizează prin modalitatea dialogică a interacțiunii utilizatorilor în timp real, oferind posibilitatea de autoconstruire a modalității individuale de căutare, procesare și consum al informației sau producere în comun a noii informații. În opinia experților, tehnologiile web interactive schimbă modul de creare a informației în spațiul public [166, p. 274]. Conceptul, considerat central, al auto-comunicării de masă, exprimă o nouă formă de comunicare prin care utilizatorul se expune în fața publicului larg și, astfel devine atât emițător, cât și receptor.

Totuși, cea mai mare parte a cercetărilor consacrate Internetului acordă o atenție deosebită impactului acestuia asupra societății, proceselor sociale, lucru ilustrat printr-o lucrare colectivă, „19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives” [135] care, printr-o abordare multiaspectuală, contribuie la înțelegerea complexității fenomenului. Calificând Internetul ca cel mai puternic agent al schimbării din istoria recentă, catalizator cheie al celei mai extinse și rapide revoluții tehnologice din istorie, autorii volumului au reușit să evidențieze și să argumenteze importanța de-a dreptul „crucială” a Internetului [135, p. 229].

Reieșind din cele expuse mai sus, în linii mari, cercetările ce au ca obiect interpretarea transformărilor produse în sfera comunicațională odată cu afirmarea Internetului pot fi clasificate în câteva direcții de bază:

- Prima direcție este datorată circumstanțelor globalizării, care generează emergența unei societăți noi, în care Internetul reprezintă un element indispensabil, un mijloc care asigură mondializarea informației, comunicării, economiei, educației, culturii.
- o altă direcție este legată de studiul caracterului de rețea al societății contemporane, bazate pe tehnologiile Internetului, cu atenția principală acordată societății existente în care este vizibilă influența structurilor de rețea asupra instituțiilor sociale, se produc schimbări în ordinea socială, inițiate de procesele în cauză;
- o a treia direcție este axată pe prognozarea și elucidarea consecințelor sociale ale dezvoltării Internetului;
- o a patra direcție ține de explicarea caracteristicilor mediului comunicațional universal, în care domină mecanismele de virtualizare a spațiului public, ca efect al funcționării noilor tehnologii informațional-comunicaționale. Internetul devine interpretat ca un fenomen social, ca un spațiu virtual al interconexinilor ample, manifeste și accesibile.
- Un loc aparte revine cercetărilor impactului Internetului asupra unor aspecte particulare ale activității umane, considerate atât pe plan local, cât și cel global.

În general, Internetul, în majoritatea cercetărilor efectuate, a fost văzut ca „o lumină fastuoasă, strălucind deasupra preocupărilor de zi cu zi. A fost o minune tehnologică, despre care se credea că aduce un nou Iluminism pentru a transforma lumea. Comunicarea a dominat internetul, prin e-mail asincron și liste de discuții și prin mesaje instantanee sincrone și grupuri de chat. Se presupune că toate erau conectate la toți, fără limite de timp și spațiu” [263, p. 124].

Abordând chestiunea studiilor consacrate Internetului (de remarcat, că începutul acestor studii datează cu anii '70 ai secolului trecut, printre pionierii Internetologiei fiind Starr Roxanne Hiltz și Murray Turoff prin lucrarea, calificată drept „profetică” [263, p. 123], „Network

Nation” [187], cercetătoarea S. Livingstone se întreba: „Care sunt contururile acestui câmp emergent?” constatându-i rădăcinile disciplinare diverse, metodele abia formate și un obiect de studiu în continuă evoluție. Cu toate acestea, se pledează pentru asocierea schimbărilor tehnologice cu transformările fundamentale în societate, legând astfel „studiile Internetului” de „studiile informației” prin concepte precum societatea informațională, societatea cunoașterii, era informațională și societatea de rețea. Acest lucru, mai mult decât concentrarea asupra tehnologiei, aduce un filon bogat de dezvoltare teoretică și argumente practice, împreună cu necesitatea unui studiu multidisciplinar sau, poate mai bine, perspectivă interdisciplinară [198, p. 11]. Și este evident că fiecare zi aduce necesitatea unor abordări noi, depășind limitele cercetărilor clasice, pentru a clarifica tendințele înregistrate în evoluția Internetului și a elucida problemele de cercetare emergente, inclusiv, cele ale comunicării mediatice.

1.2. Acțiunea comunicațional-mediatică în spațiul virtual: abordări actuale

Internetul, considerat prima comunitate globală, din momentul apariției lui, la sfârșitul anilor șaptezeci ai secolului trecut, după câteva decenii a intrat într-o fază de stabilizare, de valorificare a multiplelor oportunități pe care le oferă pentru dezvoltarea comunicării globale și avansarea mijloacelor de comunicare de masă. Internetul a devenit acum o parte inerentă a vieții societății, afirmându-se ca o nouă și foarte importantă dimensiune a spațiului în care lumea noastră există și se dezvoltă.

Pe de o parte această dimensiune se materializează în interconectarea de proporții vaste a rețelelor computerizate, iar pe de altă parte, oferă o interacțiune fără precedent a audienței spațiului virtual, contribuind la integrarea milioane de oameni în cadrul acestui spațiu informațional-comunicațional și axiologic.

Printre caracteristicile semnificative ale Internetului, așa cum atestă experții, pot fi evidențiate următoarele:

- 1) rapiditatea procesului de căutare, prelucrare și difuzare a informației [73, p. 31];
- 2) accesul la un volum imens de informație [216, p. 932];
- 3) afirmarea caracterului interactiv al comunicării, efectuate în timp real [270, p. 24];
- 4) eliberarea sentimentului de libertate interioară concomitent cu iluzia deschiderii și egalității în procesul comunicării [152, p. 158];

- 5) posibilitatea interlegăturii a tuturor participanților Rețelei globale, cu ignorarea opoziției „centru – periferie” [114, p. 563];
- 6) caracterul public al participării, cu păstrarea anonimatului [235, p. 134], adică securității personale a actorilor procesului ș. a.

În mod firesc, spațiul comunicațional virtual a devenit obiectul de cercetare a multiplelor discipline științifice – psihologie, filosofie, culturologie, filologie, sociologie, științe politice etc.

Explicația acestui fapt vine din realitatea socială: societatea contemporană se află sub presiunea unor fluxuri informaționale extrem de puternice, fapt ce determină o necesitate stringentă a indivizilor nu doar de a cunoaște și de a asimila informația primită, dar și de a o prelucra, analiza și interpreta în mod adecvat. Spațiul virtual exercită o influență imensă asupra gradului de însușire a sistemului de valori împărtășite și priorităților comportamentale ale omului. Raportul Digital, publicat de „Hootsuite et We Are Social” [293] în anul 2022 atestă sporirea însemnată a utilizatorilor de media sociale, remarcând cifra de 4,67 miliarde de oameni, cu o sporire procentuală de aproximativ 10 % pe an, timpul acordat navigării în rețele sociale de internauți fiind estimate la 2 ore și 27 minute pe zi.

Amplarea fenomenului este astfel marcată de proporții uriașe („ascensiune spectaculoasă” [152, p. 181], generând multiple probleme. Tocmai de aceea, studiul problemelor legate de dezvoltarea Internetului, de chestiunile interacțiunii comunicaționale în spațiul virtual și particularitățile acțiunii comunicațional-mediatică în spațiul virtual devine unul prioritar și de o însemnătate deosebită.

Avansarea Internetului a determinat ca revoluția din domeniul tehnologiilor de informare și comunicare să dezvolte o nouă politică de informare, vizând, deci, în primul rând componenta mediatică - mass media actuală [141]. Se constată mutații în evoluția mass-mediei tradiționale datorate Internetului, beneficiile de care se bucură mediul virtual, urmare a noilor tehnologii care generează transformări concrete în viața socială și individuală. Se constată că în Era informației, Internetul are aceeași semnificație ca și presa tradițională, tipărită, în societatea industrială, însă noile mijloace de comunicare au la origine conceptul *satul global*, atribuit lui M. McLuhan [204], fiind de fapt un indiciu al fenomenului globalizării. Noua civilizație informațională se bazează pe disponibilitatea și accesibilitatea universală a informației. Studiile întreprinse au concluzionat că media „are nevoie permanentă de fluxuri de informații pentru transmiterea constantă de știri” [58, p. 133].

Astăzi sunt suficiente analize referitoare la relația dintre convergența tehnologică și noul sistem media alcătuit din platforme precum Facebook, LinkedIn, Twitter, GooglePlus, oferind instrumentele necesare pentru stimularea acțiunii de identitate pe online. Experții constată că era

digitală semnifică modificarea esențială a situației mediei tradiționale prin noile relații ce se stabilesc cu audiența (interactivitate), noul limbaj (multimedia) și recurgera la oportunitățile hipertextului. Toate aceste caracteristici reprezintă semnele indispensabile ale jurnalismului actual [191]. Practic, toate publicațiile plasate pe site-urile WEB au referințe la alte surse, uneori, audio și video file-uri, ceea ce, în esență, reprezintă hipertextul. Căutarea informației în acest caz este facilitată și oferă utilizatorilor o libertate în procesarea textelor. Noile tehnologii anulează barierele existente altădată în fața lansării producției mediatice pe piața mondială și contribuie potențial la extinderea auditoriului, la diversificarea resurselor mediatice. Mass-media este „omniprezentă și atotștiutoare întrucât creează o nouă realitate – hiperrealitate – alcătuită din conduita oamenilor și imagini ale mediilor de informare” [78, p. 32]. Media devine, astfel, un actor important, care cu multă responsabilitate trebuie să realizeze transparența informației pentru miliarde de locuitori, pentru asigurarea unui acces democratic, generalizat. Sursă importantă de informare cu privire la evenimentele, fenomenele și tendințele din societate, media este un mijloc de abordare critică a realității și de aducere pe agenda publică a problemelor reale cu care se confruntă cetățenii sau grupurile sociale, totodată, este un important instrument de formare a opiniei publice, la orice nivel. „Tot mai mult, însă, se conturează prezența unui alt tip de media, secundat de posibilitățile Internetului de a asigura oportunități de excepție în cuprinderea realității” [60, p. 91].

Așa cum menționează cercetătorii, în particular, M. Castells [142, p. 12], în fond, acum tehnologia influențează informația, și nu invers. În al doilea rând, noile tehnologii formează societatea contemporană, pentru că informația reprezintă componenta ei esențială. Și în al treilea rând, contează flexibilitatea atât a socium-ului, cât și a tehnologiilor, care permit distribuirea procesării în diverse contexte și aplicații.

M. Castells în demersul său de analiză asupra societății actuale, pornește de la următoarele premise: 1. interacțiunea între relațiile sociale și inovația tehnologică; 2. importanța individualității, în sensul în care grupurile sociale, prin definirea propriei lor identități, modelează instituțiile societății; 3. revoluția din domeniul tehnologiilor de informare și comunicare a creat o nouă formă de politică, politica de informare, iar politica în societatea de rețea este făcută, în primul rând, de mass-media [140, p. 8]. Apariția și afirmarea noilor media, dezvoltarea platformelor de socializare și a altor modalități și formate de producere și transmitere a informațiilor, precum Facebook, Twitter, iPhone, iPad, Google, „smart TV”, etc., potolească în permanență setea de informație, modificând-o substanțial în raport cu cea difuzată de media tradițională [228, p. 137]. Iar identitățile omului modern se construiesc, astfel, și între reperele oferite de mass-media, în parametrii singurătății cetățeanului actual ce se conturează în universul

creat tot de mass-media actuală, și în cele ale solidarității, exprimate pe cale virtuală. Cu participarea masivă a mediei, panorama actuală a lumii într-o măsură tot mai mare se manifestă în forma sa comunicațională (interactivă și marcată de hipertextualizare), fiind construită și interpretată.

Cercetătorii, preocupați de studierea problemelor emergente ce țin de impactul Internetului asupra jurnalismului și comunicării actuale oferă diverse interpretări ale rolului schimbărilor tehnologice în adoptarea inovațiilor. De exemplu, John Pavlik se concentrează asupra modului în care tehnologia influențează jurnalismul și afirmă că jurnalismul „a fost întotdeauna modelat de tehnologie” [222, p. 229], deoarece „pentru jurnalism, funcția a urmat adesea forma” [221, p. 203]. Totuși, tot mai evident este manifestat consensul în respingerea explicațiilor deterministe, propunând în schimb atenția față de inovații conceptuale [149]. Astfel, într-o analiză a felului în care s-a schimbat jurnalismul în mediul digital, Mark Deuze [161, p. 110] accentuează: „Tehnologia nu este un factor independent care influențează jurnalismul din exterior, ea trebuie privită în termeni de implementare și de modalitățile în care aceasta extinde și amplifică modurile anterioare de a face lucrurile”. Interacțiunea dintre tehnologia și manifestările ei este ilustrată de mai multe studii care arată că „variațiile în structurile organizaționale, practicile de lucru și reprezentările utilizatorilor sunt legate de modurile diferite în care lucrătorii din redacții adoptă aceste tehnologii” [124, p. 198]. Oamenii de știință examinează, de asemenea, consecințele inovației pentru industria media și societatea în general [193].

Ascensiunea irezistibilă a Internetului provoacă, prin transformările la scară întregii societăți umane, nu doar progres benefic în plan tehnologic, în economie, în sfera comunicării, în viața publică și cea privată a utilizatorilor, ci și o serie de manifestări negative ale căror consecințe la nivel global nu sunt suficient elucidate [136]. În acest context au apărut lucrări, subiectele cărora se axează pe căutarea răspunsurilor la multiplele semne de întrebare ce derivă din schimbările în sfera mediatică [128; 163; 256].

Transformările vizează nu doar content-ul, dar și audiența mediei din spațiul virtual. Cercetătorul olandez Mark Deuze a remarcat faptul că noile media sfidează unul din miturile fundamentale ale jurnalismului, și anume că „jurnaliștii determină ce va vedea, asculta și citi publicul” [162, p. 146]. Se schimbă și modul de consum al produselor mediatice, audiența își asumă calitatea de „user”: cititorul, telespectatorul, radioascultătorul devine activ, el vrea nu doar să aleagă programul pe care-l va urmări, dar și să interacționeze, să influențeze, să participe la procesul de producere a mediaprodusului. În al doilea rând, utilizatorul adoptă acțiunea

„multitasking” (multifuncționalitate), fiind capabil să obțină simultan informația din mai multe surse, să reacționeze la ea, să comunice propriul punct de vedere.

Cercetătorii discută despre afirmarea logicii coeditării, prin intermediul căreia jurnalistul se va putea autodefini ca un reprezentant al opiniei publice, asumându-și rolul de interpelare a decidenților; să devină un mediator, dar unul implicat în evaluarea evenimentelor și a responsabilităților [264].

Fenomene specifice jurnalismului actual precum tabloidizarea, personalizarea presei, cât și dezvoltarea accelerată a noilor tehnologii de comunicare, au condiționat schimbarea cerințelor publicului, a capacităților și posibilităților sale de receptare a produsului mediatic. Noua audiență a mediei, și este evident că este preponderent o nouă audiență, „cu propriile reprezentări, caracteristici, cerințe” [211], formează în prezent o panoramă informațională construită pe plan mai mult individual, personalizată, independent de agenda, dictată de media tradițională.

În acest sens, Internetul este principala soluție la problemele apărute în rezultatul acestor tendințe, prin capacitatea sa de a răspunde mai diversificat intereselor specifice, de a modifica procesul de comunicare mediatică. Presa online, site-urile cu destinații diverse, blogurile etc., contribuie, toate, la diminuarea a ceea ce se consideră a fi media tradițională. Publicul nu mai este un monolit, iar din această cauză nici presa nu mai poate găsi decât foarte rar subiecte care să-l reunească [61, p. 273].

Internetul a devenit cea mai mare arteră pe care circulă informațiile, și cei mai importanți beneficiari ai acestei facilități sunt, desigur, agențiile de știri, instituțiile mediatice și, bineînțeles, publicul, și cumulează la ora actuală toate posibilitățile de transmitere și distribuție a știrilor, integrând televiziuni, canale de radio, presa scrisă, într-un tot unitar oferind beneficiarului posibilitatea de selectare a subiectelor despre care se va informa. În plus, informațiile sunt foarte diversificate: text, video, audio, foto, sporind posibilitatea de percepție a materialului jurnalistic.

Se constată că opiniile formulate pe forul publicațiilor sau ca răspuns la ediția electronică merită a fi luate în seamă, îndeosebi dacă se ține cont de faptul că acesta este unul dintre cele mai rapide feedback-uri pe care-l primește emițătorul și care constituie expresia punctului de vedere exprimat de publicul din mediul online. Deseori, jurnaliștii neexperimentați evită referința la aceste mesaje, îndeosebi când acestea sunt violente, șochează prin limbaj și deprimă [104, p. 212].

În noile condiții, oricum, rămân valabile preceptele consacrate ale activității jurnalistice. În prezent, se poate de afirmat că tehnicile media stabilesc modul de utilizare a mijloacelor de

informare în vederea atingerii obiectivelor generale și specifice în scopul de a informa/influența cu efecte în direcția dorită [93].

Sunt discutate chestiuni ca evadarea mass-mediei în spațiul virtual sau masivul proces de convergență a mediei, precum și diverse aspecte, generate, la fel, de sosirea Erei digitale. Totodată, experiența acumulată relevă necesitatea ca media tradițională să-și redefinească legitimitatea, deoarece se consideră că s-a cedat foarte mult în fața platformelor mediatice digitale, cum ar fi: Yahoo, Facebook, Instagram, Twitter, Messenger, Skype, Google Talk, Trillian, Meebo, Youtube, Snapchat, LinkedIn etc. [181].

Considerăm o preocupare bine motivată faptul cuprinderii în lucrările editate a unor studii și articole care pun în evidență relația dintre național și internațional în domeniul mediei, al publicisticii, și mai ales necesitatea extinderii comunicării internaționale în condițiile dezvoltării societății globale și apariției noilor forme de jurnalism.

Cufundarea în universul studiilor consacrate Internetului și mediei actuale demonstrează conștientizarea faptului că cercetătorii se află în fața multiplelor probleme ale afirmării comunicării în spațiul virtual, de unde vine și convingerea că trebuie dezvoltată „o abordare integrativă care să ia în considerare diferitele forme de comunicare media în relevanța lor pentru articularea culturilor și societăților actuale” [183].

Tocmai în direcția elucidării aspectelor complexe legate de dezvoltarea Internetului și a noilor media sunt concentrate eforturile cercetătorilor, practic, de pe toate meridianele globului [126; 160; 169; 207; 223; 246 ș. a.]. În conformitate cu investigațiile cercetătorilor, procesele ce au loc în societate influențează mijloacele de comunicare de masă și le transformă.

Se înregistrează aici și tendințe optimiste (Internetul fiind văzut ca o „forță pozitivă pentru schimbare care poate reformula interacțiunile dintre cetățeni, aleșii și presă [123, pp. 6-7]: „Web-ul oferă tuturor o modalitate de a se implica activ în procesul electoral; dă voce celor care anterior erau doar consumatori pasivi” [170, p. 196]. Se manifestă din plin și tendințe alarmiste. Specialiștii în domeniul mass-mediei constată faptul că omenirea începe să devină neliniștită „din cauza supradozei de informații, și nu mai face față fluxului mare de mesaje din mediul online” [72, p. 10]. În multe lucrări se analizează efectele asupra comportamentului uman, generate de utilizarea Internetului și se evidențiază pe lângă avantaje de comunicare, riscurile pe care noile tehnologii informaționale le aduc, privind proprietatea și libertatea indivizilor, o pondere aparte în acest context obțin studiile ce reflectă influența Internetului asupra calității democrației [155; 156].

Vis-à-vis de noile media, aflate între paradigma analogică și paradigma digitală, în contextul impactului resimțit de media clasică față de versiunile online și deficitul de

management media pe Internet, se atestă până și constatări de genul: „situația jurnaliștilor de astăzi în România e vai de ei!” [66, p. 248].

În albia interpretării problematice este analizată chestiunea controlului democratic al inovației tehnologice: „potențialul său de schimbare socială subversivă” [242, p. 3]. În orice caz, devine clar că Internetul și media, de rând cu aspirația spre democratizarea comunicării, condiționată de interactivitate, dispun, în același timp, de un înalt potențial de manipulativitate: „În lumea contemporană, caracterizată de un nivel global de interdependență, capacitatea de a influența fluxurile informaționale și mesajele mediei se transformă într-un instrument important de stabilire a agendei politice” [143, p. 161]. În orice caz, devine tot mai pronunțat faptul că evoluția explozivă a Internetului, exprimată în cifre de-a dreptul „uluitoare” [79, p. 109], determină necesitatea unei abordări pertinente a problemelor emergente în acest context.

Dacă ne referim la reprezentanții comunității științifice românești, ar trebui să menționăm lucrările consistente, semnate de Dorina Guțu [20; 21], Antonio Momoc [41; 42], Taseșe Tănase [95; 96], Marian Petcu [225], Camelia Beciu [5], Constantin Șchifirneț [77], [39], Călin Sinescu [79], Daniel Burtic [7], Alexandru Ulmanu-Brăduț [102; 103], Bogdan Oprea [54] ș. a.

Cât privește examinarea problematicii Internetului de cercetătorii din Republica Moldova, vom semnală contribuția comunității științifice la clarificarea anumitor probleme legate de valorificarea spațiului virtual, constatând, mai întâi de toate rolul semnificativ în această privință al colaboratorilor Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

În mod firesc, problemele utilizării tehnologiilor informaționale în activitatea mass-mediei s-au aflat în vizorul prof. Georgeta Stepanov, autoare a câtorva studii importante în domeniu [81; 83; 240; 241]. De reținut din ele un șir de constatări argumentate, vizând starea actuală a mediei, ca: „modelul editorial al presei tradiționale a suportat modificări conceptuale și funcționale care au impus noi standarde de activitate jurnalistică” [83, p. 26] sau „efectele tehnologiei asupra presei scrise au fost puternice, de lungă durată și ireversibile, întrucât au schimbat pentru totdeauna activitatea de creație și producție jurnalistică, precum și formele de manifestare a producției. Metamorfoza rezultată din procesele tehnologice a influențat atât principiile de activitate, cât și relațiile pe care presa tipărită le stabilește în mod tradițional cu celelalte elemente ale sistemului mass-media” [241, p. 36].

Prof. Constantin Marin, în recenta sa monografie „Mass-media în postcomunism” [35], dar și în lucrarea „Comunicarea internațională” [34], dezvăluind în detalii itinerarul parcurs de media autohtonă, a remarcat: „Remodelarea mediilor tradiționale s-a produs, pe de o parte, prin lansarea versiunilor lor electronice, adaptate la rigurile și avantajele Internetului, iar pe de alta –

în conceperea unor medii noi (*new media*) care au integrat cuvântul scris, sunetul și imaginea în coordonatele „gramaticii digitale”. Reperele acestei gramatici sunt: 1) conectivitatea (acces potențial nelimitat la informații grație dezvoltării sistemului); 2) hipertextul (acces imediat, la nivel mondial, la toate componentele unui subiect în legătură cu cel conex sau de referință); 3) interactivitatea (retroacțiunea la informația furnizată). Drept urmare, apare ... modalitatea participativă de transmitere a informației proprii mediilor sociale de pe web” [34, p. 30].

De menționat că proliferarea Internetului, în viziunea cercetătorilor din Republica Moldova, poate genera nu doar satisfacții profesionale, dar este, totodată, și generatoare a anumitor îngrijorări vis-à-vis de destinul presei tipărite, determinând, cum se arată într-o referință, situația „Good bye to the age of newspapers”.

Cuvintele la care se referă autoarea, cercetătoarea Victoria Bulicanu, constată, în contextul dat: „Era digitală, în acest sens, a contribuit profund la revizuirea metodelor și tehnicilor de furnizare a informației de ziar, într-o competiție absolut inechitabilă cu noile tehnologii informaționale. Specialiștii americani susțin că înainte de a fi lovită de recesiune, industria ziarelor a început să se confrunte cu o amenințare mortală din partea Internet-ului, care a lovit în diminuat semnificativ tirajele, veniturile din publicitate și în numărul de cititori, care s-au dezobișnuit să mai procure în fiecare dimineață ziarele de la chioșcul din apropiere. Situația din presa scrisă americană se certifică și prin reducerea cu 50% a staff-urilor editoriale ale celor mai citite publicații din țară. Acestea au fost nevoite să găsească soluții de supraviețuire, bazându-se, în primul rând pe numele sonore, devenite brand-uri celebre pe parcursul a sute de ani și să identifice căi de promovare prin intermediul rețelei globale, în speranța de a atrage noi surse financiare, datorită titlurilor lor, dar și din publicitatea online” [9, p. 302].

Preocuparea pentru precizarea căii de dezvoltare actuală a mediei caracterizează o serie întreagă de articole, semnate de cercetătoarea Mariana Tacu [87; 88; 89; 90; 91; 92; 93; 94; 245]. Autoarea accentuează în studiile întreprinse aspecte esențiale ale metamorfozelor care provin din interacțiunea / confruntarea mediilor tradiționale cu noile posibilități, determinate de ascensiunea digitală: „Evoluția fără precedent a World Wide Web a dus inevitabil la digitizarea informațiilor, un proces continuu, bazat pe acțiuni exacte, interdimensionale... De aceea, transfigurarea digitală a mass-media, reprezentată ca proces activ, se concentrează pe formele de integrare a textelor, sunetelor, imaginilor de toate tipurile într-un singur mediu - (produs media integrat și/sau multimedia)... Diversitatea conținuturilor și libertatea de acțiune oferită de spațiul virtual contribuie la inițierea unui proces de transformare a oamenilor, care din simpli utilizatori devin comunicatori capabili să genereze și să distribuie fluxuri de informații, care au ca scop stabilirea unui nivel superior de interactivitate... Spațiul virtual a oferit instituțiilor media noi posibilități

de interacțiune cu publicul, schimbând modalitățile de informare, distribuire a informațiilor, imaginilor, dar și recepționarea unui feedback imediat” [245, p. 11], evidențiază rolul tehnologiilor noi în procesul de schimbare la față a mass-mediei: „Noile tehnologii au transformat modul în care se practică jurnalismul. Astăzi se tinde către un jurnalist universal multitascking, capabil să redacteze un text, să fotografieze, să prelucreze imagini, să filmeze și să realizeze montaje pentru web, în sens restrâns, să creeze produse media integrate. Acest tip de produs media elimină barierele ce delimitau în trecut mijloacele de informare în masă prin intermediul unor caracteristici și particularități: Presa scrisă – text; Radio – sunet; Televiziune – imagine video. Astfel, mijloacele de informare în masă, indiferent de specificul acestora în parametri clasici, odată transpuse în spațiul virtual dispun de aceleași instrumente de creare și difuzare a informațiilor în diverse forme, destinate diverselor categorii de public, care, la rândul său, poate deveni membru neoficial al echipei redacționale” [91, p. 48].

Pe același făgaș de explicare a unor consecințe pentru media, provenite din utilizarea intensă a Internetului, se plasează o serie de studii valoroase – autori A. Dumbrăveanu, M. Guzun, M. Lescu, L. Tugarev - în care au fost elucidate unele particularități ale fenomenului Internetului în aplicare la practica jurnalistică [15; 22; 29; 100; 167].

Subiectul discutat a fost ales pentru câteva teze de doctor, susținute la Facultate [19; 76]. Pornind de la ideea că tot mai mult se conturează prezența unui nou tip de media, secundat de posibilitățile Internetului de a asigura oportunități de excepție în cuprinderea realității, constatăm că acest lucru generează necesitatea studierii atente a elementelor noului, care vin să îmbogățească peisajul mediatic, transformând însăși concepția despre rolul și locul mediei în societatea contemporană. Schimbările substanțiale și spontane, survenite ca urmare a evoluției tehnicii Erei digitale și-au lăsat amprenta asupra formatului în care informația ajunge la consumator, și asupra circumstanțelor receptării informației.

De remarcat, că în mai multe din lucrările menționate interesul cercetătorilor a fost orientat – plenar sau tangential - spre anumite aspecte ale problematicei mediei online, și acest fapt sugerează oportunitatea realizării unui studiu special, ce ar conține o viziune integratoare asupra impactului Internetului asupra comunicării mediatice contemporane, asupra particularităților dezvoltării jurnalismului contemporan în condițiile sociale și tehnologice noi.

1.3. Aspecte metodologice ale cercetării activității mediatice și comunicaționale în mediul virtual

Considerăm prezenta teză realizată în albia lucrărilor axate pe studierea parcursului de dezvoltare a mijloacelor de comunicare de masă, în vederea argumentării impactului noilor tehnologii asupra activității jurnalistice, dar și, evident, asupra comunicării mediatice în accepție extinsă.

La baza investigației efectuate au fost puse realizările cercetătorilor care s-au consacrat elucidării problemicii Internetului și dezvoltării în acest context a mijloacelor de comunicare de masă. Reperele studiului au constituit postulatele și constatările argumentate cuprinse în lucrările unor autori notorii ca Marshall McLuhan [204], Manuel Castells, Denis McQuail [207], Jan Van Dijk [254], Don Tapscott, Jay Blumler [123], James Curran [153], Mark Deuze [162], Roger Silverstone [236], Lincoln Dahlberg [156], Susan Herring [185], Sonia Livingstone [198] ș. a. Parametrii investigației au fost raportați la orientările metodologice, extrase dintr-o serie de cercetări efectuate în domeniu [169; 186; 217; 239 etc.].

În mod firesc, căutările de ordin teoretic în noua ambianță comunicațional-mediatică nu au anulat în sens categoric teoriile formulate până acum, care și-au păstrat, în bună parte valabilitatea (de la teoria behavioristă a efectelor directe – la teoria fluxului comunicării în doi pași sau la teoria utilizărilor și gratificărilor). Se susține că ele nici nu pot fi neglijate, fiind „acele fantome ale trecutului media care bântuie prezentul mediei” [194, p. 198], aplicabile și în prezent, dar cu considerarea pertinentă a circumstanțelor noi (de exemplu, teoria agenda-setting). Este cazul, cel puțin, al teoriei dependenței mass-mediei (media system dependency theory sau, mai precis, a dependenței față de mass-media), lansate de cercetătorii nord-americani [11, pp. 295-323], o interpretare sistematică a studiului efectelor mass-mediei asupra publicului și a interacțiunilor dintre mass-media, audiențe și sisteme sociale, generalizând faptul că ființa umană depinde de media ca sisteme de informații vitale care dețin, gestionează și difuzează principalele resurse de informații care influențează viața cotidiană, deciziile individuale și colective, oferă repere pentru înțelegerea și conectarea individului la lumea înconjurătoare.

De menționat, și actualitatea teoriei interacționismului social, dezvoltată de Herbert Blumer, în conformitate cu care semnificația oricărei noțiuni sau obiect este determinată nu atât de particularitățile sale, cât de rezultatele interacțiunii sociale [122]. Luând în considerare faptul că media în spațiul virtual sunt orientate, în primul rând, spre organizarea interacțiunii sociale în interiorul comunităților de rețea, teoria lui Blumer obține o rezonanță particulară în condițiile dezvoltării Internetului ca spațiu al comunicării.

Derularea interacțiunii informațional-comunicațională comportă formarea unor semnificații ale proceselor și fenomenelor social-politice. Respectiv, pentru configurarea în conștiința socială a sensurilor dorite, necesare în vederea atingerii scopurilor propuse, subiecții, în special, cei din sfera politică, se plasează în postura participanților la comunicarea în spațiul Internetului, inclusiv în cadrul rețelelor sociale. Comunicarea virtuală este utilizată și în cadrul acțiunilor de influență externă asupra valorilor politice, simbolurilor și miturilor, dezvăluindu-și potențialul mobilizator pentru a exercita presiuni asupra stabilității sistemului politic în ansamblu.

În general, considerăm promițătoare și generatoare de anumite revelații examinarea problematicii Internetului în albia conceptului politicii simbolice [52].

Polivalența fenomenului Internetului determină necesitatea unei abordări complexe, cu antrenarea instrumentarului din sferele psihologiei (cu interesul special pentru efectele și influențele produse de comunicare), sociologiei (preocupate de inegalitățile sociale), teoriilor structuraliste (inclusiv, vizând chestiunile legate de reglementarea mediei) [194], științei politice, antropologiei, etc. Respectiv, este unanim recunoscut imperativul interdisciplinarității în studiul fenomenului în cauză [168, p. 393]. Cu alte cuvinte, interdisciplinaritatea studiilor în domeniul jurnalismului digital (sau, mai extins, a studiilor vizând Internetul) reprezintă „o caracteristică crucială a domeniului” [239, p. 9].

În prezent, Internetul reprezintă o realitate tehnologică subsumată procesului de globalizare, o forță capabilă să potențeze cunoașterea și comunicarea, un mediu de interacțiune la scară planetară, cu implicații sociale, științifice și culturale dintre cele mai complexe, multiple și profunde [60, p. 93]. Corespunzător, cercetătorii au la dispoziție o multitudine de surse pentru interogații investigative pentru a explora tendințele înregistrate, incluzând site-uri web și variantele acestora (de exemplu, portaluri, site-uri de știri, versiunile electronice ale mediei tipărite, jurnale web, wiki ș. a.), precum și alte forme ale comunicării mediate de computer (rețele sociale, forumuri de discuții, camere de chat, platforme multimodale interactive, mesagerie instantanee, mesagerie text etc.), generând o bogăție de probleme și fenomene noi pentru investigare. „Abundența paginilor web și diversitatea lor de formă și funcție (precum și ușurința fără precedent cu care conținutul poate fi colectat și analizat folosind instrumente automate) oferă oportunități aparent nelimitate pentru cercetare” [184, p. 233].

Din această situație provine și caracterul novator al cercetărilor din domeniul științelor comunicării. În albia aceluiași demers investigativ, considerăm, se înscrie și cercetarea noastră, care a demarat din necesitatea de verificare a ipotezelor de lucru formulate, precum și realizarea scopului și obiectivelor concrete, orientate spre sistematizarea studiilor întreprinse în domeniu, punctarea anumitor tendințe, analiza noilor forme de jurnalism contemporan (jurnalism online,

jurnalismul cetățenesc, jurnalismul participativ, data jurnalismul, jurnalismul global, jurnalismul mobil-MoJo ș. a.) și identificarea principalelor particularități ale dezvoltării comunicării în spațiul virtual. În această ordine de idei, menționăm importanța unor metode de cercetare de bază precum: analiza istorică, analiza comparativă, recurgerea la elementele studiului de caz sau ale anchetei. În cadrul cercetării a fost utilizată metodologia științifică specifică sferei științelor sociale.

O mai bună înțelegere a multiplelor și diverselor evenimente generate de afirmarea Internetului, precum și a impactului pe care l-au avut acestea asupra sistemului socio-economic, dar și a sistemului mediatic, a necesitat aplicarea, cu precădere în compartimentul al doilea al acestei teze de doctor, a unui procedeu de cercetare, relevant și diferit de altele - metoda istorică. Acest procedeu, denumit în *Dicționarul Oxford de Sociologie* analiza istoriei evenimentelor, este „un studiu longitudinal în care unitatea de cercetare nu este individul sau grupul social, ci evenimentul social-semnificativ” [37, p. 31]. În cazul acestei teze de doctor, metoda dată este mai curând tipul de analiză diacronică, cunoscută și utilizată pe larg pentru studiul proceselor în evoluția lor istorică. Metoda dată este opusă analizei sincrone, aplicată în același domeniu. Revenind la finalitatea analizei diacronice, menționăm că însăși denumirea sa ne sugerează acest fapt. Termenul *diacronic* provine din greacă, fiind o îmbinare a două cuvinte, care semnifică *peste și timp*.

Principiile diacroniei, în opoziție cu cele ale sincroniei, sunt deseori abordate. Primul tip de analiză are la bază studierea evoluției în timp a evenimentelor sau fenomenelor, în timp ce cel de-al doilea – are în prim plan înțelegerea realităților actuale momentului de cercetare. Anume aceste trăsături de bază au fost apreciate și preluate în studiile interdisciplinare, dar și în realizarea unor investigații din domenii precum geopolitica, științele politice, științele comunicării. În filosofie și sociologie, dihotomia *diacronic* – *sincronic* a fost utilizată de Roland Barthes. Este cunoscut faptul că noțiunile *diacronic*, *sincronic* sunt atribuite fondatorului lingvisticii moderne Ferdinand de Saussure. Renumitul lingvist și filosof francez F. de Saussure și-a fondat teoria grație acestei opoziții, argumentând că cercetarea pe care a realizat-o este diferită de cea a predecesorilor săi, preocupați de înțelegerea și abordarea științifică a fenomenelor lingvistice doar din perspectivă istorică (bazată pe analiza diacronică).

Această explicație și succinta prezentare a analizei diacronice este realizată aici din intenția argumentării importanței construcției, în dependență de scopul și obiectivele cercetării, a unui tablou general al evenimentelor majore și a evoluției lor. În cazul acestei teze de doctor, o astfel de abordare constituie un element important al determinării impactului Internetului și

stabilirii rolului său în dezvoltarea comunicării mediatice, precum și în apariția noilor forme de jurnalism.

Analiza comparativă este o altă metodă de cercetare aplicată în compartimentele al doilea și al treilea ale acestei teze de doctor. Acest gen de analiză specifică este, de cele mai dese ori apreciată și utilizată datorită opțiunilor pe care le oferă în cazul descoperirii unor adevăruri și a obținerii de cunoștințe noi [17]. Procedul în cauză este specific științelor sociale, unde avem mai multe exemple de studii comparate. Pentru cercetător, la prima etapă de aplicare a acestei metode, este importantă selectarea cazurilor, care urmează a fi comparate. Numărul entităților supuse analizei diferă de la o cercetare la altă: unii se rezumă la doua-trei, alții – la mai multe. În toate cazurile scopul final este același: de a servi realizării unor obiective concrete de efectuare a investigației.

În cazul acestei lucrări, unde prezentăm rezultatele cercetării impactului actual al Internetului, în special, asupra sistemului mediatice, datorită metodei analizei comparative am reușit să realizăm următoarele obiective: sistematizarea informației teoretice privind formele jurnalismului actual; realizarea clasificării activității jurnalistice în baza unor anumite criterii; identificarea și analiza noilor forme de jurnalism.

Ancheta sociologică – metoda empirică cea mai răspândită în studierea societății (fapt constatat și menționat de experții naționali și internaționali din domeniu) – este un element esențial al cercetărilor și rezultatelor obținute în baza acestei teze de doctor. Metoda dată a permis obținerea unor informații direct de la sursă și extinderea investigațiilor la un număr rezonabil de respondenți, cu vârstă diferită, pe o arie geografică mai mult ori mai puțin extinsă. În procesul de aplicare a acestui procedeu de cercetare științifică a fost parcursă în mod obligatoriu cele trei etape de bază: etapa I – preancheta, etapa II – colectarea datelor, etapa III – analiza și interpretarea datelor.

Deosebită prin posibilitatea de interogare a „unui număr de indivizi în vederea generalizării”, ancheta sociologică, constituie, mai întâi de toate, „colectarea de informații, utilizată... pentru a răspunde la o problemă” [8, p. 17]. În acest scop, la prima etapă de realizare a anchetei (denumită *preancheta*) a fost stabilită problema și aria de investigare, stabilită lista persoanelor în calitate de respondenți (numărul, vârsta, ocupația, zona geografică de trai și activitate). Un moment important al anchetei l-a constituit elaborarea chestionarului și formularea întrebărilor – activitate de bază la etapa II a anchetei sociologice în cauză.

În acest caz s-a ținut cont de problema investigată cu ajutorul acestei metode. Setul de întrebări, formulate în scris și adresate ulterior respondenților, au inclus lista de întrebări generale, urmate de întrebările axate nemijlocit pe problema investigată. Întrebările generale,

referitoare la vârstă, instituția media cu care persoanele date colaborează, ne-au ajutat să analizăm răspunsurile primite în a doua parte a chestionarului. Aceste întrebări nu au fost însoțite de varianta de răspuns și solicitarea bifării *da* sau *nu*. Am renunțat la obținerea de răspunsuri în baza unor întrebări de tip închis în favoarea unor întrebări ce au solicitat formularea unui răspuns propriu al fiecărui respondent. În consecință a fost obținut un surplus de obiectivitate în determinarea opiniilor și analiza datelor colectate (A se vedea Anexa 2).

Au fost realizate, în limitele acestei teze de doctor 40 de chestionare, cu participarea respondenților din diverse localități din Republica Moldova și România. Prin modul de adresare a întrebărilor, ancheta dată face parte din categoria *anchetă indirectă*: chestionarul a fost trimis prin e-mail și răspunsurile, de asemenea, primite cu ajutorul poștei electronice. Spre deosebire de tipul de anchete directe, care sunt mai fiabile, am optat pentru ancheta indirectă, ținând cont de următoarele avantaje: numărul de respondenți, zona geografică de cercetare, răspunsuri primite la data fixată.

La analiza datelor, efectuată la etapa a treia a anchetei, a fost luată în calcul informația primită în setul de întrebări generale, fapt necesar pentru analiza răspunsurilor la întrebările axate nemijlocit pe problemă. De asemenea, ținem să specificăm că ancheta sociologică în cauză a servit la verificarea unor rezultate obținute prin metoda observației pasive.

Această metodă empirică este importantă, ținând cont de complexitatea fenomenului studiat și posibilitatea de obținere a unor rezultate obiective. Metoda observației pasive ne-a conferit rolul de cercetător – spectator, iar persoanelor – participante la formularea răspunsurilor din chestionar – cel de obiect al investigației.

Altfel spus, nu ne-am implicat în discuții prealabile, dar am examinat și am stabilit caracteristicile psihosociale ale persoanelor date (care urmau să devină respondenți), atitudinea lor vizavi de procesul de informare, preferințele lor în materie de subiecte consultate din presă, prezența (sau absența) statutului de jurnalist.

Studiul dat, orientat spre cunoașterea realității sociale, a servit la verificarea rolului Internetului în procesul de dezvoltare a jurnalismului actual. De asemenea, procedeul dat a permis determinarea noilor forme de jurnalism și identificarea particularităților lor esențiale.

Internetul nu a fost întotdeauna aceeași amplă rețea globală, utilizată în prezent. Acest nou mijloc de comunicare a avut la origini rețeaua de comunicare, rezultată în urma proiectului ARPANET, creată pentru asigurarea fiabilității sistemului informațional al Ministerului Apărării al SUA la începutul anilor 1970. Rețeaua dată permitea accesul de la un calculator la altul, iar informația, reunită în pachetul *Internet Protocol*, putea fi transmisă la destinație – calculatorul – țintă. Pentru început, de acest sistem beneficiau doar experții IT și oamenii de știință. La sfârșitul

anilor 1980, *National Science Foundation* a creat propriul său sistem de comunicare la distanță (având la bază același pachet *Internet Protocol*), în scopul îmbunătățirii activității din cadrul universităților americane. Ulterior, elementul novator al comunicării și-a sporit nivelul de popularitate, fiind utilizat intens pentru transmiterea de date la distanță de către oamenii de afaceri, medici, avocați, jurnaliști etc.

Crearea primului *World Wide Web* în 1990, a îmbunătățit procesul de comunicare online mărin simțitor fluxul informațional grație noului instrument de navigare – hipertextul. Apariția primelor motoare de căutare în anii 1993-1994 a schimbat radical datele statistice privind numărul de utilizatori ai Internetului. Astfel, în 1998 erau create și funcționau peste 1 milion de site-uri web, peste câțiva ani mai mult de 150 de milioane de calculatoare de pe glob fiind deja conectate la Internet.

În Republica Moldova rețeaua globală Internet s-a extins la începutul anilor 1995. Companii precum: *Moldtelecom*, *Orange*, *Unité*, *Moldcell* au contribuit, datorită activității pe care o au, la dezvoltarea acestei rețele și utilizarea sa de către publicul larg. În cazul României, menționăm anul 1993, când SC EUNET SRL a devenit recunoscută drept primul operator comercial de Internet din țară, în anul 1998 – 20 mii de calculatoare fiind înregistrate în DNS în domeniul .ro.

În primul capitol al tezei, în concordanță cu cerințele înaintate, este prezentată situația actuală din domeniul cercetării Internetului, sistemului mediatic și ale jurnalismului contemporan, sunt sistematizate și analizate un șir de importante lucrări de specialitate, sunt prezentate teorii care justifică importanța informației în contextul sistemului mediatic, dar și a celui social, este realizată o trecere în revistă a publicațiilor recente din țară și de peste hotare, în care regăsim rezultate plauzibile în cazul soluționării problemei date.

În același compartiment al acestei teze de doctor a fost identificată problema științifică, stabilit și formulat scopul și obiectivele lucrării, prezentate metodele de cercetare (de bază și auxiliare), aplicate în vederea realizării lor. Toate acestea au condiționat utilizarea setului de metode teoretice: analiza, sinteza, inducția, deducția.

Este necesar de menționat faptul că recurgerea atât la metodele empirice specifice și de bază în cazul acestei cercetări (analiza istorică, analiza diacronică, analiza comparativă), cât și la cele teoretice (inducția, deducția, sinteza) a contribuit la verificarea a trei ipoteze de lucru secundare:

- 1) Internetul are un impact tot mai vădit, în prezent, asupra sistemului social, economic, mediatic;
- 2) Internetul a contribuit la modificarea jurnalismului contemporan;

3) Vasta activitate jurnalistică din prezent este marcată de apariția unor forme noi de jurnalism, care sunt, în bună parte, rezultatul impactului rețelelor globale.

Un rol important în formularea metodelor de lucru în cauză l-a avut metoda ipotetico-deductivă, definită de teoreticienii din domeniul teoriei și metodologiei științei drept „procedura specifică de constituire a cunoștințelor teoretice în științe empirice” [38, p. 58]. Acest fapt constituie o confirmare în plus a utilității profesiei de jurnalist, a importanței majore pe care o are acest gen de activitate în contextul sistemului social actual, a caracterului aplicativ al domeniului de cercetare, dar și a necesității cunoașterii unor particularități de bază ale noilor forme de jurnalism.

Analiza și sinteza sunt cele două metode de cercetare, clasificate de prof. Vasile Țapoc la categoria *metode generale* [97, p. 206]. Înțelese drept operațiuni mintale opute, de descompunere a întregului în elemente componente și invers, de studiere a structurii obiectelor sau a proceselor, a fenomenelor, analiza și sinteza au fost aplicate în teza dată pentru prezentarea situației și a celor mai recente cercetări din domeniu. În altă ordine de idei, abordarea teoretică a noțiunii *jurnalism contemporan* a fost însoțită de metoda analizei pentru investigarea complexelor procese și a schimbărilor provocate de rețeaua globală, prezentarea unor elemente necesare pentru înțelegerea acestora în esență.

Scopul major al tezei, ipotezele propuse spre verificare, metodele teoretice și empirice aplicate, rezultatele obținute, concluziile la fiecare compartiment și recomandările finale – toate sunt în deplină coerență cu ceea ce a fost denumit *teorie informațională* care „are în centru noțiunea de informație”, aceasta din urmă fiind definită din diverse perspective, inclusiv jurnalistică. Pe de altă parte, incursiunea în evoluția istorică a Internetului, prezentă în această lucrare, confirmă și mai mult teoria dată, dat fiind faptul că „teoria factorilor informaționali se încadrează de asemenea în această categorie de teorii” [3, p. 15].

Am încercat să aliniem cercetarea desfășurată la trendurile actuale în domeniul studiilor comunicării în spațiul virtual (vizând cu precădere comunicarea mediatică), ținând cont de noua ambianță media, pe care W. Russell Neuman o caracterizează drept „diferența digitală”, prezentând, în opinia cercetătorului, o oportunitate și un imperativ de a schimba paradigma cercetării efectelor media. Se așteaptă să fie cu adevărat o „reformă paradigmatică” [213, p. 304], determinată de „sensul de urgență și semnificația practică în lumea reală a nevoii de a înțelege cum funcționează de fapt dinamica sferei publice pentru a o proteja de propagandiști” [213, p. 44].

Este necesar să precizăm că această lucrare se înscrie printre direcțiile principale de acțiune-ale Uniunii Europene – analiza în profunzime a incidenței noilor forme și componente

ale mass-mediei asupra utilizatorilor în particular și asupra societății în general, precum și asupra participării cetățenilor la luarea și adoptarea deciziilor, respectării dreptului de autor în scopul dezvoltării și modificării politicilor de salvagardare și securitate în era informațională și elementului ei de bază, Internetul.

1.4. Concluzii la Capitolul 1

1. Ascensiunea uluitoare a tehnologiilor informaționale pe parcursul ultimelor decenii și afirmarea spectaculoasă a Internetului au determinat apariția unei adevărate avalanșe de studii în mediul academic, dedicate problematicii în cauză.
2. Cercetările întreprinse abordează multiple aspecte ale schimbărilor masive produse de evoluția Internetului (sociologia Internetului, influența internetului asupra dezvoltării societății, noua economie, oportunitățile cybersferei, audiența Internetului și alte aspecte ale numeroaselor sale ramificații culturale, sociale și politice).
3. De o importanță aparte în acest context sunt studiile ce plasează în vizorul lor evoluția comunicării mediatice, situația mass-mediei actuale în fața implacabilelor transformări, determinate de proliferarea noilor tehnologii informaționale și configurarea unui nou spațiu informațional-comunicațional.
4. Reînnoirea sistemului mediativ sub aspectul proceselor de concepere, producere, difuzare și receptare a informației oferă oportunități extinse pentru diversificarea și dezvoltarea noilor forme de acțiune mediatică și reconsiderarea jurnalismului actual.
5. Valorificarea interpretărilor teoretice și aspectelor practice referitoare la desfășurarea activităților în mediul online este de o importanță majoră, oferind posibilitatea de a raporta situația existentă pe plan local la procesele actuale ce vizează dezvoltarea Internetului ca problemă de ordin global.
6. Dezvoltarea Internetului și a tehnologiilor informaționale au reformat cultura media și o vor face permanent prin modul de comunicare online, întrucât informația digitală și publicul participativ reprezintă sistemul de comunicare în masă mereu reînnoit, care însumează forme precum: website-uri, bloguri, forumuri, rețele de socializare, site-urile de stocare și transmitere a fotografiilor și informațiilor video, presa online, radioul și TV în format digital etc.

7. Proliferarea rețelei globale comportă faptul că publicul din mediul online este deja mult mai numeros, în comparație cu cel din media tradițională, are acces liber și permanent la o cantitate uriașă de conținuturi în diverse formate, are o mai mare capacitate de selectare a informațiilor decât în cazul mijloacelor de comunicare în masă obișnuite.
8. Evoluția în Era digitală sau virtuală a mass-mediei dă deja posibilitatea identificării și integrării comunicării mediatice ca valoare fundamentală, care va permite organizațiilor, comunităților să se dezvolte și să se adapteze, dinamic, schimbărilor rapide intervenite în mediul din care fac parte.

2. AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE ALE INTERNETULUI PENTRU COMUNICAREA MEDIATICĂ

Dinamica dezvoltării societății contemporane impune stringent necesitatea adaptării la noile circumstanțe, determinate de avansarea tehnologiilor informaționale. În mod evident, procesele comunicaționale suportă schimbări cardinale, are loc reconfigurarea practicilor de comunicare, se dezvoltă un nou tip de jurnalism, axat pe forme noi de interacțiune cu audiența. Evoluția Internetului oferă, în prezent, oportunități de neimaginat, într-o „epocă de aur” a informațiilor, pe care oricine le poate accesa. La modul general, Internetul reprezintă un liant, un factor polarizator și comunicațional interuman de dimensiuni și implicații mondiale, cu o contribuție excepțională, plurivalentă la dezvoltarea civilizației, culturii și științei contemporane. Însă tehnologia avansată poate aduce cu sine și multe informații nocive, tendențioase, pericole noi, prin factorii care, combinați, declanșează probleme.

2.1. Internetul - factor major al dezvoltării comunicării

Revoluția tehnico-informațională și, în mod deosebit, introducerea calculatoarelor în fiecare domeniu al societății contemporane a schimbat lumea în mai puțin de o generație. Previziunile unor futurologi precum Marshall McLuhan s-au adeverit, confirmând că lumea se transformă într-un sat global, unde nu mai există granițe pentru afaceri, comunicații sau comerț de orice natură etc. [203]. Alvin Toffler a declarat că știința și tehnologia se vor dezvolta într-un ritm atât de rapid, încât cei mai mulți oameni nu vor putea să „digere” acest aflus de informații și vor fi tentați să se „deconecteze” de la acest ritm de viață mult prea trepidant [98, p. 108].

Comunitatea globală, Internetul, a dus la desființarea granițelor de orice tip la nivelul locuitorilor planetei, iar videoconferințele, devenite deja o practică curentă în zilele noastre, le permite, după caz, angajaților să nu mai meargă la birou și să lucreze din orice colț din lume. Tehnologia în general și cea informațională în special, ca principal motor al globalizării, a cunoscut în ultimele decenii o dezvoltare remarcabilă, susținută de creșterea vitezei de circulație a informației în întreaga lume. În această perioadă, populația de pe întregul glob are acces liber la informație. Însă, asupra omenirii se revarsă permanent un torent imens de informații

diversificate. În societățile din „al treilea val”, materia primă este informația, produsul este cunoașterea, tehnica este reprezentată de calculatoare, iar munca manuală este înlocuită de efortul intelectual. Importanța informației și a sistemelor de comunicații pentru societate și economia globală se intensifică odată cu valoarea și cantitatea informației transmise și stocată.

În acest sens, tot mai mult se pune preț pe inteligență, acumulare de noțiuni, abilități tehnice – „cele ale minții”, care își au determinare în progresul tehnologiei informaționale și comunicaționale. Ca urmare a ritmului susținut de dezvoltare a tehnologiilor, piața mondială de IT s-a dispersat pe întreg globul, totodată, producția și cercetarea specifică concentrându-se în zone specializate. Este demonstrat și a devenit consacrat faptul că granițele se dizolvă și omul se regăsește tot mai mult în identitatea de locuitor al Pământului decât cea de cetățean al unei țări sau alteia. În acest moment obstacolele impuse de limbă și cele culturale pot fi depășite cu mare ușurință și oamenii pot să comunice mai ușor, dezvoltând valori comune, având în același timp posibilitatea de exprimare și afirmare într-un context universal valabil și larg acceptat. Există, deci, temeiuri sigure pentru a constata că procesul globalizării contribuie în mod hotărât la crearea și transmiterea audiențelor a „sentimentului de încadrare plenară într-o anumită comuniune globală” [46, p. 165]. Așadar, afirmarea globalizării a generat o importanță caracteristică a Internetului: unirea spațiului informațional al omenirii.

În actuala epocă digitală, mass-media a devenit un actor important care cu multă responsabilitate trebuie să realizeze transparența informației pentru miliarde de locuitori, pentru asigurarea unui acces la informație în mod democratic, generalizat, și Internetul oferă oportunități nebănuite mai înainte pentru dezvoltarea sistemului mediatic în această direcție. În anul 2011, în baza unui Raport, „Raport al Raportorului Special cu privire la promovarea și protecția dreptului la libertatea opiniei și expresiei” [295], a fost adoptată rezoluția ONU care a stipulat că accesul la Internet constituie un drept fundamental al omului. Beneficierea de acest drept determină autodefiniția actualiei stări a societății ca societate informațională.

În anul 2018 numărul de utilizatori de Internet din lume a depășit pragul de 4 miliarde [302], în 2021, potrivit Global WebIndex, această cifră se ridică la 4,66 miliarde de oameni din întreaga lume, dintre acești utilizatori, 316 milioane de utilizatori noi au venit online în ultimele 12 luni [306].

Dezvoltarea din ultimii ani a Internetului a condus la apariția a noi domenii de activitate grupate în mod generic sub numele de „dot.com.industry”. Aceasta grupează toate activitățile legate într-o formă sau alta de Internet, de la furnizorii de semnal și echipamente de comunicație și terminând cu creatorii de software și aplicații destinate acestei piețe.

Explozia Internetului în domeniul afacerilor a survenit într-un moment în care globalizarea a devenit una din tendințele și trăsăturile societății și economiei mondiale, altădată preponderent universitare și militare. În decursul a doar câțiva ani, direcția respectivă a Internetului a înregistrat o creștere exponențială a numărului de utilizatori. Comerțul electronic a influențat pozitiv activitatea economică din rețea, astfel încât acesta a devenit practic absolut inherentă oricărei comunități umane. Din punct de vedere tehnic, Internetul este o rețea de rețele, însă din punct de vedere informațional reprezintă o uriașă arhivă de documente și resurse documentare. Din punct de vedere sociologic, Internetul este o vastă comunitate, iar din punct de vedere economic este o zonă de afaceri globală. Respectiv, în viziunea experților, comunicării globale, considerate, de altfel, „cel mai la modă termen al zilelor noastre” [180, p. 4], îi revine postura de „jucător cheie în economia globală” [180, p. 5].

Dezvoltarea Internet-ului se datorează arhitecturii sale deschise. Nu există un server central, un sistem de operare dedicat sau o anumită putere de calcul necesară corectării. În 1992, CERN (Laboratorul European pentru Fizica Particulelor) și Tim Berners-Lee au făcut o demonstrație a unui concept numit World Wide Web (WWW), urmată un an mai târziu de lansarea unui client WWW denumit Mosaic. Împreună, aceste două evenimente au permis Internet-ului să treacă de la un instrument pur textual, folosit de oameni de știință și studenți, la un instrument grafic folosit astăzi de milioane de oameni. În aprilie 1995, a fost lansată o magistrală comercială competitivă. Acest lucru a redus restricțiile asupra conectării unui calculator gazdă la Internet și a deschis posibilitatea unui tip de utilizator complet nou – utilizatorul comercial.

Deja în 1995, Protocolul Punct la Punct (Point to Point Protocol - PPP) devenea un lucru obișnuit. PPP permite folosirea protocolului de comunicare comun (Internet Protocol sau IP) prin liniile telefonice, ceea ce a facilitat accesul la Internet al utilizatorilor de acasă. Aceasta a coincis în mod fericit cu o creștere explozivă a numărului de furnizori de servicii Internet (Internet service providers – ISPS), pregătiți să conecteze utilizatorii de acasă sau de la birou, iar perioada de avânt a utilizării Internetului de acasă a început și este permanent în curs de extindere rapidă.

Internetul se poate defini și ca o rețea a rețelelor de calculatoare ce folosesc un protocol. Fiecare locație de Internet este conectată la un server local, care poate fi gestionat fie de un „provider” (în acest caz este necesar un abonament), fie de o universitate, o instituție sau o firmă. Acest server este conectat la alte servere prin rețele publice sau particulare, ele însele sunt legate unele de altele. Ca urmare a acestei organizări, accesul la un calculator de pe Internet permite, din aproape în aproape, accesul la ansamblul celorlalte calculatoare.

Caracterul dual al Internetului – ca sursă de obținere a informației și, totodată, ca oportunitate de difuzare a informației – servește drept cauză pentru dezvoltarea lui vertiginoasă. În esență, acesta este o metasursă, un mediu informațional universal, care include toate tipurile posibile de surse. Internetul, totodată, reprezintă joncțiunea mediilor informaționale particulare (televiziunea, radioul, filmul, comunicarea orală și scrisă, oferind posibilitatea consultării de informații sub formă de texte, fotografii, scurte secvențe video sau sunete, mesagerie, editare și difuzare de informații, acces la calculatoare depărtate prin aplicații sau servicii), unindu-le în spațiu informațional unic. Astfel Internetul este concomitent și un ocean imens al informației, dar și o „plasă” cu care poate fi pescuită informația necesară. Comunicarea, astfel, poate fi văzută ca „un „agent” al proceselor de globalizare în domeniile economic, politic și social-cultural, care interconectează un număr mare de oameni de pe tot globul” [180, p. 3].

În definitiv, Internetul a devenit un canal eficient de comunicare de tip mediat, care depășește prin posibilitățile pe care le oferă canalele tradiționale de comunicare orală și scrisă. În acest spațiu funcționează diverse forme de comunicare în rețea (foruri, teleconferințe ș. a.), comunități virtuale, formate după un anumit principiu (regional, profesional ș. a.). Internetul devine tot mai mult utilizat și în practica de comunicare a instituțiilor de stat [253], [157], [210], și a organizațiilor internaționale [274].

Definițiile consacrate ale Internetului accentuează, de obicei, componenta tehnologică. Nu mai puțin importantă, însă, este și cea care evidențiază elementul umanitar al acestuia. Internetul se configurează ca o modalitate de interacțiune comunicativă, efectuată în regimul realității virtuale, care poate fi modelată de înșiși utilizatori, prin executarea anumitor operații cu ajutorul computerului personal. Astfel, Internetul poate fi interpretat ca bază a dezvoltării noului spațiu informațional-comunicațional, un for planetar sui generis, care deschide posibilitatea unirii eforturilor pe calea progresului.

Rețeaua globală reprezintă cea mai voluminoasă și valoroasă sursă de informații din lume. Cauzele acestei circumstanțe pot fi argumentate de:

1. Cuprinderea masivă a audienței, aceasta fiind totodată una solvabilă;
2. Creșterea audienței în progresie geometrică (ritmurile de creștere ale audienței în Internet depășesc ritmurile de creștere similare radioului și televiziunii din momentul extinderii acestora);
3. Lipsa dependenței dintre creșterea audienței și cheltuielile pentru executarea produselor informaționale și a publicității;
4. Interactivitatea (posibilitatea de „feedback” cu utilizatorul), ceea ce depășește eficiența interacțiunii existente în mijloacele de informare în masă devenite tradiționale;

5. Majorarea volumului mondial al informației difuzate prin Internet, în legătură cu utilizarea unor instrumente de influență interactivă mai eficiente în baza informației despre componența și indicatorii audienței date;

6. Extinderea continuă a suprafețelor de publicitate și eficiența publicității pe sursele ce se înnoiesc permanent.

Internetul a schimbat direcția, volumul și viteza fluxurilor de informații la nivel mondial și, prin urmare, a modificat radical toate industriile care depind mai mult sau mai puțin intens de informație. Volumul și rapiditatea cu care sunt transmise informațiile va determina omenirea să intre în era „petabyte-ului” [275, p. 5], o unitate de măsură de stocare și de putere informatică mult superioară gigabyte: un HDD de 2000 PB permite stocarea culturii întregii omeniri de când există ea și până astăzi.

În secolului XXI comunicarea a ajuns la orizonturi neașteptate în raport cu generațiile anterioare, producând, astfel, o aproape dependență de Internet și de telefonul mobil. Cu ajutorul lor comunicarea este foarte eficientă și la distanțe mari. În acest moment obstacolele impuse de limbă și cele culturale pot fi depășite cu mare ușurință și oamenii pot să comunice mai ușor, dezvoltând valori comune, având în același timp posibilitatea de exprimare și afirmare într-un context universal valabil și larg acceptat. Gradul de relaționare interpersonală crește, punând și mai mult în evidență cele două direcții apărute prin prisma Internetului: necesitatea protejării anonimității versus necesitatea protejării identității autentificate [304].

Astăzi, o urmărire a evoluției Internetului permite observarea consecințelor benefice care deja se manifestă din plin. Utilizările de astăzi ale Internetului dezvăluie potențialul său nelimitat mai ales în domeniile comunicării, economiei, finanțelor. Internetul este astăzi un mijloc de informare de neîntrecut și a devenit principala sursă informațională, cea mai mare arteră pe care circulă informațiile. La nivel mondial, tehnologia informațiilor influențează din ce în ce mai multe sectoare de activitate, prin implementarea de tehnologii noi, așa cum este de exemplu nanotehnologia [61, p. 273]. Tehnologia, în general, și cea informațională, în special, ca principal motor al globalizării, a cunoscut în ultimele decenii o dezvoltare remarcabilă, susținută de creșterea vitezei de circulație a informației în întreaga lume.

Comunicarea poate fi văzută ca un „agent” al proceselor de globalizare în domeniile economic, politic și social-cultural care interconectează un număr mare de oameni de pe tot globul. Un exemplu elocvent al integrării Internetului în procesul globalizării îl reprezintă, de exemplu, un proiect prin care se dorește utilizarea resurselor unei rețele de calculatoare conectate la Internet în vederea găsirii unui remediu împotriva cancerului. De asemenea, poate fi amintită și difuzarea cipurilor de mică putere, care pot fi utilizate pentru aproape orice dispozitiv din casă

– de la un frigider sau cuptor la soneria de la ușa – acestea putând fi controlate prin conexiunea la Internet. Analistii încearcă să întrevadă consecințele viitoare ale acestor tehnologii și consideră că, într-o zi, toate aceste dispozitive conectate la Internet vor ajunge să transmită date exacte despre locația și activitățile în care sunt implicați utilizatorii, date care vor fi arhivate și stocate pe termen lung.

În acest context, România poate juca un rol major în dezvoltarea la nivel mondial al IT-ului, dată fiind forța de muncă cu o pregătire de excepție, încurajată și de un cadru legislativ general adecvat [70]. În viitor se preconizează crearea de Parcuri Informatic, zone cu statut special din punct de vedere fiscal. Această inițiativă ar putea fi aplicată și în domeniul biotehnologiei datorită forței de muncă profesioniste în domeniu. România, dar și Republica Moldova, are un potențial deosebit, putându-se constitui într-un important nod de cercetare biotehnologică și software sau pentru reprezentanțe ale unor instituții de cercetare de prestigiu mondial din alte țări.

Și în Uniunea Europeană, mai mult de două treimi din populație utilizează cu regularitate (zilnic) Internetul: Oficiul European pentru Statistică (Eurostat) în baza investigațiilor efectuate anunță că în ultimii cinci ani (comparând datele pentru anii 2015 și 2020) numărul adulților din UE care au utilizat zilnic Internetul a crescut cu 15 %, adică de la 65 % la 80 %. Numai într-un an numărul de internauți înregistrează o creștere estimată la 250 milioane de persoane [287]. În decembrie 2022, conform datelor revistei românești „Economistul”, se estima că există deja 5,07 miliarde de utilizatori de Internet. Este evident că din această cauză, Uniunea Europeană trebuie să facă față multor provocări tehnice, cum ar fi furnizarea unui mare număr de adrese virtuale, capacități de stocare și de transfer, precum și elaborarea unor standarde tehnologice pe întreg teritoriul său, care să asigure interoperabilitatea, protejarea vieții private online sau accesibilitatea.

De altfel, UE se străduiește să combată activitățile ilicite online prin punerea în aplicare a unor măsuri pentru protecția utilizatorilor din lumea digitală, întrucât s-au observat schimbări semnificative de comportament ale consumatorilor, și în special ale minorilor, în utilizarea Internetului. Aceștia utilizează din ce în ce mai mult mass-media prin intermediul dispozitivelor mobile, inclusiv jocuri video online, fapt care generează o creștere a cererii de servicii pe Internet. Ca fenomen nou, rețelele de socializare au devenit extrem de importante, atât pentru utilizatorii individuali, cât și din punct de vedere social. În fond, Internetul reprezintă doar o latură specifică a globalizării care a creat o comunitate globală în care oameni cu ușurință comunică și interacționează online. Permanentă modernizare, miniaturizare a tehnologiilor informaționale duce implicit la apariția de noi caracteristici și performante care fortifică impresia

că totul ce se întâmplă în spațiul virtual se află într-o perpetuă revoluție tehnologică. Impactul mediului virtual în viața cotidiană a cetățeanului de rând, dar și a oricărei companii sau națiuni, este din ce în ce mai mare. În prezent, nu se poate vorbi de evoluție și cunoaștere, fără să se apeleze la Internet, acest mijloc global de comunicare, informare și documentare. Comunicarea virtuală la nivel internațional este una complexă, având în vedere în primul rând că ea constituie fluxul de comunicare în masă, precum și între guverne naționale.

Comunicarea globală, în accepția mai multor teoreticieni [189; 191; 206; 265], are rolul de a identifica și de a integra valorile fundamentale care vor permite organizațiilor, comunităților să se dezvolte și să se adapteze, dinamic, schimbărilor rapide intervenite în mediul de afaceri. Atât în societate, cât și în orice companie, totul se bazează pe comunicare care implicit determină și apariția de noi profesii, cum ar fi: cea de specialist în comunicarea globală etc.

Pentru analiștii scenei economice mondiale, sfârșitul mileniului doi și începutul mileniului trei au fost marcate nu numai de crizele financiare devastatoare, ci și de un fenomen, la prima vedere, mai încurajator: o adevărată febră a fuziunilor, regroupărilor și alianțelor dintre grupurile industriale și financiare din diferite sectoare de activitate. Tendința se făcuse simțită mai de mult, dar ea a căpătat un ritm galopant și a implicat concerne care se numărau deja printre cele mai importante din domeniile lor. Epidemia fuziunilor poate avea mai multe explicații. Ignacio Ramonet, în „Guerres du XXIe siècle” deslușește în această „efervescentă” dorința marilor concerne din așa numita Triadă (America de Nord, Uniunea Europeană și Japonia) de a-și asigura „o prezență planetară” [272], în contextul unei economii globale.

Pe lângă diada arhicunoscută, globalizare - antiglobalizare (altermondializare) mai reliefăm apariția unor expresii precum: globalizarea activă, globalizarea pasivă, globalizarea pozitivă, globalizarea negativă, unitate în diversitate, integrare și fragmentare, universal și particular, convergență și divergență, și termeni ca triadizare, regionalizare, internaționalizare, mondializare, cooperare transfrontalieră, uniune de uniuni, sat global, legislație mondială (globală), măsuri globale. Aceste noțiuni la început aveau un conținut abia sesizabil, iar astăzi au devenit termeni de referință cu conținut deosebit de bogat, care la rândul lor dau posibilitatea apariției de noi și noi termeni, totodată, determinând o conceptualitate interioară deosebită, structurând caracteristici, criterii, principii etc.

„Globalizarea este procesul de funcționalitate a economiei globale care, în cadrul societății globale, devine aptă să creeze structuri de decizie globală pentru soluționarea problemelor globale”, iar această globalizare este accentuată tot mai mult de evoluția tehnologiilor comunicării și informațiilor [12, p. 356].

Imperativul mondializării economiei, a culturii globale, generează ceea ce de acum este obișnuit a numi „societatea informației globale”, a cărei dezvoltare este determinată de expansiunea tehnologiilor informației și comunicației. O „infrastructură de informație globală” se desfășoară la scară planetară, „ca o imensă pânză de păianjen, profitând de digitalizare și favorizând interconexiunea tuturor serviciilor din domeniul comunicației și informației” [73, pp. 133-134].

Conceptul de presă tipărită globală sau de televiziune globală începe să prindă contur și din titluri de articole apărute în presă, precum „Deutsche Welle vrea să cucerească lumea” [286] sau „Un nou brand media global ia naștere: Euronews NBC” [305]. Ne aflăm într-o perioadă în care mai multe consorții media anunță restructurări de amploare și își stabilesc strategii, planuri de extindere a ariei de acoperire la nivel global și se vor concentra pe crearea unei televiziuni globale, iar cea de știri constituie prima etapă. Concentrarea proprietății mass-media a devenit o preocupare globală.

Se constată faptul că televiziunea continuă încă să domine autoritar platformele de conținut video, la nivel global, pe toate segmentele de vârstă. Popularitatea emisiunilor TV nu are rival la nivel global, aspect confirmat și de valoarea investițiilor în domeniul publicitar pe această platformă. Pe continentul european găsim țări unde vizionarea programelor tv reprezintă procente ridicate din consumul conținutului video. De menționat, câteva exemple pe care le considerăm relevante: în Germania 90%, în Italia 88%, în Anglia, televiziunea reprezintă 76%, în Belgia 71% iar în Franța, 70% sunt cele de televiziune. În Rusia, aproximativ 5 ore pe zi revin emisiunilor realizate de televiziuni, în timp ce doar 15 minute sunt vizionări de conținut pe YouTube. În decembrie 2021, conform datelor Group M, în România se înregistrează aproximativ 5 ore pe zi în fața televizoarelor, fiind considerată cea mai mare medie din Europa. Pe continentul nordamerican, în Statele Unite, televiziunea comercială are un avantaj substanțial în comparație cu YouTube pe segmentul de vârstă 18-34 ani, de 86% comparativ cu 14%, iar în Canada, segmentul peste 18 ani se află 19 ore pe săptămână în fața televizorului, de șase ori mai mult decât pe YouTube. În Australia, se vizionează peste 85 de ore pe lună emisiuni televizate, însumând 84,5% din timpul destinat pentru vizionarea oricărei alte platforme video [310].

Astăzi, mai mult ca oricând se apreciază că relația dintre mass-media și societate se pune în termeni de consecințe globale, aici, referindu-se la rolul, funcțiile și efectul presei în sfera comunicării de masă.

În prezent, tehnologia informației (IT) reprezintă principalul domeniu de interes public pentru Uniunea Europeană, implicit pentru România, cât și pentru Republica Moldova, în condițiile necesității susținerii și dezvoltării societății informaționale actuale. Dezideratele,

obiectivele majore ale societății informaționale sunt: accesul rapid și nelimitat la informații și facilitățile instrumentelor de informare, comunicație în scopul valorificării superioare a energiilor umane, în vederea creării unei societăți echitabile și inovative care să contribuie la dezvoltarea economică și creșterea competitivității. Uniunea Europeană a elaborat Agenda Digitală Europa 2020 menită să dezvolte o Piață Unică Digitală, care să permită accesul rapid și ultra-rapid la Internet, creșterea nivelului de alfabetizare digitală, a competențelor și a incluziunii. Odată cu acestea utilizatorii de Internet dispun și de accesul liber la servicii și divertisment online, integrarea în același spațiu geografic a dispozitivelor, aplicațiilor, datelor și serviciilor necesare pentru interacționare, creșterea încrederii în servicii electronice și tranzacții online, în scopul de a stimula consumul de servicii prin intermediul tehnologiei informației și a comunicațiilor (TIC) [249]. Obiectivul prioritar al integrării într-o piață europeană puternică este trasarea unor direcții în scopul de a exploata la maximum potențialul social și economic al tehnologiei informației și a comunicațiilor pentru o economie digitală, în special al Internetului, care reprezintă suportul vital al activităților economice și sociale, fie că sunt comunicare sau exprimare liberă, afaceri, muncă, divertisment. Pentru atingerea obiectivelor specifice stabilite de Agenda Digitală pentru Europa, era necesar să se acorde prioritate investițiilor în domeniul IT&C.

În ceea ce privește România, aceasta poate fi de acum înaintea unui mediu propice de instruire de noi specialiști, profesioniști în domeniu, fiind statul membru al UE cu un mare potențial în acest caz. Important este, pentru viitorul economiei României, să determine marile companii să continue deschiderea de filiale aici. Înființarea Agenției pentru Agenda Digitală a României (AADR) și, ulterior, aprobarea „Strategiei Naționale privind Agenda Digitală pentru România 2020” [86] are deja efect benefic asupra mediului de afaceri prin exploatarea potențialului social și economic al TIC, în special al Internetului. În Republica Moldova, Centrul de Guvernare Electronică (din 2018 – Agenția de Guvernare Electronică) și-a propus modernizarea tehnologică a Guvernării și are drept scop principal dezvoltarea utilizării, de către instituțiile publice, mediul de afaceri și cetățeni, a potențialului oferit de tehnologiile digitale. La București, au avut loc o serie de întâlniri pentru schimb de experiență și, totodată, identificarea unor interese și proiecte comune în domeniul e-guvernării. În acest sens, ministerul de resort din Republica Moldova a încheiat un Memorandum și un Protocol de colaborare cu Guvernul României care întărește bunele relații bilaterale și cooperarea în acest domeniu. În acest scop a fost elaborată Strategia Moldova Digitală 2020 [85], care a stabilit planul de acțiuni în vederea atingerii obiectivului general de dezvoltare a unei societăți informaționale performante și a unei economii bazată pe cunoaștere [64, p. 223], urmată de elaborarea Strategiei de transformare

digitală 2023 – 2030, un document definitoriu pentru noile priorități de transformare digitală a Moldovei. Promovând ferm idea centrării Strategiei pe om, documentul propune drept unul din obiectivele principale dezvoltarea unei societăți digitale, capabile să profite de avantajele tehnologiilor și serviciilor digitale. Principalele intervenții la acest obiectiv vizează: alfabetizarea digitală, crearea unui sistem educațional proactiv și inclusiv, promovarea competențelor digitale în toate sferele vieții, precum și protecția în mediul on-line.

În cadrul Planului Individual de Acțiuni al Parteneriatului Republica Moldova – NATO a fost constituit Centrul pentru Securitatea Cibernetică (CERT) care asigură securitatea informațională a autorităților administrației publice în spațiul cibernetic prin intermediul colectării și analizei informației ce tine de atacuri cibernetice, precum și întreprinderea măsurilor eficiente de protecție a resurselor informaționale [10]. Acum câțiva ani se estima că mai mult de jumătate din populația Republicii Moldova utilizează Internetul, mai mult de 50% dintre gospodării au cel puțin un calculator conectat la Internet, iar peste jumătate dintre utilizatorii Internetului citesc ziare online, însă numai un utilizator de Internet din 10 accesează pagina web a Guvernului (www.gov.md) și numai un utilizator din 20 a accesat cel puțin un serviciu public electronic pe parcursul unui an. 8 din 10 utilizatori de Internet accesează rețelele de socializare [57, p. 3]. Doar pe parcursul unui an în Republica Moldova s-a dublat numărul utilizatorilor rețelei sociale Facebook [298], în mai 2022 înregistrând cifra de 1959700 de utilizatori (conform datelor site-ului NapoleonCat). Unele estimări plasează Republica Moldova printre țările cu cea mai mare viteză a Internetului: 90 % din populație dispune de posibilitatea de a avea acces la Internet „super-rapid” (până la 1 gbps) [279]. Rating-urile internaționale poziționează Republica Moldova ca „un stat cu o infrastructură de comunicații electronice dezvoltată, favorabilă pentru dezvoltarea afacerilor în domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor” [75, p. 3].

2.2. Provocări cotidiene ale Internetului în raport cu mass-media

Reflecțiile și frământările generate de ascensiunea irezistibilă a Internetului au determinat o serie de probleme care însoțesc devenirea noului spațiu public. Această ascensiune provoacă, prin transformările la scară întregii societăți umane, nu doar progres benefic în plan tehnologic, în economie, în sfera comunicării, în viața publică și cea privată a utilizatorilor, ci și faptul că o serie de manifestări negative, ale căror consecințe la nivel global cu greu se pretează elucidării [39, p. 5].

În linii mari, aceste probleme vizează chestiunile funcționalității adecvate a Internetului pentru societate, unele aspecte neunivoce ale dezvoltării rețelei globale complexe, și în anumite situații – cazuri controversate și neunivoce.

În această perioadă, populația de pe întregul glob are acces liber la informație. Însă, asupra omenirii se revarsă permanent un torent imens de informații diversificate. Se manifestă pronunțat fenomenul superabundenței informației. Sondajele privind obiceiurile de comunicare au început să se concentreze pe astfel de probleme pentru a investiga cât de mult se pot simți oamenii suprasolicitați și stresați de omniprezența comunicării digitale în viața lor de zi cu zi. Datele unui sondaj realizat de Ofcom (Office for Communications al Marii Britanii) în 2022, atestă că 94 % din copii și tineri britanici au acces la Internet, 72 % din ei dispunând de telefon mobil, utilizat pentru a naviga în spațiul virtual. Rezultatele unui sondaj anterior indicau asupra faptului că 49% dintre utilizatorii britanici consideră că petrec mai mult decât intenționează să navigheze pe internet, 37% recunosc că folosesc în mod excesiv rețelele sociale și 59% percep că sunt „prinși” de dispozitivele lor mobile [179, p. 4].

O altă problemă derivă din înaltul potențial manipulativ al informației distribuite prin Internet. Conform unor constatări, pe lângă capacitatea de a interconecta un mare număr de persoane și de a transforma mulțimile virtuale în mulțimi reale, în stradă, un veritabil atu îl reprezintă viteza de propagare a conținutului informațional. Această viteză extremă de transmitere transformă rețelele de socializare în vehicule de propagare a informațiilor nereale sau a zvonurilor. Dacă mai adăugăm ascunderea sau disimularea sursei principale, înțelegem care sunt riscurile de distorsionare a realității în mediul virtual prin rețelele de socializare. Astfel, în cazul manipularilor de ordin politic, în cadrul acestui proces mai larg se urmărește și „identificarea credințelor, valorilor, simbolurilor pe care își fundamentează populația respectivă atitudinea generală față de viață, dar și poziționarea ei efectivă în contexte particulare, concrete, aspecte în funcție de care îi pot fi stimulate și gestionate emoțiile, inserate și articulate opiniile care să-i determine apoi atitudinile și acțiunile dorite de manipulator. În timp ce influențarea

creințelor și valorilor profunde necesită derularea de acțiuni specifice pe o perioadă lungă, opiniile și atitudinile pot fi mult mai ușor manipulate prin acționarea nivelului emoțional, mai ales dacă se suprapune peste un eveniment cu impact emoțional [32, p. 23].

Aceste constatări ilustrează un lucru esențial: „Internetul poate răspândi ură, încuraja neînțelegere și perpetua animozitatea. Calitatea Internetului de a fi de proporții internaționale și de a afirma interactivitatea nu înseamnă neapărat că încurajează doar „desfătarea și lumina” [153, p. 10].

Dezvoltarea Internetului a generat noi abordări în înțelegerea și interpretarea realității sociale. Cetățenii au obținut, astfel, mijloace mult mai eficiente decât până acum pentru exprimarea publică a propriei opinii. După cum arată autorul englez Gordon Graham, în sfera publică Internetul în mod aproape ideal transpune principiul egalității, „un om-o voce”, însă rămâne neclar, dacă „opiniile exprimate și voturile calculate sunt conștientizate și redau gradul de cunoaștere a problemelor discutate ori reflectă ignoranța publicului, denotă angajare sau imparțialitate?” [177, p. 80]. Mai mult decât atât, consideră autorul citat, „putem discuta la infinit despre viitorul Internetului și democrației, însă trebuie mai întâi să ne punem întrebarea, oare nu contribuie Internetul la fortificarea fragmentării sociale, în loc să creeze consensul social?” [177, p. 83].

De fapt, așa cum arată experții, „digitalizarea devine un amplificator pentru inegalitățile sociale existente. Prin urmare, țesutul social începe să se destrame și este pusă în pericol posibilitatea unei societăți digitale deschise... trebuie proiectată o agendă pentru o societate digitală incluzivă” [300].

Demasificarea, de exemplu, se manifestă ca o tendință opusă globalizării. Pentru demasificare este caracteristică targetizarea spre segmentele mai înguste ale audienței. Prin intermediul Internetului se produce, de rând cu cuprinderea unui auditoriu amplu, o segmentare mai pronunțată a lui, ceea ce permite să fie oferită o informație tot mai personalizată, ținându-se cont de interesele, necesitățile, gusturile utilizatorilor.

Astăzi este clar că Internetul este o asemenea tehnologie care „alterează” profund atât peisajul economic cât și pe cel spiritual, inclusiv cel cotidian (social media este complet integrată în viață de zi cu zi) și creează condițiile unor schimbări radicale și inerente.

„A spune că Internetul este una dintre cele mai uimitoare realizări tehnice ale Revoluției Informaționale este mult sub adevăr” notează pe bună dreptate experții [250]. În prezent orice componentă a societății devine din ce în ce mai dependentă de accesul și procesarea rapidă a informației, iar Internetul deschide noi modalități pentru consumatori, firme și guverne.

Revoluția tehnologiilor media, prefigurată de reprezentanții sferei academice, nu doar că a avut loc, ci a și produs efecte. Dar aceste efecte de multe ori sunt inversate față de ceea ce se aștepta: eliberare și transparență democratică. Revoluția tehnologică, suprapusă peste cea economică, a condus la modificări în plan cultural, respectiv la fuziunea sferelor culturii, informației și comunicării prin absorbția realizată de sfera comunicării mediate, dând naștere unei singure sfere: „world culture, de inspirație americană, un fel de comunicură de masă planetară, pentru că informația, ca și cultura, nu rezistă unei asemenea vulgarizări...” [73, p. 66]. „Tirania comunicării”, asupra căreia a prevenit Ignacio Ramonet, se datorează extinderii spațiului public în spațiul intim prin intermediul mass-mediei. „Această extindere, în rețea, a dat naștere unei forme subtile de control... Mass-media se implantează în conștiința umană și ține oamenii captivi. Tirania comunicării de masă se instaurează subtil și controlează nevoile, gusturile, preferințele, dorințele individului conectat la rețea prin tehnologie” [31, p. 164].

În 1996, un sociolog italian, Alberto Abruzzese, profesor la Universitatea „La Sapienza” din Roma, a publicat o lucrare în care anticipa că Internetul îi va aduce în prim plan pe „analfabeți”, care vor avea acces la discursul public în proporții de masă [268]. Și prin „analfabeți” nu înțelegea, desigur, numai oameni care nu știu să scrie și să citească, ci oameni cu o cultură generală și o educație precară, care până la Internet nu obișnuiau să citească și – mai ales – să scrie [105]. Aceleași frământări le ilustrează și alte lucrări, promovând tranșant ideea că Internetul „ne omoară cultura” [192]. Destul de dură a fost și luarea de poziție a lui Umberto Eco, atunci când, cu prilejul conferirii titlului de Doctor Honoris Causa la Universitatea din Torino, a vorbit despre cei care au căpătat dreptul la cuvânt pe rețelele de socializare: „Rețelele sociale dau drept de cuvânt unor legiuni de imbecili care înainte vorbeau numai la bar după un pahar de vin, fără a dăuna colectivității. Erau imediat puși sub tăcere, în timp ce acum au același drept la cuvânt ca și câștigător al Premiului Nobel. Televiziunea a promovat idiotul satului față de care spectatorul se simțea superior. Drama internetului este că l-a promovat pe idiotul satului ca purtător de adevăr ... E o invazie a imbecililor” [312, p. 8]. Au fost reflecțiile asupra unui subiect care nu poate fi ignorat: marea problemă a societății și, în esență, a școlii – lipsa sensibilizării asupra „riscurilor Internetului, dar nu cu scopul de a face oamenii să stea departe de web. Scopul este de a-i ajuta la o bună și conștientă utilizare a acestuia și cu un simț critic adecvat” [201, p. 56].

În contextul celor expuse mai sus, dezvoltarea actuală a mediei, de exemplu, este, indiscutabil, influențată de Internet. De menționat însă, chiar dacă experții consideră Internetul ca o sursă „de stimulare a presei naționale” [116, p. 490], problemele nu întârzie să se manifeste. Se constată o adevărată transformare a atributelor profesiei de jurnalist, acum când „canalele de

transmisie au obținut prioritate față de conținutul și calitatea produsului transmis. Este la fel cum prin conductele de apă am primi în casele noastre nu doar apă bună de băut, potrivit normelor sanitare, dar o amestecătură de cristalină de izvor cu toate tipurile de reziduuri deosebite, pentru care sunt necesare cunoștințe, aptitudini, deprinderi, plus vocație, talent” [101, p. 47]. Într-adevăr, în condițiile unei comunicări mediatice unidirecționale exista emițătorul, reprezentat prin instituție mediatică (ziar, revistă, agenței de presă, post de radio sau televiziune) „ca subiect, și o mulțime de receptori ca obiect al actului de comunicare. Actualmente, această mulțime de receptori nu se mai împacă cu acest rol și se prezintă în piața mediatică virtuală și în calitate de producători. Publicul, din consumator, se transformă și în producător media, lăsându-și amprente caracteristice pe conținutul, forma și efectul acestor produse mediatice. Apariția și dezvoltarea new media conduce la erodarea sau dispariția chiar a limitelor de calitate a produsului mediatic și a mulțimii de materiale, „împinse” pe rețelele sociale [101, p. 48].

Proliferarea calculatoarelor la prețuri din ce în ce mai mici și „dramatica” expansiune a interconectivității au determinat apariția unor problemele de acces neautorizat și alterarea sau distrugerea informațiilor. Dezvoltările tehnologice au mărit mult securitatea sistemelor informatice, dar, în același timp, au dat potențialilor atacatori șansa unor penetrări mult mai rapide și profunde în sistemele informatice, aceasta cu efecte dezastruoase, în unele cazuri, cu pierderi foarte serioase, irecuperabile.

Avantajele tehnologiilor digitale, de care persoanele ar putea profita în calitate de cetățeni/consumatori sunt diminuate în multe țări, inclusiv în Republica Moldova, de probleme de siguranță și confidențialitate, de accesul insuficient la Internet, gradul scăzut de funcționalitate, de lipsa competențelor necesare sau a accesibilității serviciilor.

Tema siguranței pe internet este discutată doar adiacent, sporadic sau accidental în media – și atunci, doar pentru a difuza câteva știri despre tentative de *phishing* (acțiunea de a fura cuiva datele personale bancare pentru a le putea folosi ulterior), în timp ce în multe state aceasta este deja o preocupare frecventă. Este evident că în contextul promovării siguranței pe Internet, trebuie să se atragă atenția asupra unui alt fenomen, considerat mult mai periculos, mai insidios și mai tăcut decât suferințele unor persoane cu mail-ul spart. Este importantă, în acest sens, siguranța copiilor în lumea virtuală [244]. Deja de mai mulți ani, în Uniunea Europeană se desfășoară anchete anuale, în urma cărora se publică, în toamna fiecărui an, ample studii privind siguranța minorilor pe internet. Pe baza datelor obținute din aceste studii, statele europene au fost clasificate în patru mari categorii, în funcție de gradul de risc cu care se confruntă copiii pe internet. România, de exemplu, este în grupul catalogat ca „utilizare intensă, risc mare”.

Gradul de dezvoltare și integrare a Internetului în rândul copiilor este în creștere rapidă. Se apreciază că, în medie, tinerii, adolescenții utilizează internetul, zilnic, mai mult ca adulții. În acest sens, copiii din România se află în partea superioară a clasamentului în privința interacțiunii, corespondenței *online* cu persoane necunoscute, iar aceasta nu se referă doar la conversații pe *messenger*, ci și la gesturi concrete: 13% dintre copiii români s-au dus cel puțin o dată la o întâlnire cu o persoană pe care au cunoscut-o pe Internet. Aici se ascunde însă nu numai un fapt pozitiv, ci mai ales negativ, un pericol iminent, dacă persoana respectivă este un infractor sau de rea credință. În mass-media europeană se afirmă că 14% dintre copii au trimis fotografii sau clipuri video personale unor interlocutori pe care îi cunoșteau doar din mediul online [65].

Se apreciază că zilnic o masă numeroasă de utilizatori din întreaga lume devine victimă în spațiul virtual. Se expun în principal riscului mai ales cei care accesează pe internet conturile bancare, poșta electronică și magazinele online ș.a. Fără nici un dubiu, Internetul, mediul virtual a devenit parte integrantă a vieții copiilor și a tinerilor, în prezent fiind chiar principala sursă de informare sau de socializare, însă utilizarea acesteia, navigarea în mediul virtual prezintă și multe pericole, pe care utilizatorii, în mod deosebit tinerii trebuie să le cunoască și totodată, părinții, educatorii, meditorii copiilor, mai ales în familiile în care ambii părinți lucrează timp îndelungat sau sunt plecați în străinătate.

În peste 100 de țări, cu sprijinul școlilor, autorităților, părinților, societății civile și presei naționale se desfășoară, sub multiple forme, campanii educaționale de amploare cu programe adecvate. Expertiza organizației „Salvați Copiii” care introduce și derulează și în România, Proiectul *Sigur.info*, constată, în condițiile expansiunii acestei metode moderne de intercomunicare interesul crescând a tot mai multor instituții de învățământ de a se alătura inițiativei de susținere și promovare a siguranței pe Internet în rândul copiilor, tinerilor și părinților.

Safer Internet Day – Ziua Siguranței pe Internet este o manifestare de anvergură pe plan european, desfășurându-se anual în luna februarie, sub egida companiei europene „INSAFE” – European Safer Internet Network, în cadrul programului *Safer Internet Plus* al Comisiei Europene. Această inițiativă informațională are ca scop nu numai promovarea utilizării într-un mod cât mai sigur, preventiv, educativ și responsabil a tehnologiei online, în mod deosebit de către copii și adolescenți, cât și conștientizarea acestora asupra pericolelor navigării nesupravegheate în spațiul virtual.

Campaniile mediatice „Copilarie fără delincvență”, desfășurate în vederea instruirii și informării tinerilor despre riscurile nefaste și imprevizibile la care se expun în mediul virtual atrag atenția asupra următoarelor probleme: agresiune verbală, hărțuirea, cu toate formele sale,

calomnierea, insulta, furtul de date personale, infectarea calculatorului cu viruși, dependența de calculator urmare a folosirii excesive, divulgarea de informații cu caracter personal, unor persoane necunoscute, și riscul acesteia, întrucât există posibilitatea reală de a fi exploatare în vederea săvârșirii unor infracțiuni, precum furtul sau șantajul. Scopul acestor activități preventive este promovarea utilizării Internetului într-un mod cât mai judicios, rațional, sigur și responsabil de către utilizatori, copii și adolescenți.

Ziua Siguranței pe Internet este marcată în întreaga lume, pe 8 februarie. Motto-ul evenimentelor este „Împreună facem Internetul mai bun” și a fost stabilit pentru a încuraja utilizarea cât mai sigură și responsabilă a tehnologiei online și a telefoanelor mobile, mai ales de către copii și adolescenți [314]. Susținută și promovată activ la nivel european de către organizația INSAFE și Directoratul General pentru Media și Societatea Informatică al Comisiei Europene, Ziua Siguranței pe Internet a atins deja la nivel global un grad înalt de participare, conștientizare și acoperire media și vizează necesitatea colaborării între toți utilizatorii de Internet, de la copii, adolescenți, părinți, profesori, politicieni sau formatori de opinie, reprezentanți ai ONG-urilor, pentru a face ca mediul online să fie unul mai bun, selectiv și în primul rând mai sigur [65].

Un internet mai sigur pentru toți utilizatorii, indiferent de vârstă presupune cunoașterea și promovarea programelor educaționale la toate nivelurile de instruire pentru ca Internetul să devină un spațiu bogat de oportunități pentru copii, tineri, adolescenți unde să descopere informații valoroase, educaționale, culturale, științifice (mediul online găzduiește uriașe biblioteci), altfel spus, să dobândească cunoștințe, să comunice și să-și dezvolte competențele în spiritul exigențelor civilizației contemporane, într-o manieră elevată, selectivă, sigură, pentru a preveni, îndeosebi, cazurile de abuz online asupra copiilor.

De câțiva ani se finanțează programe de educare în problema Siguranței pe Internet, și în acest scop, au fost distribuite broșuri cu titlul: „Cum să-ți protejezi copiii de pericolele internetului” în magazine în școlile din orașe și la varii evenimente. „Salvați Copiii”, în calitate de coordonator național al proiectului *Sigur.Info* în România, în colaborare cu Reprezentanța Comisiei Europene, organizează anual în data de 10 februarie, un colocviu cu tema *Soluții digitale la probleme actuale*, privind unele aspecte necesare elevilor din perspectiva viziunii educaționale de digitalizare a educației, siguranței pe Internet, manualelor digitale și resurselor virtuale. La aceste acțiuni participă în special reprezentanți ai sectorului public și privat, ONG-uri și experți în domeniu care analizează această temă din unghiuri diverse și a perspectivelor multiple, având ca scop nu numai definirea unei metodologii adecvate pentru integrarea în programa școlară, precum și în politicile publice din mediul educațional, ci și a modalităților de

predare a siguranței elevilor pe Internet, a utilizării noilor tehnologii la școală. De notat, că demersurile de până acum ale factorilor educaționali au fost ineficiente, formale, de vreme ce mulți minori infractori, fiind întrebați de unde au preluat viciile, tendințele infracționale, au răspuns: „de pe Internet”.

Pe timpul desfășurării unor astfel de evenimente preventive se adoptă recomandări generale în ceea ce privește protejarea datelor personale și a parolei, evitarea întâlnirilor cu persoane cunoscute pe internet sau anunțarea părinților, a factorilor tutelari, a instituțiilor de învățământ despre intenția unor astfel de întâlniri, evitarea contactelor „agresive” venite din partea unor persoane din spațiul virtual și anunțarea acestor incidente, selectarea imaginilor care se postează pe internet etc.

Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității menționează că pe un segment sociologic, incluzând copii din clasele V-VIII, 70% dintre elevii de gimnaziu accesează Internetul cel puțin o dată pe zi, iar 86% dintre elevii care accesează Internetul, frecventează site-uri de socializare, ceea ce este un fapt pozitiv. Însă, 70% dintre elevii de gimnaziu declară că au întâlnit pe Internet mesaje indecente sau pornografice, iar 25% dintre aceștia au oferit pe internet informații personale și despre familiile lor, inclusiv fotografii, ceea ce este un fapt negativ, cu impact multiplu, în sensul pericolozității pentru securitatea elevului sau a familiei sale. Se subliniază, totodată, necesitatea cunoașterii elementelor ce constituie infracțiunea de pornografie cu minori, săvârșită prin sisteme informatice, ori deținerea ilegală de materiale pornografice cu minori într-un sistem informatic sau un mijloc de stocare a datelor [296]. Este important faptul că se promovează activități, demersuri de informare a tinerilor în mod deosebit a elevilor de liceu despre modul de funcționare a Platformei de raportare a abuzurilor de pe internet – www.safernet.ro.

Totodată, pentru combaterea conținuturilor ilegale și creșterea gradului de conștientizare privind conținuturile nesolicitate și dăunătoare prin proiectul *Sigur.Info* a fost creat un nod național destinat siguranței pe Internet, ce va avea în componența sa un centru *Awareness* (pentru promovare și conștientizare), o linie de informare *Helpline* și o linie de raportare *Hotline*. Scopul oricărei acțiuni este să ajute copiii să valorifice lumea virtuală într-o manieră sigură, astfel încât Internetul să devină un spațiu al oportunităților, în care utilizatorii să dobândească cunoștințe, să comunice, să-și dezvolte competențele. Aceste preocupări, desigur sunt de bun augur, dar insuficiente și nu întotdeauna eficiente, având în vedere creșterea stării infracționale în procesul complex al extinderii și folosirii Internetului în societatea globalizată.

Deși Internetul a devenit una dintre cele mai importante resurse de informații, utilizarea, abuzivă, necontrolată, uneori patologică a Internetului – adică, dependența de Internet – poate

avea un impact negativ asupra performanțelor școlare, a relațiilor de familie și inclusiv asupra stării emoționale a tinerilor, fiind un comportament cu semne și simptome similare cu cele ale oricărei alte dependențe.

Dependența de Internet a devenit un mod de viață, și relaționarea prin intermediul calculatorului este de natură să producă mutații suficient de grave, să limiteze foarte mult capacitatea copilului de a observa și de a fi observați de cei din jur, de a se înțelege, de a fi în ultima instanță normal în comportament, adică o manifestare a tulburării funcției psihologice normale. După cum notează autorul unui studiu, „Dependența de Internet – un factor de risc al contemporaneității”, publicat în Revista Romană de Psihologie (2016, N 3-4, pp. 87-90), s-a observat că „s-a produs o revoluție a vizualului prin care am început să realizăm că dominația imaginii a înlocuit-o pe cea a cuvântului”.

Vindecarea dependenței de Internet necesită, în primul rând, un proces de „dezintoxicare”, eliminând progresiv toate obișnuințele care ne leagă de comunicarea aproape exclusivă prin intermediul poștei electronice, implicit a calculatorului sau telefonului mobil. Demersul nu este ușor, pentru că nu presupune doar îndepărtarea de computer ca aparat, ci de întreaga lume a Internetului, la care copii sunt obișnuiți să fie conectați, de tot păienjenişul relațional care apare după câțiva ani de comunicare în această rețea [311].

În cazul minorilor – la care această dependență este mult mai puternică și ulterior mai greu reversibilă, este imperios necesară o atentă preocupare și afectivitate sporită din partea părinților. Aceștia trebuie să suplinească privarea de comunicare prin Internet prin discuții deschise cu copiii, cu explicarea necesității pentru care trebuie îndrumați spre alte activități, să fie încurajați să descopere și să-și dezvolte alte aptitudini și calități.

În general, Internetul folosit în scopuri bine justificate, este cea mai accesibilă soluție de informare și dialog, în timp ce practicat în exces, această cale de acces în spațiu public digital poate deveni un factor cu impact negativ: ne poate provoca dependență, stări de oboseală, apatie etc.

Una din multiplele probleme ale Internetului este cea a limbajului, având în vedere că socializarea este un proces interactiv de comunicare, iar copiii erei informaționale, cu mult înainte de a învăța la școală caligrafia și scrisul de mână, învăță să tasteze telefonul mobil și să folosească mouse-ul computerului personal.

Unii autori apreciază că limbajul Internetului are un impact nefast asupra gândirii moderne și constituie o problematică extrem de dificilă [150; 151; 290].

Astfel, s-a dezvoltat la o parte dintre utilizatorii rețelelor de socializare nevoia de a se exprima în timp scurt și cuvinte puține. Au apărut foarte multe prescurtări, multe dintre ele

specifice doar mediului online, altele intrate deja în limbajul curent. Rețelele de socializare impun exprimarea prescurtată, iar abrevierea cuvintelor devine un fenomen.

Comunicarea actuală este ajutată atât de abrevierea cuvintelor, cât și de folosirea numeroaselor emoticoane-emoji. De exemplu, Facebook-ul a introdus posibilitatea de a adăuga emoticoane postărilor, menite să exemplifice mai bine starea pe care se vrea să fie transmisă. Specialiștii consideră acest fenomen o modificare a limbajului. Pentru o parte dintre cuvinte sau expresii se pot folosi diverși înlocuitori. Fie pe Yahoo, Messenger, Twitter, Facebook sau orice alte mijloace de comunicare online, prescurtările și emoticoanele sunt prezente, iar scopul pentru care sunt folosite sunt dintre cele mai diverse, de la economisirea de timp până la utilizarea unor coduri cunoscute de un număr limitat de persoane.

Având în vedere faptul că anumite mijloace de comunicare online oferă un spațiu limitat de comunicare (un exemplu evident este Twitter-ul), aceste prescurtări au devenit o necesitate [40]. Este firesc ca acestea să fie într-o permanentă schimbare, în funcție de modul în care sunt folosite de utilizatori. Printre cele mai folosite prescurtări se numără cele din limba engleză, cu toate că există și acronime ale cuvintelor românești.

Din lungă listă a simbolurilor, a celor mai cunoscute acronime folosite în comunicarea pe Internet [303] pot fi enumerate: *GM: Good Morning* – Buna dimineța; *GN: Good Night* – Noapte bună; *Msg: Mesaj*; *PLS* sau *PLZ: Please* – Te rog; *ASAP: As Soon As Possible* – Cât mai repede posibil; *BRB: Be Right Back* – Revin imediat; *FB: Facebook*; *PM me: Private Message me* – Trimite-mi un mesaj pe privat; *THX SAU TY: Thanks* – Mulțumesc, etc.

Comunicarea este puternic marcată de cadrul în care se realizează, deoarece oferă informații despre stările și trăirile intime ale subiectului. În acest sens, găsim și termeni pe care îi putem caracteriza ca fiind deșănțați, imorali, indecenți, necuviincioși, nerușinați, obsceni, scabroși, scârboși, triviali, vulgari, cuvinte deochete [280].

În prezent, limba dominantă a secolului al XXI-lea, care pătrunde vertiginos în toate sferele vieții, pe plan internațional, dominând procesele comunicării sociale, este limba engleză [43] – limba relațiilor politice și comerciale, a călătoriilor, a Internetului și a majorității publicațiilor de specialitate, limba industriei culturale.

Tehnologia Informației și Comunicației are toate premisele să evolueze spectaculos. După miniaturizare, dispozitivele mobile, rețelele, calculatoarele personale și multimedia, următoarele generații de tehnologie vor include programe, care înțeleg nu doar sunete și litere vorbite sau scrise, ci cuvinte și fraze întregi, și care vin în sprijinul utilizatorilor pentru că le vorbesc și înțeleg limba lor.

Astăzi, mai mult ca oricând se apreciază că relația dintre mass-media și societate se pune în termeni de consecințe globale, aici, referindu-se la rolul, funcțiile și efectul mediei în sfera comunicării de masă. Evoluția rapidă a Internetului a schimbat radical logica și practica producerii și distribuției conținutului jurnalistic [269, p. 233].

Comunicarea cu ajutorul rețelelor de socializare reprezintă o componentă importantă a procesului de relaționare. Astfel, rețelele de socializare reprezintă în prezent o potențială sursă de informare pentru mass-media, informațiile fiind preluate, din ce în ce mai des, de trusturile de presă și difuzate la ore de maximă audiență de principalele posturi TV. Comunicarea mediatică virtuală mizează tot mai pronunțat pe informația provenită din spațiul virtual (Internet).

Pentru jurnaliști, rețelele de socializare sunt un mijloc de interacțiune cu publicul, de promovare a produselor mass-mediei, dar și o sursă importantă de documentare. Potrivit unui studiu, rețelele de socializare constituie pentru jurnaliști un instrument de lucru esențial. Se estimează că 91% dintre jurnaliști utilizează rețelele de socializare în cadrul muncii lor, iar 70,26% consideră că acestea le-au ameliorat capacitatea de reacție [297].

În Belgia, Consiliul de Deontologie Jurnalistică a elaborat și adoptat un aviz în care se menționează că atunci când se exprimă pe rețelele de socializare jurnaliștii trebuie să respecte normele deontologice. „Sigur, persoanele care exercită o activitate de informare, ca fiecare individ, are dreptul la o sferă de exprimare privată. Dar când aceste persoane difuzează informații pe un suport digital destinat unui public nedefinit și nelimitat, trebuie să considere că exercită o activitate jurnalistică. Prin urmare, ele sunt obligate să respecte deontologia profesională” [282].

Suveranul Pontif s-a adresat jurnaliștilor din Italia, cărora le-a recomandat să depună eforturi pentru a prezenta adevărul. În opinia sa, răspândirea de zvonuri reprezintă o formă de „terrorism, prin care o persoană poate fi ucisă prin cuvinte” [299].

În Republica Moldova, Consiliul de Presă a editat un Ghid de bune practici, consacrat dezvăluirii standardelor operaționale jurnalistice, care vizează interacțiunea jurnaliștilor cu rețelele de socializare și alte resurse online, în care se prevede că „jurnalisticul trebuie să acționeze transparent și corect în raport cu ceilalți utilizatori ai rețelelor de socializare” [24].

Pe plan european se are în vedere realizarea unor media colaborative, în sensul să se creeze noi rețele de lucru între jurnaliști [53]. Se dorește ca jurnalismul să dispună de noi punți atât în diseminarea informațiilor, cât și în construirea de relații dinamice cu audiența sa.

2.3. Influența mediului virtual asupra comunicării actuale

Evoluția Internetului oferă, în prezent, oportunități de neimaginat, într-o „epocă de aur” a informațiilor, pe care oricine le poate accesa. La modul general, Internetul reprezintă un liant, un factor polarizator și comuncățional interuman de dimensiuni și implicații mondiale, cu o contribuție excepțională, plurivalentă la dezvoltarea civilizației, culturii și științei contemporane. Însă tehnologia avansată poate aduce cu sine și multe informații nocive, tendențioase, pericole noi, prin factorii care, combinați, declanșează probleme.

O mare parte dintre infracțiunile săvârșite online implică diferite forme de hărțuire sau agresiune pe Internet. Copiii și persoanele tinere sunt, în special, vulnerabile la aceste acțiuni; de cele mai multe ori, este foarte ușor să le fie câștigată încrederea prin tehnici de înșelătorie. Aceste acțiuni pot începe pe rețelele sociale, dar adesea se mută în lumea reală, unde se transformă în infracțiuni precum șantajul, traficul de pornografie infantilă sau forme de abuz psihologic, îndreptat împotriva copiilor [289]. Activitățile infracționale de acest gen nu au fost inventate recent, dar anonimatul permis de Internet oferă un mediu nou pentru acest gen de abuzuri.

Violența – este aproape omniprezentă pe Internet, de la așa numitele jocuri în rețea, unde participanții se atacă unii pe alții și se „ucid” în lumea virtuală, la locațiile unde se explică modul de utilizare și de fabricare al celor mai noi arme de foc, chimice sau biologice. Pe foarte multe dintre forumurile de conversație, cum ar fi cele ale diferitelor echipe de fotbal, diverși fani nu ezită să se amenințe între ei, să folosească cele mai triviale expresii și violență de limbaj. De altfel, majoritatea organizațiilor teroriste, sataniste, neonaziste etc. Au locații în spațiul virtual, care pot fi accesate de oricine, inclusiv de copiii minori, acesta fiind și cel mai nou mod de recrutare. Spre regret, tot mai frecvent Internetul devine un mijloc de incitare la violență de toate tipurile.

De exemplu, la Copenhaga, în septembrie 2003, echipa reprezentativă de fotbal a României termina meciul la egalitate, 2-2, în compania selecționatei similare a Danemarcei, confruntarea fiind decisivă pentru calificarea la turneul final al Campionatului European 2004. Arbitrul întâlnirii, elvețianul Urs Meier, a defavorizat în mod clar echipa României în momentele importante ale partidei, ceea ce a generat o manifestare de protest violentă a suporterilor români și un limbaj vulgar, reprobabil. A doua zi, un utilizator din România construiește pe Internet o pagină Web în cadrul căreia este găzduit textul unei petiții adresate UEFA, referitoare la arbitrajul părtinitor practicat, în mod constant, împotriva echipei naționale de fotbal a României. Pagina Web cuprindea și un spațiu destinat mesajelor de la diverși utilizatori, în legătură cu

prestația arbitrilor elvețian. Conținutul mesajelor varia de la critici relativ ponderate, până la insulte și amenințări adresate arbitrilor menționați. În mai puțin de 24 de ore de la construirea site-ului s-au înregistrat peste 6.000 de mesaje având un conținut negativ, agresiv [67, pp. 218-219].

Pe de o parte, autorii mesajelor și-au exercitat dreptul la libera exprimare, dar pe de altă parte, demnitatea, onoarea și imaginea unei persoane pot fi lezate considerabil. Între cele două părți se situează noile tehnologii care au facilitat transmiterea, menținerea și amplificarea conținuturilor negative, triviale ale mesajelor. În absența serviciilor Internet, impactul mesajelor critice (transmise prin mijloace clasice) asupra publicului larg și a arbitrilor menționați ar fi fost cu mult mai redus, fără a-l priva însă pe acesta din urmă de dreptul inițierii unor demersuri juridice reparatorii. Tehnologia actuală, conexiunea la Internet și accesul în World Wide Web au facilitat, în schimb, o intruziune mult mai profundă în sfera intimă a persoanei agresate verbal, o percepție extrem de accentuată a limbajului defăimător de către aceasta, precum și expunerea nelimitată, în timp și spațiu, față de terți, a unei imagini publice serios deteriorate.

Internetul reprezintă un câmp de manifestare predilect pentru „suporterii” limbajului critic, indiferent de temele pe care aceștia le abordează mai mult sau mai puțin violent și explicit. Paginile Web și, în special, spațiile de conversație abundă în declarații critice, în schimburi verbale de o duritate uneori extremă, între persoane sau grupuri adverse care formulează diverse opinii, fie că este vorba despre politică, sport, muzică, ecologie, divertisment, droguri sau orice altă temă de interes general.

Sub un anumit aspect, Internetul are vocația de a fi un „Hyde Park” virtual, un loc în care formele de protest cele mai variate se pot regăsi cu ușurință, beneficiind adesea de acoperirea anonimatului [16]. Posibilitatea de a se adresa unui interlocutor sau public nedeterminat, precum și capacitatea tehnologică de a-și ascunde identitatea, amplifică apetitul, doza de curaj de a spune ceea ce gândește persoana despre ceva sau despre cineva. Oameni care în lumea reală sunt lipsiți de îndrăzneala de a-și afirma public opțiunile găsesc în Internet modalitatea ideală de a se exprima aproape fără rezerve, având sentimentul de a fi neatins și fără răspundere pentru expresiile făcute prin intermediul rețelelor sociale. Reputația persoanei poate fi afectată cu un efort minim fie și în cazul declarațiilor „făcute în glumă, spontan, cu puțină gândire sau intenție de defăimare. Având în vedere acoperirea sa globală, potențialul de a face rău în legătură cu informațiile defăimătoare care sunt publicate pe platforme media este și mai mare” [195, p. 74]. Pe bună dreptate, a fost observat: „Deși creionul a fost considerat întotdeauna mai puternic decât spada, astăzi, revoluția tehnologică și creșterea numărului de utilizatori online ne determină să considerăm tastatura computerului drept cea mai puternică armă” [67, p. 219].

La fel ca și în mediile obișnuite, nu orice fel de afirmații sunt îngăduite, și nu orice fel de limbaj se bucură de ocrotirea sau sancțiunea legii. Persoanele sau instituțiile care au fost lezate prin folosirea unui limbaj insultător, injurios sau calomnios se pot adresa, pe cale penală sau civilă, cu demersuri, solicitând sancționarea celor vinovați. Firește, critica este un fenomen absolut justificat în societatea noastră, și în lipsa manifestărilor critice dreptul la libertatea cuvântului ar fi încălcat. Însă stabilirea limitelor polemicii pasionate reprezintă un exercițiu complicat. Curtea de Casație a Italiei, de exemplu, în decizia sa N 9091, a indicat că depășirea hotarului în acest caz trebuie considerată insulta, înjosirea și discriminarea [284]. O primă precizare care se impune este aceea că, deși analiza este focalizată asupra insultei, calomniei și defăimării, o serie din considerațiile prezentate pot fi valabile, și în cazul altor fapte comise prin intermediul rețelei Internet, de natură să afecteze demnitatea, onoarea, autoritatea, siguranța individului, a statului sau a unor relații privind conviețuirea socială. Concluzionăm, astfel, că publicațiile virtuale sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice, atât sub imperativul normelor juridice, cât și celor morale.

Instanțele judiciare au înregistrat de acum o experiență, fie și modestă, dar semnificativă, în examinarea cazurilor de defăimare în Internet. Prin prisma legislației penale din România, faptele precum defăimarea țării sau a națiunii, ofensa adusă autorității, ultrajul, propaganda în favoarea statului totalitar, propaganda naționalist-șovină, ultrajul contra bunelor moravuri și tulburarea liniștii publice, instigarea publică și apologia infracțiunilor, care, potențial, pot constitui conținutul unor mesaje difuzate prin intermediul canalelor mediatice, inclusiv cel al Internetului, pot cădea sub incidența răspunderii penale. În cazul faptelor enumerate, poate fi vorba despre diverse conținuturi care se subsumează exigentelor legale necesare pentru a ne afla în prezența unor infracțiuni. Aceste conținuturi sunt create și transmise pe cale electronică, în modalități cum ar fi de pilda: crearea unei pagini Web în care sunt caricaturizate însemnele statului sau prin care este insultat un funcționar public care află în exercițiul autorității de stat, ori în care este elogiat un infractor cunoscut. De asemenea, se pot imagina situații în care un participant la o discuție într-un forum difuzează știri capabile să lezeze siguranța națională [276].

Desigur, dincolo de necesitatea adecvării corecte a textelor legale referitor la specificul infracțiunilor săvârșite online este importantă expertiza pertinentă, modul în care sunt evaluate conținuturile și gravitatea socială a faptei, astfel încât sancțiunea să nu afecteze dreptul la liberă exprimare. În conținuturi cu caracter politic, delimitările în raport cu ilegalitatea sunt destul de dificil de realizat: „amestecul dintre morală, politică, satiră, interese de stat și libertăți civile continua să alcătuiască un câmp minat, al cărui caracter exploziv poate fi amplificat prin dezvoltarea unui mediu dispersiv cum este Internetul” [16].

În Era digitală și informațională, grupările virtuale devin tot mai „vocale” în general în mediul online și în special pe rețelele de socializare. Aceste grupări nu au fost identificate ca elemente sau componente ale structurii sociale, însă ele sunt exponente ale unor instituții sau ale unor comunități, având scopul este de a posta comentarii jignitoare, defăimătoare în vederea provocării cititorilor, iritării și creării confuziei în spațiul virtual [63].

În ultimii ani, comunicarea pe Internet se confruntă cu noi provocări, deseori negative, prin apariția de noi personaje, care se manifestă tot mai „vocal” pe zi ce trece, constituind, de fapt, o subcultură specifică. De asemenea, odată cu personajele menționate au apărut și noi termeni, cum ar fi: fabrica de troli, armata de troli, fermă de troli, trollii Internetului, armată de postaci, spameri, hateri etc.

În argoul mediului virtual (Internet slang), un troll este o persoană, de regulă voit anonimă, adesea ascunsă în spatele unor porecle (nick name), sau cu mai multe pseudonime în intenția de a nu fi identificat. Trollul este acel personaj care petrece mult timp pe Internet, făcând din trolling o activitate de refulare personală, uneori după scenarii mai mult sau mai puțin elaborate, compuse de regulă din jigniri gratuite, glume proaste, farse etc., la adresa unor victime (de identitatea și sentimentele cărora nu ține seama niciodată).

Preocuparea acestora este de a posta atacuri gratuite la persoană, comentarii malițioase, inflamatoare, jignitoare, de regulă fără legătură cu subiectul în discuție, menite a distrage atenția sau a provoca cititorii, a stârni conflicte, iritare, confuzie sau discordie, la răspunsuri emoționale în spațiul virtual. Pentru trolli, remarcă cercetătorii, emoțiile negative puternice, cum ar fi tristețea, disperarea sau suferința „reprezintă ținte care ard cu lumini de neon strălucitoare. Trollii își chinuie și își mușcă victimele până la un metaforic sânge, iar apoi indică acest sânge ca dovadă a superiorității lor și a slăbiciunii victimelor” [227, p. 195].

Gravitatea activității acestor anonimi realmente periculoși sunt, însă, trollii plătiți, profesioniștii care contra unor sume de bani desfășoară campanii negative de comunicare, pentru contracara sau minimalizarea unor opinii sau informații, pentru dezinformare sau pentru campaniile electorale negative, de tip distructiv. Tocmai acest fapt duce la atribuirea trollig-ului unei „nuanțe sinistre” [208, p. 1]. Acest gen de comportament și campaniile „de imagine” le găsim, de regulă, pe bloguri, forumuri, newsgroupuri, chat-room-uri, dar și pe pagini de socializare care permit ascunderea identității „agresorilor în comentări”, precum și în secțiunile dedicate cititorilor pentru opinii din publicațiile online. Conchidem, așadar, că activitatea de trolling, de manipulare și de „spălare a creierului” nu este decât o dezinformare folosind noile instrumente de comunicare oferite de rețeaua Internet având „motto-ul” „perorați, perorați, tot va rămâne ceva” [301].

În ultima perioadă au apărut multiple dezvăluiri în presa occidentală despre „armata de postaci” finanțată de Moscova să umple Internetul cu opinii favorabile Kremlinului, și guvernul Rusie nu este singurul care apelează la troli pentru a promova anumite idei. Printre țările despre care au apărut informații că ar plăti persoane să posteze comentarii în mediul online se numără Marea Britanie, Ucraina, India și China, constată experții. Și despre guvernul chinez se crede că are o „armată de mercenari”, o grupare naționalistă de bloggeri numită „50 Cent Army”, care are rolul de a pune într-o lumină favorabilă Partidul Comunist aflat la putere și să atace permanent opoziția [The Guardian, 22 septembrie 2008]. În China apar anual pe Internet, aproximativ 450 de milioane de comentarii de propagandă, favorabile Guvernului de la Beijing, arată un studiu realizat la Harvard. În România, poate fi relevat rechizitoriul procurorilor DNA în cazul Gala Bute care a dezvăluit cum un politician a plătit postaci și a influențat direct redacții de știri pentru a elimina materialele, articole de presă, nefavorabile [291].

Abuzul în spațiul virtual are, însă, o arie de „desfășurare” mult mai mare. Teroarea din mediul virtual, mai ales la adresa minorilor și a femeilor, este posibilă atât prin trolling, cât și prin utilizarea dispozitivelor de urmărire de tip GPS. Numeroase fapte reprobabile pot fi săvârșite pe „suportul” virtual al Internetului, de la hărțuire, amenințări și șantaj, răzbunări (filmări făcute sau puse pe net fără acordul „actorului” involuntar), până la acțiuni violente care pot cauza depresii sau crize grave ale victimei, inclusiv tentative de sinucidere.

În lumea virtuală se pot provoca multiple și grave prejudicii personalității umane, atât daune materiale cât și morale. De aceea, faptele (ilegalitățile) de acest gen, chiar dacă apar într-un spațiu virtual, pot fi calificate ca delikte civile, acestea fiind generatoare de răspundere juridică a autorului sub forma unor despăgubiri sau a unor măsuri punitive. Cu toate acestea, trolling-ul nu este încă considerat infracțiune, în țările Uniunii Europene, dar în curând este posibil să devină infracțiune în Marea Britanie [309].

Incriminarea faptelor trollilor cât și a celor care postează anonim pe Internet ar putea face ca libertatea de opinie în mass-media virtuală să fie afectată, la modul general, căci va fi aproape imposibil ca cineva să mai preteze asemenea activități. Organizații de genul *Anonimous* ar putea intra în hibernare sau publicații online ca *ZeroHedge*, ar putea să falimenteze ca urmare a acestui gen de incriminări penale ale faptelor lezante, jignitoare, iritante ale acestor troli.

În lumea virtuală există persoane care creează conturi/pagini false de socializare pe Internet. De regulă, aceste conturi/pagini false de socializare sunt „deschise pe numele” victimelor inconștiente de faptul că li se fură identitatea. Acest tip de abuz pe Internet este considerat furt de identitate (phishing) sau cu clonarea cardurilor bancare, poate fi mult mai

periculos, deoarece poate muta atenția autorităților de la persoana reală din spatele contului fals, către „titularul” acelui cont pe care se desfășoară activități ilegale sau chiar infracționale.

Cuvântul „hater” vine de la *to hate*, a urî. Hater-ul este acea persoană care urăște și nu se teme să o facă – dimpotrivă, se simte mândru, are satisfacția că se ocupă cu ura. Ca și trolul, hater-ul își ascunde, de regulă, identitatea și comentează, sub pseudonim. Hater-ul este un personaj care, stă în spatele cortinei, fuge de reflector, nu vrea să fie cunoscut. În același timp, este o persoană malefică, extrem de agasantă, cicălitoare, una dintre acelea care irită cel mai tare pentru că se leagă de lucruri neesențiale, distrage în mod intenționat atenția de la subiect [63, pp. 256-257].

Un alt pericol, derivat din proliferarea Internetului este pirateria, care constă în distribuția ilegală și / sau reproducerea aplicațiilor software. Pirateria poate apărea în diverse forme. Iată doar câteva metode comune de piraterie menționate în literatura de profil: duplicarea de către utilizatorul licențiat pentru utilizatori nelicențiați, distribuția ilegală pe Internet, utilizarea a de software neautentic etc. Pirateria se manifestă și în activitatea de copiere ilegală și/sau revânzare a produselor multimedia digitale. Ușurința cu care se pot face copii identice face pirateria o problemă majoră în securitatea informațională. Practic, de aici derivă și problema plagiatului. Internetul contribuie mult la amplificarea acțiunilor de plagiat. Plagiatul, conform legislației în vigoare, este definit astfel: „expunerea într-o operă scrisă sau o comunicare orală, inclusiv în format electronic, a unor texte, expresii, idei, demonstrații, date, ipoteze, teorii, rezultate ori metode științifice extrase din opere scrise, inclusiv în format electronic, aparținând altor autori, fără a menționa acest lucru și fără a face trimitere la sursele originale” [55]. Așadar, opera plagiată este o lucrare scrisă, realizată și publicată de o persoană sau grup de persoane care se declară în acest fel autori, dar lucrarea cuprinde în mod integral sau numai parțial o operă de creație intelectuală scrisă, realizată și publicată anterior de o altă persoană. Iată de ce, în era digitală, aspectul privind statutul drepturilor de autor este mereu o problemă de actualitate

Clubul Român de Presă, cu referire la „proliferarea unor pagini de Internet care preiau articole și știri din edițiile electronice ale ziarelor și agențiilor de presă, sfidând reglementările dreptului de autor” [283] a solicitat deținătorilor de pagini de Internet să înceteze încălcarea legislației în vigoare. De asemenea, Consiliul CRP a anunțat că „preluarea fără cost a unor materiale de presă se poate realiza doar în limita a 500 de semne, dar fără a depăși jumătate din articolul sau știrea în cauză”, asigurându-se astfel atât libera circulație a informației, cât și caracterul de „revistă a presei” susținut de paginile de Internet în cauză. În mod obligatoriu, în aceste cazuri, trebuie citată sursa informației.

La fel, și infectarea și defectarea a mii de calculatoare cu viruși, distrugerea site-urilor firmelor și instituțiilor reprezintă alte forme de infracțiuni. Însă, dincolo de ingeniozitatea în acest domeniu infracțional al informaticii, aceste fapte mai comportă un aspect: pedepse grele cu privarea de libertate, pe care deja mulți amatori de astfel de distracții le suportă.

Viața cotidiană oferă nenumărate exemple de acțiuni ilegale prin tehnologii informatice, abuzuri și delikte, datorate unor grupuri interesate sau hackeri, aducând grave prejudicii privind identitatea persoanelor, viața privată, libertățile și drepturile indivizilor, proprietatea intelectuală etc. Infractorii cibernetici urmăresc informațiile confidențiale ale clienților și folosesc diverse instrumente pentru a modifica fișierele malware, cu scopul de a face mai dificilă detectarea acestora de către mediile de securitate. Varietatea ilegalităților în această sferă este mare și va fi și mai mare pe măsură ce tehnologia va progresa. Considerăm că următoarele fapte infracționale sunt cele mai frecvente și ar trebui avute în vedere de legiuitor cu prilejul elaborării normelor juridice din domeniul informațional: fraudă informatică, falsul informatic, fapte ce prejudiciază datele sau programele pentru calculator, sabotajul informatic, accesul neautorizat, interceptia neautorizată, pirateria software, spionajul informatic, defăimarea prin Internet, distribuirea de materiale obscene în Internet [68, p. 233].

Cei mai notorii juriști converg în opinia că evoluția informațională a luat prin surprindere statele în ceea ce privește sistemul de drept și constată consternați că „e o groază de tehnologie în societatea informațională și așa de puțin drept” [106] în situația în care societatea informațională și spațiul public digital au nevoie de reglementări juridice specifice, iar dreptul ca instrument de control social, de apărător al valorilor „trebuie să apere și valorile societății informaționale conturându-se acut nevoia unui drept fără precedent, Cyberlaw – care să acopere vidul legislativ în materie” [4, p. 178].

Pe plan mondial, se fac eforturi pentru o armonizare a legislației în acest domeniu. La întruniri globale și regionale (Comunitatea Economică Europeană, Consiliul Europei, Națiunile Unite ș. a.) se urmărește să se creeze cadrul legal adecvat realității sociale actuale pentru că marele pericol al societății informatice este neasigurarea securității informatice prin lipsa dreptului în domeniu. În cadrul Uniunii Europene există preocuparea pentru a crea cadrul legislativ specific societății informaționale, bazată pe cunoașterea și asigurarea compatibilității legislației internaționale din domeniu.

Armonizarea legislației internaționale în societatea informațională vizează, în principal, protecția dreptului de autor, confidențialitatea datelor și a regulilor antitrust, prevenirea și combaterea criminalității informatice, precum și promovarea standardelor tehnice care să asigure intercomunicarea noilor rețele.

În prezent, în România sunt în vigoare mai multe prevederi legale, cuprinse în legi speciale, care reglementează diferite fapte în legătură cu sistemele informatice ori societatea informațională în ansamblul ei, ceea ce reprezintă, incontestabil, un fapt pozitiv, benefic. Din analiza dispozițiilor și prevederilor legislative se poate trage concluzia că există un cadru legal coerent și conform cu ultimele dispoziții internaționale în domeniu [68, p. 233]. Și în Republica Moldova se realizează proiecte (CJI, APEL ș. a.) care sunt axate pe analiza și implementarea unor importante acte normative și legislative, elaborate pe plan internațional în domeniul funcționării mediei [56, p. 87]. Este relevantă, în această ordine de idei, experiența Angliei și SUA în domeniul promovării ideii cyber-poliției (experți din FBI și Național Crimes Squad și din alte state) [278], o viitoare structură mondială de poliție, ce are drept scop, în special, urmărirea rețelelor de infractori de divers gen, precum și a posesorilor de site-uri ilegale.

Spațiul cibernetic (cyberspace) în care circulă informațiile nu mai aparține statelor, ci este un patrimoniu universal. Orice atingere a acestei zone, invizibile de altfel, dar fără de care progresul nu mai poate fi de conceput, este o amenințare cu valențe universale. În anii care vor urma, importanța spațiului cibernetic va determina conștientizarea protecției lui nu numai de către guverne, dar și de către firme private și persoane particulare. Aceasta va conduce, în opinia noastră, la asocierea utilizatorilor în scopul reducerii vulnerabilităților combaterii și eradicării amenințărilor îndreptate împotriva spațiului cibernetic.

Dreptul în această sferă își găsește o prelungire firească într-un drept al informării și comunicării. În mod tradițional, dreptul informării este conceput în strânsă legătură cu libertatea de exprimare, iar obiectul său este limitat la ceea ce devine public prin mijlocirea diverselor instrumente: scris, imagine și sunet. Informația este și cea care circulă între persoanele particulare sau publice în virtutea unor contracte sau acorduri și care nu este divulgată, deconspirată. La aceasta se adaugă faptul că, la rândul ei, crearea unor rețele informatice care servesc la distribuirea informației ce nu este neutră.

Așa cum se observă, acesta este obiectul (foarte vast) al dreptului informării și comunicării, cel care suplimentează actualul sistem de drept public și privat, și căruia va trebui să i se găsească în curând un ansamblu coerent, o abordare și definire logică. Dreptului informaticii i se alătură (și are un loc bine determinat) tot ceea ce tine de tratarea (prelucrarea) datelor și serviciilor dedicate informației.

Datorită specificității domeniului, noi reguli juridice se adaugă continuu celor existente în domeniul tehnologiei informației. Unele au legătură chiar cu modalitățile de organizare a acestor activități de comunicare. Însă egalitatea de acces, normalizarea, interconexiunea vor fi obiective greu de atins.

Experții recunosc faptul că venirea erei informaționale a prins total nepregătite statele în ceea ce privește sistemul de drept, reglementările juridice în acest domeniu: există „o groază de tehnologie în societatea informațională și așa de puțin drept”. Esențial este că principiile dreptului, valabile în mare parte de pe vremea romanilor, trebuie modificate radical; societatea nouă (informațională) solicită legi noi [14]. Dreptul timpurilor digitale este chemat să facă față consecințelor pe care le aduce dezvoltarea tehnologiei, deși se recunoaște unanim că va fi unul greu de prins în tipare, la fel ca și resursa esențială a lumii pe care o reflectă – informația.

Pe plan mondial, în prezent există preocupare pentru o armonizare a legislației naționale cu cea internațională. În cadrul întrunirilor globale și regionale (Comunitatea Economică Europeană, Consiliul Europei, Națiunile Unite ș. a.) se urmărește să se creeze un cadru legal adecvat realităților sociale, pentru că marele pericol al societății informatice este neasigurarea securității informatice prin lipsa dreptului în acest domeniu, adică a unor reglementări general valabile și unanim admise.

O problemă cardinală o constituie secretul comunicațiilor, care se referă la toate tipurile de comunicații interpersonale în societatea informațională contemporană. Pentru a asigura acest obiectiv major trebuie ca legislația națională și internațională să cuprindă norme corespunzătoare în acest domeniu, prevăzute cu sancțiuni severe pentru cei ce le încalcă. Toți cei ce produc, furnizează și utilizează produse informatice sau care prestează servicii informatice sunt obligați (prin lege) să asigure pe cei care le folosesc produsele sau serviciile lor că acestea nu sunt de natură să afecteze drepturile omului și libertățile individuale, luând în acest sens, măsurile corespunzătoare.

Conflictul între libertatea de exprimare și secretul comunicațiilor, pe de o parte, și interesul public, pe de altă parte, nu poate fi soluționat decât printr-o legislație adecvată, care se poate elabora relativ ușor, având în vedere experiența internațională în domeniu (Marea Britanie – *Data Protection Act*, 1984; SUA – *Communication Decency Act* 1996, etc.).

Creșterea exponențială a Internet-ului a fost și este văzută de diverse medii de afaceri ca o oportunitate deosebită. Totuși, alături de oportunitățile de afaceri deosebite, Internetul prezintă o serie de dezavantaje sau „capcane” de care trebuie să se țină seama pentru a se evita pierderile, implicațiile negative, consecințele financiare.

Actuala civilizație informațională se bazează pe disponibilitatea și accesibilitatea generală a informației, întrucât aceasta a devenit între timp o valoare deosebit de importantă, strategică, ce trebuie protejată prin legislație adecvată, altfel poate fi acaparată, sustrasă, apoi distrusă sau modificată.

Astăzi, proprietatea nu se mai dobândește prin participare directă, prin comunicare de tipul față-în-față, dialogul se transferă online, iar interlocutorii pot încheia contracte cu ajutorul Internetului. De cele mai multe ori ei nici nu se află sub aceeași jurisdicție, respectiv vânzătorul și cumpărătorul, iar semnătura grafologică este înlocuită cu cea electronică, și modalitățile de plată sunt multiple. Deci, pentru a încuraja exploatarea noilor tehnologii, dreptul național și cel internațional trebuie să țină pasul cu dezvoltarea tehnologiei specifice și să facă față tuturor provocărilor, atât în domeniul normelor materiale, cât și al celor procesuale.

Societatea informațională contemporană – atât de bine reflectată prin mediul Internet – este un domeniu atât de nou și diferit, încât practic nu există precedente în acest sens. Problemele juridice pe care le ridică domeniul informațional sunt dificile, chiar dacă avem la îndemână conceptele și instituțiile dreptului clasic care și-au dovedit valabilitatea de-a lungul vremurilor. Este un domeniu distinct, special, în care soluțiile tehnice și cele juridice sunt foarte strâns legate una de alta. Societatea informațională modernă, bazată pe cunoaștere, nu poate avea decât un drept, care, prin esență, să reflecte particularitățile sale.

Astfel, dreptului informării și comunicării va trebui să i se găsească în curând un ansamblu coerent, o abordare și definiție logică. Datorită specificității, noi reguli juridice se adaugă continuu celor existente în domeniul tehnologiei informației. Unele au legătură chiar cu modalitățile de organizare a acestor activități de comunicare. Însă egalitatea de acces, normalizarea, interconexiunea vor fi obiective greu de atins. Dreptul erei digitale sau virtuale va fi unul greu de prins în tipare la fel ca și resursa esențială a lumii pe care o reflectă: informația.

O amploare deosebită a obținut în ultimul timp activitatea de dezinformare, promovată prin intermediul Internetului [26; 257 ș. a.]. Aceasta include „toate formele de informații false, inexacte sau înșelătoare concepute, prezentate și promovate pentru a provoca în mod intenționat un prejudiciu public sau pentru profit” [172, p. 145]. Factorul dezinformării în actuala conjunctură politică / geopolitică, integrat în conceptul extins al războiului informațional [29; 118; 146], constituind un subiect de cercetare cu multiple valențe (care depășește cu mult limitele lucrării noastre), necesită o abordare pertinentă și complexă, pentru a pătrunde în mod adecvat în întregul spectru de probleme legate de fenomenul în cauză, lucru care poate fi realizat doar prin efortul conjugat al mai multor cercetători.

2.4. Concluzii la Capitolul 2

1. În cadrul proceselor comunicaționale contemporane se produc, sub influența Internetului, schimbări cardinale, are loc reconfigurarea practicilor de comunicare, se dezvoltă un nou tip de jurnalism, axat pe forme noi de interacțiune cu audiența, toate acestea rezervându-i Internetului statutul de factor major al dezvoltării comunicării.
2. Dezvoltarea accelerată din ultimii ani a mass-mediei a condus la apariția de noi domenii de activitate legate în primul rând de caracterul dual al Internetului, identificat deopotrivă ca sursă de obținere a informației și, totodată, ca oportunitate de difuzare a informației ce servește drept cauză pentru dezvoltarea lui vertiginoasă.
3. În prezent, ca fenomen nou, rețelele de socializare au devenit extrem de importante, atât pentru utilizatorii individuali, cât și din punct de vedere social. În realitate, Internetul reprezintă o latură specifică a globalizării care a creat o comunitate globală în care utilizatorii comunică și interacționează online cu mare ușurință.
4. Pe plan internațional se are în vedere constituirea unor media colaborative, în sensul să se creeze noi și performante rețele de lucru între jurnaliști și totodată se dorește să se enunțe în cadrul obiectivului fundamental ca Jurnalismul să dispună de noi punți atât în diseminarea informațiilor, cât și în construirea de noi relații dinamice cu audiența sa.
5. Pe lângă beneficiile pe care le aduce în societatea contemporană Internetul, se manifestă tot mai pronunțat și pericolele pe care le comportă: o serie întreagă de riscuri și probleme legate de securitatea mediului informațional, lansarea în spațiul virtual a unor informații nocive, tendențioase.
6. Cei care lucrează cu informația este necesar să conștientizeze că violența, agresiunea, amenințarea informațională există în mediul virtual și că trebuie luate măsuri pentru ca un asemenea gen de activitate să nu perturbe și destabilizeze activitatea individuală, redacțională și organizațională. Fenomenele periculoase care se pot manifesta (și se manifestă) în Internet, țin deseori de defăimare gratuită, ofense, ultraj, propagandă tendențioasă, instigare publică și apologie a infracțiunilor, perturbând ordinea publică, bunele moravuri.
7. Dreptul la libera exprimare ca o valoare supremă a societății, raportat la condițiile de circulație a informației în mediul online, trebuie protejat, pentru a diminua repercusiunile negative ale avansării tehnologiilor informațional-comunicaționale.
8. Trollul, pirateria, haterismul și activitatea hackerilor, precum și alte forme de încălcări ale deontologiei și infracțiuni rezultate în urma prezenței în Internet trebuie dezvăluite, analizate și contraccarate prin acțiuni legale și chibzuite.

9. O atenție aparte se cuvine a fi acordată practicilor de dezinformare prin canalele Internetului, mai ales, în cadrul proliferării războaielor informaționale.
10. Pe lângă cunoașterea formelor de contracarare, operatorii mediei trebuie să-și realizeze obiectivele profesionale, cele de reflectare a realității, de culturalizare și socializare a utilizatorilor și cititorilor, acordând o atenție deosebită limbajului folosit atât în mediul online, cât și cel literar.
11. Întrucât Internetul, mediul virtual are și un impact negativ asupra comunicării este imperios necesar un management al combaterii infracțiunilor informaționale. Activitățile profesionale, de creație, business-ul trebuie să fie protejate.
12. Combaterea activităților ilegale, ilicite din mediul virtual necesită un efort comun pentru stabilirea urgentă și punerea în aplicare a măsurilor de protecție a utilizatorilor, inclusiv, a minorilor.

3. EFECTELE INTERNETULUI ASUPRA JURNALISMULUI CONTEMPORAN

Comunicarea contemporană în spațiul virtual cunoaște o certă continuitate și, totodată, o continuă inovare. Acest lucru se referă în egală măsură și la itinerarul parcurs în ultimele decenii de jurnalism. Conectat irevocabil la procesele marcate de spiritul globalizării, jurnalismul, se manifestă plenar în viața socială și politică, căutând răspunsuri la provocările timpului și raportându-se mereu la transformările survenite. În consecință, dinamica dezvoltării jurnalismului conturează un peisaj multivalent al mediilor în continuă schimbare, comportă emergența spectaculară a noilor forme și paradigme mediatice. În acest context, factorul cel mai relevant al schimbărilor continuă să fie, conform opiniei lui Manuel Castells, Internetul, „tehnologia decisivă a Erei Informaționale” [135, p. 132].

Examinarea particularităților jurnalismului contemporan, urmărirea dinamicii dezvoltării acestui fenomen oferă posibilitatea conturării unui tablou multivalent al mediilor în continuă schimbare, în condițiile progresului informațional și formării noii realități mediatice. Stabilirea câtorva criterii esențiale permite o relevare a premiselor devenirii sale în contextul transformărilor înregistrate în sfera mediatică.

Este importantă, în spiritul cercetării pe care o întreprindem, elucidarea îngemănării între continuitate și inovație în domeniu, dezvăluirea potențialului jurnalismului în cadrul manifestării formelor tradiționale, îmbogățite prin emergența spectaculară a noilor forme și paradigme mediatice. Contează aici oportunitatea oferită de noile circumstanțe dezvoltarea capacităților jurnaliștilor prin valorificarea aspectelor care și-au demonstrat eficiența, precum și posibilitatea pentru societate de a avea beneficii, atât în urma extinderii fluxurilor informaționale, cât și a partajării sensurilor adecvate într-o lume supusă „tiraniei” informației.

În această ordine de idei, este relevant și fenomenul implicării directe a membrilor societății în activitățile de ordin jurnalistic (manifestate în diferite forme și formate), care este astăzi, în creștere accentuată, evidențiind tendința autoantrenării utilizatorilor de Internet în producția textelor, fie și specifice, cu tentă jurnalistică.

3.1. Jurnalismul contemporan între formatul tradițional și imperativul schimbării

În mod firesc, determinat de complexitatea conceptului, jurnalismul nu se pretează nicidecum unei interpretări univoce. Perceput din diferite perspective ca „fenomen, profesie, industrie, cultură” [267, p. 66], jurnalismul poate avea diverse definiții, focalizate pe diverse unghiuri de abordare, care ilustrează cu prisosință diversitatea manifestărilor și, respectiv, a accepțiilor. Pe de o parte, acest fapt este justificat de evoluția mijloacelor de comunicare în masă, care au proprietatea de a se perfecționa, și tendința de a se orienta tot mai mult spre acaparea publicului din mediul online. Pe de altă parte, însăși istoria comunicării, dar și actualul statut al jurnalistului vine să completeze mereu activitatea jurnalistică cu aspecte noi și specifice.

În contextul unei retrospective vizând devenirea cotidianului *Le Monde*, Yves Agnès, fostul redactor-șef al acestei publicații, menționa: „Favorizarea comunicării, a schimbului, prin difuzarea informației și punerea ei într-o perspectivă mai largă, iată misiunea profundă a jurnalismului, care o face să devină un factor puternic al dezvoltării umane. De mai bine de 200 de ani, funcția aceasta este recunoscută drept una dintre principiile fondatoare ale societăților libere și democratice” [1, p. 15]. Astfel, pornind de la ideea impactului social și a rolului major al jurnalismului, notoriul jurnalist constată că jurnalismul de la începutul secolului XXI, se bazează pe aceleași principii pe care le-a moștenit încă de la apariția și constituirea sa ca profesie: furnizarea informațiilor de interes public, actuale, utile, veridice. O astfel de abordare a jurnalismului permite interpretarea acestui gen de activitate drept angajament al celor implicați în procesul de comunicare mediatică, intervenind în câmpul social „pentru a-i înlesni o funcționare sănătoasă”. În altă ordine de idei, jurnalismul, în linii mari, este activitatea care constă în obținerea, prelucrarea și distribuirea informațiilor de interes public. Fără doar și poate, este elementul central al comunicării mediatice, dar și o muncă al cărei produs finit este produsul mediativ de calitate. În consecință, scrisul pentru ziar, realizarea unor știri radio sau TV, producerea emisiunilor sau a materialelor pentru plasare în spațiul virtual, și orice altă activitate ce are drept finalitate comunicarea prin intermediul canalelor mediatice sunt exemple de discurs, adresat unui interlocutor deosebit, menționat în literatura de specialitate cu termenii „public”, „audiență”.

Este important de menționat, în acest context, că, pe timpuri, cu decenii în urmă, Internetul, calificat drept generator al „turbulenței informaționale” [142, p. 15], a început să fie perceput drept o nouă provocare și un factor evident al schimbărilor din domeniul jurnalismului contemporan. Încă de pe atunci apărea chestiunea extinderii globale a comunicării mediatice drept urmare a volumului sporit de informații, a vitezei de transmitere a lor la distanțe nelimitate.

Într-un mod vizibil și spectaculos, evoluția tehnologică a mijloacelor de comunicare de masă în totalitatea lor (atât a presei scrise, dar mai ales a mass-mediei electronice), dezvoltarea vertiginoasă a așa-zisei *computer mediated communication*, sporirea oportunităților comunicaționale oferite auditoriului, „a conturat o nouă configurație a universului mediatic, marcată de o expansiune peremptorie și consecventă, de un efort continuu în vederea diversificării modalităților de transmitere a mesajelor” [52, p. 7], de o afirmare substanțială a noilor factori de incidență asupra fluxului informațional, ca superabundența, rapiditatea difuzării și mercantilizarea informației [73, p. 84].

Astfel, există toate temeiurile pentru a constata că jurnalismul contemporan este un fenomen cu multiple aspecte, foarte diversificat, aflat în evoluție și stimulat de un șir de factori de diversă natură, precum cei economici, politici, de dezvoltare a societății și a tehnologiilor de comunicare. În cadrul unor studii privind apariția și dezvoltarea fenomenului mediatic contemporan, acești factori sunt interpretați drept consecința unei evoluții marcate de trei etape majore din istoria comunicării mediatice: 1) etapa presei tipărite (înc. sec. XVII), 2) etapa presei audiovizuale (înc. sec. XX), 3) etapa presei online (sec. XX - înc. sec. XXI). Comentând această cronologie a fenomenului mediatic, cercetătorii reliefează ideea că „dezvoltarea complexă și multidimensională a societății umane a condus, de-a lungul timpului, la creșterea atât a importanței mijloacelor de informare în masă, cât și la sporirea necesității informaționale și a dependenței individului social de informația de presă” [82, p. 10]. Astfel, jurnalismul actual apare drept consecința a câtorva fenomene distincte: evoluția sistemelor economice, evoluția sistemelor politice, evoluția sistemelor tehnologice, evoluția sistemelor sociale. Prin urmare, jurnalismul contemporan are o istorie, la origini constituită în urma dezvoltării localităților urbane și apariția unor noi centre comerciale, a consolidării informației în calitate de produs și a primelor edituri pe poziția de importante întreprinderi din domeniul industriei mediatice, a perceperii presei ca mijloc de informare a cetățeanului, dar și drept arenă a dezbaterilor politice. Actualul jurnalism se profilează ca o continuare a jurnalismului clasic, care s-a readaptat în rezultatul unor invenții ce i-au îmbunătățit sistemul tehnologic de creare și distribuire a informațiilor.

Referitor la această evoluție a jurnalismului, rezultatele unor cercetări mai recente confirmă plenar impactul Internetului și a noilor mijloace de comunicare în masă. În consecință, noile media sunt parte a societății informaționale, caracterizată prin progres și supraabundența informației, apariția și evoluția cărora este strict legată de dezvoltarea într-un ritm vertiginos a noilor tehnologii informaționale, „devenite rapid un aliat de încredere al sistemului mass-media, o forță absolută și omniprezentă care s-a impus ca un sistem cu o putere de influență deosebită,

având un impact major asupra aspectelor psihologice, sociale, economice, politice, culturale și educaționale ale vieții individului” [92, p. 67].

Este oportună, în acest context, pentru o mai bună înțelegere a jurnalismului contemporan, evidențierea unei clasificări a acestui gen de activitate de importanță majoră pentru societate. Am putea admite, în această ordine de idei, existența a mai multor categorii de jurnalism, definind multitudinea de fațete prin care există, în baza a patru criterii de clasificare, conform următorului tabel:

Tabel 3.1. Modalități de clasificare a jurnalismului contemporan

	Criteriul de clasificare	Categorii de jurnalism
2.	Profiluri profesionale	- reporteri - editori - columniști
3.	Canale mediatice: mijloacele de comunicare utilizate pentru distribuirea informațiilor	- presa scrisă - jurnalismul radio - jurnalismul TV - jurnalismul online
3.	Tematica subiectelor abordate	- jurnalism social, - jurnalism economic, - jurnalism politic, - jurnalism cultural, - jurnalism sportiv, - jurnalismul de mediu
5.	Modalitatea de elaborare a materialului jurnalistic	- jurnalismul de teren, - jurnalismul de opinie, - jurnalismul de investigație

Sursa: Elaborat de autor

Potrivit datelor tabelului, în cazul primei modalități de clasificare a jurnalismului contemporan se ține cont de structura instituțiilor mediatice în cadrul cărora activează jurnaliștii, managerii, tehnicienii, cameramanii, specialiștii din domeniul marketingului și a publicității etc. O atare diviziune a muncii, axată nemijlocit pe crearea produsului mediativ, vizează tipul de activitate sau profilurile profesionale. Astfel, din însăși definiția clasică a jurnalismului pot fi evidențiate schematic două genuri de activități obligatorii pentru existența viitorului material jurnalistic: 1) colectarea de informații și 2) redactarea și distribuirea informațiilor. În prima etapa de creație sunt implicați reporterii. Activitatea acestei categorii de jurnaliști constă în realizarea scopului de obținere a informațiilor necesare pentru abordarea unui subiect în presă, deci căutarea și obținerea informațiilor de interes public. Pentru realizarea acestui obiectiv, reporterul se va deplasa în teren, va colecta informații utilizând dispozitivele și metodele adecvate (spre

exemplu, interviul, observația), va verifica informația și o va prezenta editorului pentru ulterioara redactare și aprobare pentru publicare.

David Randall, autorul lucrării „Jurnalistul universal”, relevă primatul muncii reportericești în descoperirea de informații, accentuând importanța etapei documentării. După părerea jurnalistului britanic, un bun reporter trebuie să fie dotat de abilități specifice, printre care cele privind arta scrisului, dar și capacitățile de a identifica evenimentele importante și informațiile ponderabile. Astfel, în viziunea sa, reporterul poate fi definit drept persoana care „întrunește o întreagă sumă de însușiri care îi permit să descopere fapte și să le înregistreze în mod corespunzător, are la dispoziție ceva echipament tehnic și de asemenea, echipament intelectual. În plus, pentru a fi un bun reporter, va mai trebui să aibă un caracter pe măsură”. În lista cu echipamente tehnice, David Randall menționează carnetul de notițe și pixul, ustensile cunoscute și preluate din practicile jurnalistice ale secolului al XIX-lea, la care adăugă altele mai noi: reportofonul, aparatul de fotografiat. În aceeași listă sunt menționate și cunoașterea limbilor străine, dar și abilitățile de lucru la calculator. Acestea din urmă, permit constatarea faptului că, aproximativ cu două decenii în urmă, preferințele unui public nou și particularitățile societății globale au înaintat noi cerințe vizavi de cei specializați și antrenați în procesul de comunicare mediatică. Încă de pe atunci, computerele care erau „din ce în ce mai folosite în lumea întreagă pentru producerea publicațiilor” și considerate „utile pentru reporteri în documentare” se aplicau în două sensuri: de obținere a unor informații grație bazelor de date stocate în mediul online din acea perioadă, dar și de transmitere a materialului din teren către cei din redacție [74, p. 52]. Setul de echipamente intelectuale, menționate de David Randall se referea la abilitățile necesare pentru activitatea cotidiană a reporterului precum flerul jurnalistic (instinctul, simțul știrii), „simțul urgenței”, flexibilitatea și corectitudinea în comunicarea cu alte persoane, spirit activ.

Spre deosebire de reporteri, redactorii sunt parte a staff-ului de birou și cei care se implică în realizarea materialului jurnalistic la etapele ulterioare: de redactare și de difuzare a informației. De regulă, poziția de editori este acordată persoanelor cu experiență în domeniul jurnalismului, celor care s-au afirmat în timp (în unele cazuri chiar și în calitate de reporteri), se bucură de respect din partea personalului din redacție, au bune capacități organizatorice și manageriale, cunosc legislația din domeniu. Având în obiectivele activității pe care o întreprind selectarea și pregătirea materialelor pentru publicare, tocmai editorii sunt „gatekeepers” (în traducere din limba engleză – portari, gardieni, păzitori de porți). Pe bună dreptate, redactorii au un rol important în selectarea informațiilor furnizate de către reporteri, exercitând controlul și gestionarea șirului de acțiuni ce vor da formă știrii, înainte ca aceasta să fie amplasată pe pagina de ziar sau difuzată la radio sau canalul TV corespunzător. Caracterizați prin „dubla natură a

atribuțiilor redacționale” [82, p. 73], editorii sunt în același timp oameni de creație, dar și manageri, în sarcina cărora stau un șir de misiuni de producție, cele mai importante fiind selectarea, analiza și verificarea informației, redactarea materialului jurnalistic, organizarea activității din redacție, ducerea tratativelor cu fondatorii, luarea deciziilor privind ierarhizarea articolelor sau referitoare la necesitatea revizuirii stilistice sau reformulării unui titlu mai sugestiv pentru material jurnalistic în cauză. Totuși, stabilirea „ordinii de zi” (acțiunea de „agenda setting”), în conformitate cu gatekeeping-ul, se pare că reprezintă cea mai relevantă activitate și acțiune tranșantă a acestei categorii de jurnaliști. Conștientizarea faptului că mass-media cu adevărat formulează și direcționează, structurează și evaluează interesele sociale, politice, economice, culturale ale cetățenilor, comportă concentrarea asupra realizării unei serii întregi de obiective: „presa sporește valoarea socială a unei idei, concepții, a unui interes sau sistem de interese și valorizează altele; ea socializează anumite interese individuale, considerându-le oportune la momentul dat și pentru mediul dat sau invers, poate ignora unele interese și obiective generale, încercând să le substituie, să le mușamalizeze etc.” [50, p. 20]. Totuși nu întâmplător se consideră că păcatele cele mai mari ale mediei sunt păcatele omiterii unei certe informații [52, p. 113].

O altă clasificare pe care o relevă tabelul, a fost realizată în baza criteriului *mijlocul de comunicare de masă, canalul mediatic*. Din acest punct de vedere, putem vorbi despre divizarea activității jurnalistice în linii mari, în: presă scrisă, jurnalism radio, jurnalism TV, jurnalism online. „Ziarele sunt cele mai vechi mijloace de informare” [6, p. 42], care au avut propria cale de evoluție în timp, astfel încât actualul tablou general al presei tipărite este reprezentat printr-o gamă diversă de publicații. În acest sens, de menționat noțiunile intrate demult în vocabularul din domeniul comunicării mediatice, precum: cotidiene, periodice, săptămânale, ziare, reviste. Tipologia acestora este elucidată pe larg în literatura de specialitate, accentul fiind pus, în cazul fiecărei categorii, mai ales, pe modul de prezentare a informațiilor și de abordare a subiectelor. Declinul tot mai evident al presei tipărite a constituit deseori un subiect de dezbatere și o problemă abordată de diverși cercetători. În acest context, notoriul jurnalist și cercetător francez Claude-Jean Bertrand afirma: „La sfârșitul secolului XX, în numeroase țări precum Franța, oamenii nu mai resimt dorința sau nevoia de a citi un ziar în fiecare zi. Vânzările scad peste tot, în afară de cazul țărilor care se dezvoltă, ca Brazilia sau India” [6, pp. 42-43].

Experții converg în explicarea istoriilor succesului în presă prin adaptările corespunzătoare la noile condiții ale cererii și ofertei. În acest sens, este evidențiată o listă întreagă de factori cu impact direct asupra ofertei de ziare: controlul guvernamental, distribuția, tehnologiile tipografice, tehnologiile jurnalistice, publicitatea, capitalul și tipul de proprietate,

forța de muncă. Tehnologiile tipografice sunt unul dintre factorii importanți ai ofertei de ziare, dat fiind faptul că pot influența distribuția și costul acestora. De asemenea, de ele depinde viteza de tipărire și, respectiv cantitatea și calitatea ziarelor. Acestea din urmă sunt dependente și de tehnologiile jurnalistice (aici sunt menționate telefonica, computerul), care pot avea impact asupra nivelului de realizare a materialului jurnalistic, spre exemplu prin capacitatea de colectare a informațiilor. În lista factorilor ce influențează cererea de ziare sunt incluse gradul de alfabetizare și educație al populației, democrația, piețele și bugetul de cheltuieli, prețul de vânzare, concurența din mass-media, timpul disponibil al cetățenilor pentru a-l dedica lecturii, calitatea presei. Tot aici apare menționată tehnologia. Apariția și dezvoltarea radioului, iar ulterior – a televiziunii au diminuat treptat rolul presei de important mijloc de informare pentru cetățeni. Și totuși, viziunile apocaliptice privind dezvoltarea mass-mediei sunt echilibrate și temperate prin unele opinii optimizante: „presa tipărită moare, dar nu ca să dispară, ci ca să trăiască. Ziarele și revistele, mai cu seamă cele din zona quality, nu numai că vor supraviețui, ci și se vor relansa în mare parte, îmbrăcând o formă nouă. Ele vor izbândi și își vor găsi o nișă inedită în era informațională, deoarece reperele pe care îl oferă publicului presa scrisă sunt indispensabile. Fără ele imaginea lumii ar fi strâmbă” [51, p. 150].

Soluția sugerată, acum două decenii, este readaptarea ziarelor la schimbările sociale și cele tehnologice. În acest sens, viitorul presei tipărite a fost perceput prin existența a două tipuri de ziare și reviste (ceea ce de fapt există în prezent): 1) pe hârtie (variante tipărită) și 2) în versiune electronică (condiție favorizantă până și pentru presa locală. Referitor la prima variantă de ziare sunt menționate tipografiile digitale care au facilitat modalitatea de imprimare și de distribuire a informațiilor, prezentând multiple avantaje în comparație cu tipografiile anterioare.

Ziarele electronice au început să se dezvolte în perioada anilor 1990. Astfel, internații au obținut acces la publicațiile preferate, precum: „New York Times”, „Los Angeles Times”, „The Washington Post”, „Daily Telegraph” ș. a. Versiunile electronice au devenit acceptate în calitate de avânt calitativ grație costului redus, a facilitării procesului de distribuire a informațiilor, dar și a modalității de prezentare a lor, a oportunităților „sophisticate” de producere a informației [159, p. 240].

În general, itinerarul parcurs de presa tipărită în drumul ei spre cucerirea spațiului virtual, după cum atestă cercetătorii, a înregistrat câteva etape în evoluția sa: de la ziarul tradițional la etapa coexistenței ziarului cu posibilitățile oferite de noile tehnologii informaționale, urmând faza interacțiunii, iar apoi – etapa îngemănării ziarului cu Internetul. Fiecare din aceste etape a fost caracterizat printr-o serie de trăsături specifice. La început a apărut versiunea electronică a presei tipărite (copierea conținutului și plasarea copiei electronice

în spațiul virtual, cu versiuni omogene). A urmat faza creării site-urilor publicațiilor. Apoi – procesul valorificării oportunităților digitalizării, cu plasarea operativă a știrilor și autonomizarea versiunii electronice, și, în sfârșit, exploatarea brand-urilor ziarelor tradiționale pentru plasarea conținutului digital. Dacă ne-am referi la experiența mediei din Republica Moldova, am putea constata persistența aceluiași trend, dar cu abordare diferită, întrucât unele publicații („Literatura și Arta”, de exemplu) preferă să rămână deocamdată pe orbita doar a versiunii tipărite, omogene cu cea care există în format electronic în spațiul virtual, pe când majoritatea presei tipărite pledează pentru transformarea în platforme online.

Este elocvent, în această privință, cazul publicațiilor „Eroii Neamului” din Iași și „Realitatea” din Galați, importante prin contribuția adusă la aprofundarea comunicării cu românii de pretutindeni și educația tinerii generații. Ambele publicații aparțin presei tradiționale, apar în format print și au distribuție gratuită. Totodată, cele două publicații au site-uri proprii, realizate pentru distribuire și promovare. În același timp, pe lângă difuzarea prin diferite forme a printului publicațiile sunt puse la dispoziția cititorilor în mediul online prin căsuța electronică și prin rețelele de socializare (Facebook). Studiul comparativ al evoluției publicațiilor în cauză atestă caracterul benefic al prezenței acestora în spațiul online, cu o tendință pronunțată de valorificare în continuare a formatului portal. Oricum, și în aceste cazuri, transformarea digitală a industriei media indică nu doar extinderea tehnologiilor, dar și comportă ostentativ acțiuni de inovare a structurilor instituționale, inclusiv, în cazul publicațiilor de tiraj minor.

Radioul, ca un element evident al epocii moderne, s-a bucurat de succes chiar de la apariție, iar la sfârșitul anilor 1990 datele disponibile indicau că aproximativ 98% din cetățeni americani, de exemplu, ascultau cel puțin o dată pe săptămână un post de radio, acesta fiind un credibil mijloc de informare. La fel precum ziarele, posturile de radio diferă și pot fi clasificate în: posturi de radio locale, naționale și internaționale. În prezent, datorită Internetului, observăm o migrare a acestora în mediu online și o tendință de readaptare la publicul nou și la tehnologiile actuale de distribuire a informațiilor.

Principiile de funcționare a televiziunii au fost elaborate și testate în perioada anilor 1920-1930, iar începând cu anii 1940 acest canal va distribui informațiile în format video. În anii 1950-1960 televizoarele apar în casele locuitorilor din diverse state europene (în România și în Republica Moldova televiziunile naționale încep să emită prin anii 1956-1958), iar televiziunea își adjudecă treptat poziția de „regină a mijloacelor de comunicare”.

Mijloacele de comunicare tradiționale, specifice jurnalismului clasic, de cele mai dese ori, nu permit obținerea unei reacții de răspuns din partea publicului sau, în unele cazuri poate fi înregistrat doar un feed-back întârziat. Spre deosebire de acestea, noile media diferă prin

amplarea interacțiunii jurnalist-public. Aceste mijloace de comunicare stimulează intervenția publicului în conținut, intensifică dialogul dintre utilizatori, modifică raportul producător – consumator. Portalurile de știri devin tot mai populare grație accesului sporit la informații și caracterului multifuncțional al noilor media. Aici este necesar de menționat unele caracteristici de bază ale noilor mijloace de comunicare și informare precum: interactivitate, digitalizare, multimedia. Apariția noilor media este strâns legată de dezvoltarea într-un ritm vertiginos a noilor tehnologii informaționale, caracterizate de „un grad înalt de interactivitate, rapiditate și adaptarea în timp real la tot ce înseamnă nou în materie de dispozitive electronice și aplicații” [89, p. 22]. Tocmai în aceste condiții apare și se dezvoltă o formă de jurnalism, specifică societății globale, cunoscută în literatura de specialitate cu denumirea „jurnalism online”.

Clasificată după criteriul „tematica subiectelor abordate în presă”, actuala activitate jurnalistică poate fi divizată în: jurnalism social, jurnalism economic, jurnalism politic, jurnalism cultural, jurnalism sportiv, jurnalism de mediu. Aceste ramuri ale jurnalismului cuprind cele mai importante domenii de activitate umană, specifice societății globale, și sunt prezente în rubricile ziarelor cu caracter general sau cele ale edițiilor de știri. Apariția acestor forme de jurnalism este explicată și prin divizarea muncii, pe domenii, în redacție. În acest context, este remarcat faptul că „există jurnaliști care se ocupă de zona politică, la fel cum sunt redactori specializați în subiecte legate de sport, de evenimente externe, de viața culturală sau socială. Pentru cei care se află de ceva vreme în presă, această arondare este de la sine înțeles” [104, p. 24]. Are loc gestionarea informației de către jurnalistul specializat. În cadrul redacției, este instituită o distribuire a sarcinilor, fapt care permite obținerea unor avantaje majore precum: mai multă responsabilitate în cazul elaborării materialelor jurnalistice, economie de timp, jurnaliști care se afirmă ca experți într-un domeniu dat și care, astfel, aduc un surplus de valoare pentru instituția mediatică unde sunt angajați. La rândul său, jurnalistul specializat va deveni în timp cea mai indicată persoană din domeniul comunicării, recomandată de a evalua și a prezenta un eveniment, de a face analize și chiar de a veni cu pronosticuri referitoare la impactul acestuia. Interacționând cu actorii sociali dintr-un anumit domeniu, acesta va câștiga competență, reputație și imaginea de profesionist, apreciat de către publicul-țintă, dar și de către colegii de breaslă.

Cu referire la apariția jurnalismului social în Republica Moldova, prof. G. Stepanov menționa că statul „s-a confruntat cu schimbări și transformări globale care au cuprins absolut toate segmentele societății: relațiile sociale și de proprietate, modul de distribuire a resurselor, scopurile și mijloacele de dezvoltare economică și socială, normele și valorile cetățenilor, instituțiilor sociale, economice, culturale, cele ale mass mediei etc.” [84, p. 66]. Astfel este descrisă perioada anilor 1990, când o nouă realitate socială devenea subiect de reflecție a

jurnalismului moldovenesc. În acest sens, în cazul presei din Republica Moldova poate fi făcută distincția între subiectele abordate în perioada imediată obținerii independenței statului și cele distribuite de diverse instituții mediatice din a doua jumătate a anilor 1990. Astfel, la începutul anilor 1990 publicul era interesat de cunoașterea și abordarea unor subiecte axate pe problemele tabuizate în trecut, precum: istoria neamului, valoarea suveranității și independenței statale, sistemul politic în formare sau înțelegerea democrației și a valorilor sale. În ce-a de-a doua jumătate a anilor 1990, jurnalismul social din Republica Moldova s-a reorientat, după trecerea anteriorului val emotiv al societății, la subiecte precum: problemele sociale și impactul lor, acțiunile guvernanților, dezvoltarea economică a țării. Actualmente jurnalismul social din Republica Moldova este arena de dezbateri a unor probleme și fenomene sociale de o importanță relevantă, precum: migrația, sărăcia, criminalitatea, criza demografică ș. a.

Jurnalismul cultural este considerat una dintre cele mai vechi ramuri ale jurnalismului, care a apărut din necesitatea de promovare a valorilor culturale ale unei națiuni și care are la origini popularizarea creațiilor artistico-literare [80]. Actualmente jurnalismul cultural răspunde cerințelor publicului de a cunoaște mai multe despre creația compozitorului sau pictorului preferat, despre vedetele de muzică populară îndrăgită, despre lumea artei cinematografice sau tendințele din domeniul arhitecturii. În Republica Moldova evenimentele culturale sunt subiecte ale materialelor prezentate în cadrul unor emisiuni radio și TV, fiind abordate și pe paginile presei tipărite. În domeniul audiovizualului acest gen de materiale jurnalistice nu și-a pierdut din popularitatea de adineaori, deși spațiul de prezență a acestora în grila de programe este relativ mic. În cazul presei tipărite pot fi menționate astfel de publicații, precum „Literatura și Arta”, „Contrafort”, revista „Limba Română”. Situația în acest caz este similară presei din domeniul sportului: publicitatea nu aduce venit, sunt necesare subvenții din partea statului pentru acest segment al mass-mediei moldovenești, publicul preferă să se informeze din sursele televiziunii sau Internetului.

La rândul său, jurnalismul consacrat subiectelor din lumea sportului a avut „un teren vast de afirmare” în primii 10-15 ani de independență a țării [28, p. 195]. În această perioadă este identificată prezența pe piața mediatică din Republica Moldova aproximativ 8 publicații periodice cu un tiraj de 8-9 mii de exemplare. În afara de presa tipărită specializată, un șir de alte ziare aveau rubrica *Sport*, cu subiecte axate pe prezentarea celor mai importante evenimente sportive în ziarele naționale „Moldova Suverană”, „Săptămâna”, „Flux”, „Jurnal de Chișinău”. Însă abordarea evenimentelor sportive importante din țară, cât și de peste hotare în ziare nespecializate se reduce doar la 2-5% ale spațiului de informații din pagini. În consecință, aceste date permit constatarea unei degradări în domeniu, înțelegând drept „o realitate tristă care

demonstrează atitudinea față de sănătatea oamenilor țării, față de dezvoltarea educației fizice și a sportului de amatori, dar și a celui de performanță de la noi”.

Jurnalismul economic este genul de activitate orientat spre informarea mediului de afaceri, dar și despre problemele acestui mediu, adresându-se preponderent cetățenilor interesați de procese economice, schimbările din domeniul financiar sau cele privind piața de consum. „Logos Press”, face parte din categoria primelor periodice din domeniul jurnalismului economic din Republica Moldova. Din 1990 până în prezent acest ziar are publicul-țintă fidel, care preferă să se informeze din această sursă. O analiză a presei de acest gen a permis constatarea faptului că cititorii, îndeosebi antreprenorii din sectorul businessului mic și mijlociu sunt preocupați de problemele ce țin de dezvoltarea sistemului economic din țară, posibilitățile de promovare a produselor pe piața externă, legislația fiscală.

Jurnalismul de mediu, denumit și „presă ecologică” constituie răspunsul la cerințele cetățenilor societății globale de a trăi în siguranță și de a se implica în protecția naturii, de a pleda împotriva poluării apei, solului, aerului. Este o ramură mai recentă, specifică jurnalismului contemporan, dar care se bucură de suficientă popularitate din partea cetățenilor. Revista „Natura”, care apare lunar de peste două decenii, este fidelă cititorilor săi interesați de starea mediului înconjurător, protecția naturii, problematica climei. De la operatorii mass-mediei, antrenați în domeniul dat, sunt așteptate informații, analiză, soluții de depășire a diverselor probleme. În ultima perioadă de timp, dezvoltarea intensă a Internetului și a noilor tehnologii au adus schimbări și în acest domeniu de activitate (un exemplu: utilizarea dronelor pentru captarea imaginilor privind realitatea din teren și prezentarea unor informații actuale și veridice).

Jurnalismul politic, un alt tip de jurnalism specializat, din ce în ce mai evident pe arena comunicării mediatice contemporane, este orientat spre prezentarea și analiza unor evenimente specifice. În acest caz jurnalistul informează publicul cu privire la realitatea politică din țară, cele mai importante evenimente din acest domeniu, desfășurate la nivel național sau internațional, despre activitatea liderilor politici sau prioritățile partidelor politice, ajutând cetățenii să înțeleagă complexele schimbări ale sistemului politic, să se implice în dialogul cu guvernarea, să-și determine opțiunile în calitate de potențiali alegători.

Studiile privind evoluția procesului de mediatizare a politicii comportă constatarea faptului că jurnalismul politic s-a dezvoltat în contextul logicii evenimentelor, pornind de la etapa inițială a proceselor de democratizare și modificând radical optica relatării. Astfel, la începutul anilor nouăzeci este remarcată o cerere mărită de produse mediatice, în consecință apărând vertiginos o serie întreagă de publicații ale partidelor și mișcărilor politice, grăbite să transmită maselor propriul mesaj, organe ale fundațiilor culturale, ale organizațiilor religioase,

ale asociațiilor de minorități naționale, ziare și reviste destinate cercurilor de afaceri” [269, p. 234]. Pentru început a crescut de zeci de ori tirajul unor zăre, care distribuiau informații referitoare la vechiul regim și au avut un impact vizibil în formarea opiniei publice privind alegerea căii democratice de dezvoltare a tânărului stat ex-sovietic (exemplele publicațiilor „Moldova Socialistă”/„Moldova Suverană”, cu un tiraj de 250 mii exemplare și „Literatura și arta”, editată, în acea perioadă, în număr de 170 mii exemplare, sunt elocvente în acest sens pentru realitatea mediatică a republicii). Totuși, acest proces de afirmare în noile condiții a presei tipărite din Republica Moldova a fost însoțit de anumite obstacole precum lipsa de experiență managerială sau cea de utilizare a noilor tehnologii, probleme privind piața produselor mediatice, existența unui monopol în cazul publicității, politica fiscală ș.a. Cu timpul, grație ulterioarelor schimbări din sfera socială și cea economică, acestea au fost depășite.

Pe parcurs, a fost identificată, în cadrul presei moldovenești, afirmarea modelului jurnalismului politic-interpretativ, bazat pe „comentarea faptelor și explicarea propriului punct de vedere asupra situațiilor apărute” [52, p. 151], amplificând intenția și dimensiunea persuazivă a mass-mediei. În același timp, de notat, că știrile politice din presa tipărită continuă să rămână o modalitate frecventă de prezentare a evenimentelor. În acest sens, este remarcat faptul că acest gen de informații, care de regulă ocupă 37 % din paginile ziarelor, pe perioada electorală sunt mult mai solicitate și distribuite în proporție de peste 60 % din totalul de informații din presa tipărită. Aceeași tematică și aceleași creșteri sunt observate și în cazul audiovizualului. În televiziunile știrile politice privind evenimentele din țară sunt difuzate în proporție de 36,6 %, iar cele externe – de 44,4 %. Pe perioada alegerilor numărul informațiilor privind candidații și viața politică sporește de aproximativ 1,8 ori, fiind de 70 %, așa cum atestă datele monitorizărilor electorale. În prezent, acest gen de jurnalism continuă calea de dezvoltare, reorientându-se spre subiecte mai noi precum: integrarea UE, promovarea valorilor europene, dezvoltarea statului în condițiile impuse de schimbările politice apărute la nivel global.

Cu referire la investigația jurnalistică, de menționat că este o ramură a jurnalismului, aflată în ascensiune care, în viziunea specialiștilor, s-a impus ca o specializare specifică în interiorul profesiei și domeniului jurnalistic. În opinia cercetătorului britanic David Spark, acesta are trei niveluri: „nivelul general, la acest nivel reporterul relatează, pur și simplu, despre un fapt sau un eveniment, transmite cuvintele care au fost spuse acolo; nivelul specializat: aici ziaristul încearcă să explice sau să interpreteze evenimentele sau declarațiile înregistrate; nivelul investigativ: la această treaptă ziaristul caută să obțină probe care să confirme / infirme cele relatate” [238, p. 5].

În mod evident, clasificarea operată nu epuizează bogăția abordărilor posibile și, cu siguranță, evoluția în continuare a fenomenului jurnalistic va oferi noi date empirice inedite și interpretări revelatoare ale noilor tendințe în universul mediatic.

În concluzie, reliefăm faptul că aceste clasificări și diversitatea de genuri ale activității jurnalistice actuale confirmă faptul că elementele jurnalismului clasic sunt prezente și utile pentru crearea produsului mediatic solicitat, în ziua de azi și în circumstanțele actuale, de publicul societății globale. În pofida unor particularități specifice, care țin de tematica subiectelor, timpul și modalitatea de elaborare a materialului jurnalistic, mijloacele de comunicare utilizate sau profilul profesional al jurnalistului, aceste tipuri ale jurnalismului contemporan au la bază aceleași principii: actualitate, importanță, proximitate geografică și temporală, obiectivitate, veridicitate. Noile mijloace de comunicare în masă și dezvoltarea Internetului au contribuit, după cum constatăm în baza celor expuse mai sus, la evoluția jurnalismului clasic și la tendința lui de migrare în mediul online, într-o formă nouă, readaptată la cerințele industriei mediatice din prezent.

3.2. Internetul – catalizator al jurnalismului modern

Evoluțiile de ultimul timp ale mass-mediei atestă deschiderea domeniului pentru transformări, dictate de însăși evoluția societății, confirmând tranșant faptul existenței unei dinamici reale în sfera mass-mediei. Procesele și contextele mediatice, atât în cadrul producției, cât și în uzul mediei se manifestă destul de pronunțat, cofigurând un tablou multivalent al activității mediatice. Transformările intervenite în raport cu media tradițională vizează expres conținuturile, dar și formele demersului mediatic. Cercetările comunicării de masă, întreprinse la sfârșitul sec. Al XX-lea-începutul sec. al XXI-lea, evidențiază o întreagă avalanșă a tendințelor observate și afirmate.

În domeniul presei tipărite, astfel, marea majoritate a specialiștilor, indică drept „trend european” [18, p. 34], care prinde cu fermitate contur, așa-numita „tabloidizare” a presei, determinată de exploatarea intensă a „formatelor comerciale” [59, p. 126]. În acest caz, se relevă că presa se adaptează noilor realități sociale și economice, axându-se pe conținuturi care „manifestă cea mai mare sensibilitate la cererea publicului” [59, p. 42], alegând formate reduse, privilegiind știrile relatate în formă condensată, ce conțin mesaje senzaționale, cu o atenție

specială acordată vieții vedetelor sau evenimentelor extraordinare însoțite din plin de imagini foto. Absolutizarea gustului comun, în cazul presei-*tabloid*, legitimizarea comercializării mass-mediei își găsește explicație în „desprinderea de trecut” [59, p. 54], operată hotărât de sectorul mediatic. Este adevărat, „alunecarea pe panta divertismentului subminează celelalte funcții social-comunicaționale, reducând considerabil potențialul informațional al presei și cel de transmitere a valorilor culturale fundamentale” [44, p. 149], dar piste de perspective țin, oricum, de tabloidizare, fie și în detrimentul difuzării presei de calitate. Totuși, în Republica Moldova, spre deosebire de România, unde tabloidul a obținut rezonanță (în special, prin „Evenimentul zilei” și „Expres magazin”, promovate de jurnalistul Ioan Cristoiu), tabloidizarea presei trenează, motivațiile de întârziere fiind legate „mai ales de lipsa investițiilor în media, piața fiind mică, cu public restrâns” [18, p. 34].

Total diferită este situația în presa britanică: tabloidele aici servesc pentru a prezenta imagini din viața familiei regale, a unor celebrități din domeniul culturii sau sportului, includ informații privind evenimente sociale importante. Pentru jurnalismul britanic, tabloidul este atribuit presei de calitate. Totuși, în general, multiple surse plasează tabloidele în făgașul fenomenului „yellow journalism”, argumentând prezența tabloidelor în contextul presei galbene, un jurnalism adresat publicului larg, cu origine în Statele Unite ale Americii, care a apărut și s-a dezvoltat datorită publicației „New York Times” [71, pp. 50-51]. Interpretările curente explică extinderea fenomenului dat prin originalitatea informațiilor și sporirea publicului cărui acestea sunt adresate: „O asemenea presă a dobândit dimensiuni populare nemăintâlnite. Fiind întemeiate cu preponderență în New York, unde populația urbană, alfabetizată era implicată în modernizarea și industrializarea intensă a Americii, aceste publicații au devenit în scurt timp stimulentele centrale ale unui public de masă tot mai bine definit. O terminologie simplă, descriptivismul și caracterul vizual au reprezentat garanțiile reușitei unei tentative de a cuceri muncitorii și valurile de imigranți sosiți în Statele Unite. În cele din urmă, aceste operațiuni de presă au devenit mari succese pe piață” [69, p. 71].

Revenind la situația actuală, remarcăm faptul că acest fenomen a constituit un exemplu de supraviețuire a presei tipărite în condiții neprielnice și o posibilitate de a ieși învingătoare în goana după „rating”, de a-și recâștiga publicul orientat spre informațiile radio și TV [115, p. 218]. În statele post-sovietice, fenomenul tabloidizării presei a fost preluat în anii 1990. Acesta a apărut în perioada obținerii independenței și suveranității statale, fiind asociat cu libertatea presei, a afirmării dreptului la opinie. Paradigmele mediatice contemporane, datorate dezvoltării Internetului, în cadrul cărora s-a produs adevărata invazie a imaginii și culorii în activitatea mediatică, de asemenea au accelerat procesul de tabloidizare a presei.

Există un șir de argumente aduse de datele statistice, conform cărora tabloidele sunt sursele preferate de lectură a informațiilor prezentate de presa tipărită [232, p. 17]. Aproximativ 50% din numărul total de cititori, cu vârsta 19-50 ani, marea majoritate cu studii medii, procură cotidiene pentru a se informa despre viața și succesul vedetelor preferate sau a fi la curent cu schimbările și evenimentele referitoare la „beau monde-ul” local.

De remarcat, de fapt, tendința ziarelor din întreaga lume de a corespunde cât mai mult solicitărilor publicului și de a face față crizei din domeniul presei scrise. A se transforma prin adaptare și prin modificare pare să fie acum sloganul zilei pentru presă. Se recurge la o serie de măsuri, capabile să contribuie la depășirea / diminuarea crizei de pe piața industriei media: încercări de diminuare a costurilor de producție (pe calea creării unor versiuni electronice); tabloidizarea ziarelor (modificarea conținutului, atașarea la ziar a unor materiale atractive: romane cu preț redus, CD-uri cu informații interesante pentru copii); editarea ziarelor în format mic (reducerea dimensiunilor, a numărului de pagini).

Cea mai pronunțată tendință însă în dezvoltarea sferei mediatice este afirmarea noilor tehnologii informaționale în industria media și utilizarea tot mai intensă a Internetului în calitate de un nou canal al comunicării, contribuind la afirmarea sistemului de comunicare în masă „renovat la nivel de producere, difuzare a informației, dar și receptare a sa de către public” [76, p. 21]. Are loc procesul de modificare calitativă a mijloacelor de comunicare tradiționale (presa scrisă, radioul, televiziunea), pe de o parte, și afirmarea *jurnalismului online* – un gen de activitate complexă, specifică societății contemporane. Prin definiție, acesta constă în distribuirea materialului jurnalistic către publicul larg prin intermediul rețelei globale.

De remarcat că acum câteva decenii, încă în anul 1995, sociologul Nicholas Negroponte, în cunoscuta sa lucrare „Being Digital” (London: Hodder & Stoughton), lansa ideea cu privire la faptul că digitalizarea (engl. *digitalisation*), adică, transferul informației în formă digitalizată, va comporta generarea unui content absolut nou, vor apărea noi profesioniști, se vor configura noi modele economice și noi furnizori locali de informație. Totul s-a produs întocmai așa cum a pronosticat expertul. Jurnalismul online sau jurnalismul digital s-a afirmat vertiginos ca o nouă formă de jurnalism în care conținutul editorial este difuzat prin intermediul Internetului, spre deosebire de publicarea în presa tipărită sau audiovizuală [109, p. 81].

Cu referire la materialele jurnalistice propriu-zise, specialiștii din domeniul științelor comunicării, dar și lumea jurnalistică, au remarcat delimitarea acestora în două categorii de bază:

a) materiale jurnalistice, considerate versiuni electronice ale celor distribuite prin intermediul mijloacelor de comunicare de masă tradiționale, specifice jurnalismului clasic;

b) materiale jurnalistice care servesc la difuzarea informațiilor publice doar în versiunea electronică.

În acest context jurnaliștii actuali au semnalat unul dintre avantajele majore ale utilizării noilor tehnologii de comunicare și a dezvoltării jurnalismului online – posibilitatea îmbunătățirii calitative a produsului mediatic, precum și a căilor de transmitere a sa către consumatorii de informații. Drept exemplu al avantajelor difuzării materialelor jurnalistice, dar și a radioului și a televiziunii prin intermediul acestui „nou și seducător mediu de comunicare” poate servi următoarea mărturisire: „De fiecare data când sunt plecat din țară, am la dispoziție o modalitate comodă, rapidă și ieftină de a mă pune la curent cu ce se mai întâmplă acasă și cu ce scriu ziarele. Nu am nevoie decât de un computer conectat la Internet. Dacă vreau să văd ce scrie *Evenimentul zilei*, deschid programul de navigare, tasez <http://evenimentulzilei.ro> și în câteva secunde am pe ecran varianta electronică a ziarului” [102, p. 634].

Noțiunea *online*, apărută în secolul trecut pentru a desemna conexiunea unui calculator la un sistem a devenit cunoscută și utilizată pe larg la sf. Sec. XX și și-a păstrat până în prezent semnificația de bază cu sensul de echipament, dispozitiv sau mod de prelucrare a datelor, dar și în sensul conectării la o rețea de calculatoare (Internet). În pofida utilizării expresiilor „ciberjurnalism”, „webjurnalism”, „e-jurnalism”, sintagma *jurnalism online* pare a fi cea mai intens utilizată în literatura de specialitate de limbă română, sensul general al ei fiind un gen de jurnalism nou, influențat puternic de evoluția tehnologiilor de comunicare de masă, cu noi reguli, bazat pe utilizarea noilor media și a Internetului, numit de diverși cercetători „jurnalism al viitorului”. Comparat cu jurnalismul clasic, jurnalismul online diferă prin noile particularități, vizând recurgerea la hypertext, multimedia, interactivitate, sistem de genuri extins. Specialiștii în materie au consemnat caracterul său „imediat, posibilitățile multiple de punere în pagină, folosirea elementelor multimedia, platformele flexibile de distribuție, arhivarea, construcția și receptarea nonlineară a conținutului, interactivitatea și existența link-urilor” [260, p. 21]. Este și o expresie a descentralizării jurnalismului, de trecere de la paradigma monologului la paradigma dialogului, de tendința individualizării sporite a jurnalismului etc.

Hypertext, o noțiune de bază în cazul acestui de gen de activitate, aplicată în domeniul jurnalismului cu sensul de metodă de realizare a unui text, pentru utilizarea pe calculator, care permite cititorului să parcurgă materialul în manieră proprie, aleasă de el. Prin urmare, această particularitate a jurnalismului online se referă la noul mod de lectură și scriere a textului, diferit de structurarea lineară a informațiilor, specifică presei tipărite.

Multimedia, înțeleasă ca ansamblu de tehnici (texte, imagini fixe sau animate, sunete, grafică) care permite recepționarea, depozitarea, prezentarea și prelucrarea informațiilor simultan

și interactiv este o altă particularitate majoră a jurnalismului online. Acesta permite crearea unor produse mediatice ce ar corespunde cerințelor publicului actual. Fiind o îmbinare de date și de informații în format audio și video, materialul jurnalistic este mai aproape de capacitatea de receptare a publicului și de utilizarea tehnologiilor digitale în procesul de comunicare.

Interactivitatea, o altă particularitate a noului jurnalism, poate avea următoarele forme: newsgroups, newsletters, chats, forumuri etc.

Sistemul de genuri jurnalistice extins este o altă caracteristică specifică jurnalismului online. Aici apar atât genurile de bază (știrea online, interviul online, reportajul online), cât și altele mai noi precum: infografica, cronica online, articolul multimedia, talkshow-ul multimedia.

Remarcăm, în context, că nu putem atesta o contrapunere a jurnalismului clasic celui reprezentat de *jurnalismul online*. Mai degrabă, avantajele unuia suplinesc neajunsurile altuia, și viceversa. Opiniile experților converg în conștientizarea faptului că noul jurnalism, jurnalismul digital, „face posibilă reînnoirea cauzelor și reconfigurarea repertoriilor de acțiune până la construirea unui nou mediu mediativ... În cele din urmă, acestea sunt adesea în contradicție cu cadrul gândirii, normelor și practicilor și modelelor de activitate preexistente în domeniul jurnalistic” [273, p. 8].

Acest lucru a comportat metamorfoze spectaculoase ale sferei mediatice. Asumându-și și demonstrând, pe parcursul timpului, „rolul de mesageri ai schimbării” [269, p. 224], reflectând și influențând această schimbare, media înseși s-au dovedit a fi supuse transformărilor majore. Este evident, așadar, că revoluția digitală a produs schimbări radicale în sfera mediatică, plasând-o în noi contexte și generând afirmarea noilor forme de jurnalism.

Data jurnalismul este o astfel de formă, care se dezvoltă progresiv și tot mai evident în ultimul timp. Însăși denumirea sa vine să evidențieze rolul și esența acestui gen de activitate jurnalistică. Intrat în uz datorită noțiunilor *data journalism* și *database journalism*, acesta este recunoscut drept direcția de renovare a jurnalismului prin expunerea diverselor date (deseori – cele statistice), prelucrarea și prezentarea lor spre receptare și cunoaștere de către publicul larg [111]. Trebuie de menționat că forme rudimentare de *data jurnalism* au existat cu mult mai înainte de apariția Internetului sau perioada de utilizare a acestuia pentru distribuire de informații [125]. Dezvoltarea acestui jurnalism a devenit posibilă tocmai datorită afirmării Internetului, majorării enorme a vitezei de transmitere a informației, sporirii torentelor comunicaționale și, în definitiv, creșterii masivelor accesibile de informații. Astfel, Internetul a generat spațiul în care se depozitează informația și, totodată, a devenit canalul mediativ de difuzare a acestora, inclusiv, pentru prezentarea rezultatelor obținute de *data jurnalism*.

Definirea *data journalism*-ului pornește de la relevarea mecanismului principal nou de organizare a comunicării în cadrul relatării informației. Acest proces se axează pe exploatarea datelor structurate în calitate de bază a narativului și gestionarea adecvată a datelor selectate. Prelucrarea datelor cantitative, astfel, poate servi drept pretext informațional sau aceste rezultate pot apărea ca o parte constituantă a textului, îmbogățindu-l semnificativ. Mass-media întotdeauna au recurs în interpretarea realității la fapte și date, acumulate în sisteme informaționale, accesibile pentru media, drept sursă de informații. Însă *data journalism*-ul (sau, conform unor viziuni, *data-driven journalism* [147]) operează prin intermediul unei abordări calitativ noi a datelor, cu posibilitatea vizualizării acestora [199]. Percepția informației de către audiență este deseori destul de anevoioasă – tabelele, diagramele, graficele, imaginile, datele statistice, hărțile interactive trebuie evidențiate, explicate, comentate. Tocmai de aceea, jurnalistul este cel care, operând cu masive mari de informații, are misiunea să extragă de aici esențialul, să le analizeze și plaseze într-un context anume, să structureze conținutul, să ofere concluzii relevante, care ar facilita înțelegerea de către auditoriul larg a proceselor și fenomenelor sociale și economice vizate. De fapt, la întrebarea: ce face jurnalismul de date diferit de restul jurnalismului, cercetătorii răspund: „noile posibilități se deschid atunci când se combină tradiționalul „fler pentru știri” și abilitatea de a spune o istorie convingătoare, cu amploarea și gama de informații digitale disponibile acum. [...]. Jurnalismul de date poate ajuta un jurnalist să spună o poveste complexă prin infografii atractive” [178, p. 2].

Având utilizarea de date drept principiu de bază în scrierea materialului jurnalistic, un prim exemplu, o protoformă, în acest caz, la care se referă majoritatea cercetătorilor, este publicația *Manchester Guardian*, care a publicat, în 1821, un tablou cu un set de date referitoare la școlile din Manchester și Salford. Informația dată includea cifre privind numărul de elevi din fiecare școală și cele referitoare la cheltuielile anuale ale fiecărei instituții de învățământ, evidențiind numărul real al elevilor ce s-a dovedit a fi mult mai mare decât cel anunțat de sursele oficiale [266]. Un secol mai târziu a apărut *jurnalismul asistat de calculator* (*computer-assisted reporting* – CAR) [219] care, la fel, a fost precursorul actualului *data journalism*.

Și așa-numitul *jurnalism de precizie* se prefigurează printre derivatele respectivei forme mediatice noi. Conceptul (lansat de Ph. Meyer și dezvoltat de Jose Luis Dader ș. a.), pus la baza determinării specificului jurnalismului de precizie, se axează pe prioritizarea metodologiei științifice în exercitarea jurnalismului, aplicarea metodelor științifice de investigație socială în practica jurnalistică, „valorificarea puterii statisticii” [209, p. 51], punerea în valoare a sociologiei, statisticii și urmăririi datelor computerizate” [271, p. 433]. În afară de distribuirea

unor informații inedite până la acel moment, data jurnalismul mai are o funcție specifică – cea de supraveghere a evoluției unor procese sau fenomene.

Actualmente, o enormă cantitate a informației este pusă în circulație datorită Internetului. În acest context jurnalismul de date constă în activitatea care are drept scop principal culegerea acestor informații. Ulterior, aceste date sunt supuse sistematizării, analizei și procesării grație tehnologiilor informaționale corespunzătoare, aplicate la etapa elaborării materialului jurnalistic. La fel, precum în cazul jurnalismului clasic, etapa de distribuire a informației este finală. Aceasta, în cazul jurnalismului de date corespunde realizării a trei obiective majore:

- 1) prezentarea informațiilor într-un mod mai clar și cu pondere de convingere;
- 2) crearea unui material jurnalistic mai credibil și cu un conținut mai atrăgător pentru public;
- 3) relevarea unor date necunoscute și abordarea subiectelor noi.

În linii mari, revenind la distincția dintre *jurnalismul clasic* și *data jurnalism*, de menționat că aceste două activități, axate pe informarea cetățenilor, nu se exclud, dar dimpotrivă se completează reciproc. Primul (jurnalismul clasic) conferă celui de-al doilea (data jurnalism) un nou mod de prezentare a realității, precum și posibilitatea de a evidenția situații distincte sau a îmbogăți diversitatea surselor.

Deseori *data jurnalismul* se interpătrunde cu ceea ce este cunoscut în literatura de specialitate drept investigație jurnalistică asistată de calculator. Aceasta, la rândul ei se deosebește de investigația tradițională, unde sunt aplicate „tehnicele unui detectiv sau agent de informații: filaj, camuflaj, întrevederi discrete, informatori, cumpărarea de informații și chiar ascultări telefonice” [27, p. 38]: jurnalistul de investigații își va desfășura activitatea în baza unor cercetări detaliate, complexe, dificile uneori, axate pe subiecte puțin cunoscute, probleme sau situații deosebite, aplicând tehnologiile informaționale în procesul de dezvoltare a adevărilor ascunse, însoțit de colectarea de probe. În acest context este evidentă importanța dezvoltării rețelei globale și a societății informaționale: „Calculatorul și internetul eliberează definitiv informația, acesta debarasându-se de toate vechile bariere care existau în fața ei” [27, p. 50]. Prin urmare, o astfel de investigație poate furniza o cantitate mare de informații, într-un timp scurt, să contribuie la cunoașterea unor detalii privind subiectul abordat, fără a recurge la tradiționala deplasare pe teren. Totuși, aici este prezentă metoda mixtă, de îmbinare a datelor obținute din diverse surse. Astfel, jurnalismul asistat de calculator vine în ajutorul investigației tradiționale, oferindu-i, în dependență de caz, datele suplimentare necesare.

O privire mai complexă asupra jurnalismului de date permite evidențierea câtorva categorii de acest tip de jurnalism, axate pe: a) relatarea unei istorii, îmbogățite de date, jurnalismul de date, așa-zis, cotidian; b) investigația jurnalistică cu ponderea mai mare a

recursului la date; c) text jurnalistic în care datele se află în rolul de protagonist al materialului [196, p. 16].

Jurnalismul mobil – MoJo este o formă de jurnalism foarte populară în rândul reporterilor. Denumirea sa provine de la dispozitivul aplicat pentru prezentarea subiectelor și realizarea materialului. Deci, *MoJo* este termenul prescurtat intrat în uz și prezent în vocabularul jurnaliștilor actuali grație unui împrumut din limba engleză. Acesta, prin urmare, constituie îmbinarea a celor două litere inițiale ale cuvintelor din limba engleză *mobile* și *journalism* [131]. Înșiși reporterii în cauză poartă denumirea de *mojos*. Termenul dat este atribuit ziarului *News-Press*, fiind menționat pentru prima dată în anul 2005. Datorită rețelei de ziare ale companiei americane *Ganett*, noțiunea a fost preluată și utilizată tot mai des, astfel încât a devenit cunoscută și jurnaliștilor din statele europene, fiind prezentă în vocabularul acestora, în calitate de neologism împrumutat din limba engleză. Inventatorul canadian Steve Mann, cunoscut drept „părintele calculatoarelor portabile”, este considerat în domeniul mass-mediei contemporane drept precursorul jurnalismului mobil. Acest fapt se datorează creării, în anul 1995, a unei camere portabile care a servit drept mijloc de facilitare a muncii realizate de reporteri în acea perioadă.

În prezent, acest tip de jurnalism este un exemplu și o expresie a viitorului, o formă readaptată la noile tehnologii, un jurnalism mai accesibil, mai mobil. De regulă, această categorie include jurnaliștii independenți care în activitatea lor utilizează camere digitale, smartphone-uri, tablete sau netbook-uri. Deseori, în procesul de consultare a surselor sau în cadrul transmiterii materialului jurnalistic se recurge la posibilitățile oferite de conexiunea la Internet prin intermediul telefoniei mobile sau a celei de wireless.

Ivo Burum, jurnalist australian, regizor și producător cu o experiență de muncă în televiziune de peste 30 de ani a efectuat o analiza jurnalismului mobil în 20 de întrebări, bazată pe formularea unei definiții pentru *MoJo*, crearea unui material cu ajutorul telefonului mobil, recomandări tehnice, argumentări actualizate privind importanța respectării unor principii de bază ale jurnalismului de calitate. Cele din urmă vizează construirea unui subiect și filmarea unui reportaj cu respectarea listei de verificare „scarp”, care include 5 elemente de bază: un subiect, un personaj, soluția, actualitatea, realizarea propriu-zisă a relatării. De fapt, aceste elemente se regăsesc în cele 5 întrebări jurnalistice de bază (Cine? Ce? Unde? Când? De ce?) ale oricărui material, fie și efectuat cu ajutorul tehnologiei digitale. O altă recomandare a autorului, din care se deduce clar legătura directă dintre *MoJo* și jurnalismul clasic, se bazează pe respectarea unor principii, specifice informațiilor din categoria „actualități” – pentru a verifica impactul materialului jurnalistic realizat cu ajutorul smartphone-ului este necesar să fie constatat, dacă

informația care urmează a fi distribuită se bazează pe un subiect actual și important pentru public [130]. Mulți reprezentanți ai sferei mediatice remarcă faptul că mobilitatea și posibilitățile actualelor tehnologii digitale pot fi soluția și calea spre noile posibilități de furnizare a informațiilor către publicul larg. Experții, antrenați în disecarea noilor forme de jurnalism, remarcă oportunitățile acestui nou gadget de tehnologie jurnalistică de a produce sentimentul de imersiune și hiperproximitate, constatând că avantajele MoJo rezidă în: „mobil este mai autentic, mai reactiv. Ceva se schimbă însă fundamental, și anume raportul jurnalistului-mobil cu subiectul său, cu care se confundă aproape osmotic prin natura discretă a instrumentului, subiect la care participă, și pe care îl trăiește în hiperproximitate: discreția instrumentului face din reporterul MoJo un martor al evenimentului sau un actor, un participant” [23]. De menționat că această formă de jurnalism nu înregistrează deocamdată o prezență foarte pronunțată în jurnalismul moldovenesc, deși există de acum exemple de recurgere la procedeele MoJo (un exemplu reprezentativ în acest sens l-ar putea prezenta creația jurnalistică a lui Vicorică Tataru și Andrei Captarenco, autori de lucrări documentare („Drumul războiului. Irpin” ș. a. ce reflectă ororile războiului declanșat de Federația Rusă în Ucraina).

În România, se fac în prezent pași importanți în implementarea tehnologiilor digitale în domeniul jurnalismului. Orientarea studiourilor tv spre jurnalismul mobil este, de exemplu, percepută drept un pas spre corespunderea jurnalismului la cerințele publicului, care tot mai des se informează din Internet sau de pe rețelele de socializare. În altă ordine de idei o imagine mai clară este parte a unui produs mediativ mai calitativ, iar cunoașterea și aplicarea noilor tehnologii de comunicare – un avantaj pentru activitatea jurnalistică.

O formă de jurnalism, în constituirea căreia Internetul și dezvoltarea spațiului public digital a avut un rol deosebit, este *jurnalismul interactiv*. Acesta este definit, de unii experți drept parte integrantă a jurnalismului online, în timp ce alții preferă să-i delimiteze particularitățile de bază. Oricum, acesta este genul de jurnalism care se caracterizează, în primul rând, prin interacțiunea dintre public și instituțiile mediatice. La rândul ei, interactivitatea dată se deosebește de cazul mass-mediilor tradiționale prin feed-back-ul imediat și conlucrare în elaborarea materialului jurnalistic. Bineînțeles, o astfel de colaborare a devenit realitate grație dezvoltării rețelei globale, a extinderii sale pe arii geografice mai vaste, a perfecționării și îmbunătățirii tehnologiilor de comunicare în masă și, desigur, prezenței în număr mare, în spațiul public digital, a unor actori sociali activi, implicați în procesul de distribuire a informațiilor.

Blogul, este în acest context un element evident al jurnalismului interactiv, un prim pas de modificare a dialogului dintre jurnalist și publicul său. În acest context, de menționat că un blog este genul de website pe care sunt publicate cu periodicitate periodic articole în care sunt

abordate diverse subiecte de interes public sau cele care servesc la promovarea unei persoane (cu rol de autor) și a activității sale profesionale. Termenul *blog* provine din limba engleză de la expresia *Web log*, ceea ce semnifică *publicație pe Internet*. În istoria comunicării online este cunoscut numele lui Jorn Barger, apreciat drept autorului primului blog și a expresiei *weblog*, în anul 1997 [220, p. 649]. Diversificarea blogurilor și mărirea numărului acestor categorii de website-uri a contribuit la crearea blogosferei – o comunitate de bloggeri, cu propriu public-țintă. În România aceasta însumează un număr de zeci de mii de bloguri. De remarcă, că unui blog îi este atribuit calificativul „activ”, în cazul în care acesta are o prezență în mediul online de peste 6 luni, iar publicațiile sale sunt accesate cel puțin o dată pe săptămână. A fost lansată și ideea organizării unui festival, „RoBlogFest”, în scopul promovării acestei comunități de autori din mediul online. În Republica Moldova există platforma de comunicare Blogosfera.md. Comunitatea de bloggeri activează în scopul promovării comunicării cu lumea, propunerii unei căi alternative de abordare a diferitor subiecte în spațiul public digital, dar și a activității de distribuire de informații în mediul online, Conform datelor de ultimă oră (2023), blogosfera moldovenească include un număr de 1427 de bloguri active, clasate pe mai multe categorii: afaceri, artă și cultură, mass-media, juridic, ecologie, politică și politici, lifestyle, sănătate, știință, sport, religie, societate etc., cu 371181 posturi [292]. Un prim avantaj al acestor mijloace de comunicare în mediul online îl constituie prezența unor elemente interactive și posibilitatea aplicării lor pentru facilitarea dialogului cu alți utilizatori. Spre exemplu, comentariile la articole creează un adevărat forum de discuții dintre internauți pe diverse tematici. Actualmente, de notat tendința bloggerilor de a se orienta spre aplicarea tehnicilor multimedia. În consecință, în domeniul jurnalismului interactiv au apărut noi noțiuni: photoblog, videoblog, mobiblog.

În cazul *jurnalismului cetățenesc*, audiența se integrează în rolul de jurnalist grație tehnologiilor informaționale și a conexiunii la Internet. Este tipul de jurnalism, când cetățenii marcați de anumite evenimente, la care de regulă au statut de martori, captează imagini de la fața locului cu ajutorul dispozitivelor digitale pe care le au și transmit astfel de informații către platformele de comunicare online ale instituțiilor media. Aceste informații sunt preluate de către jurnaliștii cu experiență și sunt utilizate drept surse pentru ulterioarele subiecte sau în calitate de parte integrantă a unor știri. Este o expresie pronunțată a dorinței de implicare a cetățenilor și a participării lor la dialog, cu scopul de a semnaliza anumite probleme sau de a face cunoscute evenimente importante pentru comunitatea lor [47]. Este un mod de a participa la viața comunității, de implicare și de asumare a unor responsabilități vizavi de distribuirea unor informații importante pentru semenii tăi.

În aceeași albie a jurnalismului cetățenesc se înscriu formele activității specifice de ordin jurnalistic, calificate drept *solo journalism* (practica operațională care presupune o sporită individualizare a muncii, când reporterul, „de unul singur, adună informații, scrie, filmează, produce videoclipuri și editează materialul său” [121]. Această modalitate contrastează cu practica tradițională, în care aceste sarcini sunt distribuite între cel puțin doi sau mai mulți jurnaliști) ori *backpack journalism* (vizând mai degrabă profesioniștii media) [224]. Este, la fel, o abordare alternativă a activității jurnalistice, în care se produce fuzionarea diverselor metode profesionale – relatarea în stil reportericesc, axată pe inserarea în material a secvențelor filmate și fotografiilor, producerea și editarea materialului cu scopul de a crea produs finalizat, propus audienței (jurnalismul în rol de ”omul-orchestră” [281, p. 12], cum consideră experții, cu observarea participativă a realității). Prin utilizarea instrumentelor media multiple, jurnalistul are posibilitatea să fortifice aspectul documentar al narațiunii jurnalistice și să contribuie la potențarea simultană a efectelor intelectuale și emoționale ale demersului său. În mediul profesional există opinii că „backpack jurnalismul”, „jurnalismul de ruksac” (sau punga, în care încap instrumentele tehnologice ale jurnalistului contemporan) va permite jurnalismului să supraviețuiască drept profesie.

Avansarea noilor tehnologii informaționale nu a comportat însă doar proliferarea unor forme mediatice, axate pe relatare operativă (de maximă rapiditate), predominarea formelor concise a materialelor și exploatarea așa-numitei „clip-gândirii”. În mod paradoxal, Internetul poate contribui și la adaptarea materialelor voluminoase la condițiile spațiului virtual. Un exemplu în acest sens este afirmarea unui format deosebit, cunoscut cu denumirea *long read*. Se referă la publicații în Internet, de un mare volum și incluzând elemente audiovizuale. Trăsăturile acestora rezidă, de obicei, în abordarea unor fenomene relevante emergente, caracterul sintetizator de abordare a subiectului, încercarea de a explora în profunzime și exhaustiv problema, cu recurgerea la un semnificativ număr de surse. „Long read-ul” asigură posibilitatea unei compoziții originale a materialului, permite dezvăluirea complexă a temei și dramaturgizarea relatării, oferind audienței șansa unei imersiuni profunde în atmosfera evenimentului / problemei / fenomenului relatat. Avantajele acestei forme jurnalistice rezidă și în posibilitatea pentru instituții de a-și menține calitatea de „container cognitiv” [165, p. 209].

Jurnalismul global este o noțiune complexă, integratoare, care se referă, în primul rând, la abordarea subiectelor ce vizează societatea actuală din perspectiva unor probleme majore. Prin urmare, este o activitate care constă în crearea de știri ce vor contribui la integrarea publicului local în societatea globală. În mare parte acestea sunt informații care vin cu soluții la probleme majore precum: încălzirea globală, criza economică, poluarea aerului, protecția mediului

ambiant. Aceste subiecte, la fel precum rețeaua globală Internet, depășesc frontierele naționale, fiind de importanță majoră și actuale pentru orice locuitor al planetei. Conform unui studiu [255], ziarul „Le Monde” ar fi cea mai „globală” publicație, deoarece prezintă cele mai relevante exemple de jurnalism global. Firește, jurnalismul global nu trebuie confundat cu jurnalismul specializat în relatarea de știri externe. Jurnalismul global manifestă atenția preponderentă, acordată spațiului global, puterii globale, identității globale.

În contextul cercetărilor orientate spre cunoașterea specificului mass-mediei actuale, cercetătorul Mihai Lescu califică termenul „globalizare” drept „interdependență crescândă a societății umane” și „proces obiectiv și natural de integrare a omenirii, care devine tot mai conectată, interdependentă și din ce în ce mai universală” [30, p. 75]. Această interdependență este elementul principal al comunicării actualei lumi globale, în care evenimentele importante și schimbările din cadrul sistemului social, economic, cultural, politic pot deveni probleme semnificative, cu impact asupra altor cetățeni, din alt colț al lumii. În acest sens, jurnalismul global este perceput drept rezultat al emergenței societății globale și al noilor tehnologii de comunicare în masă. Internetul, grație structurii de rețea extinsă pe întreg globul, este, în cazul acestei noi forme de jurnalism contemporan, cel mai util mijloc de distribuire a informațiilor.

Un rol important în constituirea fluxului informațional specific jurnalismului global îl au agențiile de presă internaționale. Ele sunt cele care definesc agenda globală și influențează opiniile privind tabloul general al lumii. Astfel de agenții de presă precum „Reuters”, „Associated Press”, „Agence France Presse”, „ANS”, „Agence EFE”, „TASS”, „Interfax” ș. a., prin natura serviciilor acordate (furnizare de informații actuale, generaliste, din diverse domenii: sport, cultura, economie etc., obținute din teritoriul unde își au corespondenți) au un impact deosebit în procesul de distribuire a conținutului produsului mediatic, creat și furnizat de cei care activează în domeniul jurnalismului global. Anume ele decid care evenimente sunt mai importante și pot avea în contextul unui material jurnalistic acel caracter de subiect global.

De asemenea, de menționat că actualul jurnalism, anume prin influență noilor tehnologii de comunicare, a globalizării rețelei, dar și în contextul noilor solicitări înaintate de publicul din mediul online, este un gen de activitate specific, datorită dispozitivelor digitale. Pe de o parte, este mult mai ușor să obții informații, să le prelucrezi și să le distribui, grație dimensiunilor minimalizate ale acestor dispozitive, dar pe de alta, ar trebui să dai dovadă de flexibilitate sporită, asiduitate și tendința de perfecționare privind aplicarea opțiunilor noilor tehnologii. Publicul are nevoie de informații actuale, importante, veridice. Din acest punct de vedere jurnalismul trebuie asociat cu produsul mediatic calitativ, acesta din urmă fiind garantul credibilității și aprecierii din partea publicului. În acest context, pentru crearea unor știri cu

caracter global, un prim pas ar fi consultarea informațiilor furnizate de agențiile internaționale de presă. Acestea au în structura lor un set de birouri regionale, distribuite în diverse zone geografice și la care sunt angajați echipe de corespondenți pentru a obține informația în formă brută, din teren. Ulterior aceasta este transmisă la sediul agenției de presă, prelucrată de către angajații din birouri și departamente, ale căror obiective sunt nu doar redactarea materialului, dar și readaptarea pentru mediul online și distribuirea lor către abonați.

De asemenea, datorită agențiilor de presă, fotografiile de actualitate ocupă un loc important în materialele elaborate și distribuite de instituțiile mediatice actuale. Zilnic, în acest mod sunt obținute și postate în mediul online milioane de fotografii de la diverse evenimente din întreaga lume. Este suficient doar de abilitate, experiență, nivel profesional corespunzător pentru ca informațiile sub formă de imagini foto să devină sursă primară, transmisă în doar câteva minute către alți colegi care vor prezenta aceste informații către publicul din țara în care activează. În mod similar sunt transmise de către agențiile de presă internaționale un flux de informații video utile pentru crearea materialului specific jurnalismului online.

În concluzie, analiza unor forme emergente de jurnalism permite delimitarea particularităților fiecăreia dintre aceste activități de colectare, prelucrare și distribuire a informațiilor. Rezultatele obținute au fost sistematizate și prezentate în următorul tabel:

Tabel 3.2. Caracteristici ale noilor forme de jurnalism

Noua formă de jurnalism	Particularități	Raportul cu jurnalismul clasic
<i>Jurnalismul online</i>	- Jurnalism nou, influențat de evoluția Internetului și tehnologiilor de comunicare; - Apărut sub impactul unor fenomene specifice (dezvoltarea societății informaționale, tabloidizarea presei); - Activitate de distribuire a materialelor jurnalistice online; - Se distinge prin: hipertextualitate, interactivitate, multimedia, sistem extins de genuri.	- Sunt respectate aceleași trei etape majore de realizare a materialului jurnalistice: 1) documentarea, 2) scrierea și redactarea, 3) distribuirea (difuzarea informației de interes public); - Este considerat „modificare calitativă” a jurnalismului clasic; - Diferă prin caracterul online al materialelor jurnalistice sau prezentarea unor versiuni electronice a celor din mass-media tradițională.

Data jurnalismul	- Obținerea de date; - Prelucrarea datelor existente; - Vizualizarea datelor; - Punerea în circulație a datelor de divers tip (statistice, scoruri, bilanțuri etc.); - Valorizarea datelor pentru prezentarea unor informații inedite; - Informarea publicului privind anumite realități, probleme; - Prezentarea și monitorizarea evoluției unor fenomene.	- Se bazează pe principiile jurnalismului clasic; - Se completează reciproc (jurnalismul clasic și data jurnalismul); - Este o manieră mai nouă, de prezentare a informației de interes public.
Jurnalismul de precizie	- Antrenarea în procesul documentării și elaborării textului jurnalistic a metodelor preluate de la științele sociale și din informații accesibile în internet.	- Îmbogățește jurnalismul clasic prin accentuarea procesării, gestionării și analizei științifice a informației (datelor).
Jurnalismul mobil – MoJo	- Vizează, de regulă, activitatea reporterilor; - Pentru crearea materialului sunt utilizate: tableta, smartphone-ul, camera portabilă; - Pentru consultarea surselor sau transmiterea materialului este necesară conexiunea la Internet prin telefonie mobilă sau cea wireless.	- Respectă principiile jurnalismului clasic; - Sunt respectate aceleași reguli de realizare a reportajului.
Jurnalismul interactiv	- Activitate desfășurată prin intermediul blogurilor; - Are la bază interacțiunea dintre public și jurnaliști; - Contribuie la comunicarea interactivă în mediul online; - Se obține feed-back imediat din partea publicului; - Tendință de aplicare a tehnicilor multimedia.	- Realizarea unor funcții de bază ale mass-media: informare, socializare, culturalizare etc. - Distribuie de informații către publicul larg; - Contribuie la promovarea jurnalismului clasic.
Jurnalismul cetățenesc	- Conlucrare dintre cetățeni și jurnaliști; - Participare la crearea și distribuirea informațiilor; - Utilizarea tehnologiei digitale pentru crearea materialelor; - Distribuirea informației prin intermediul rețelei globale; - Participare activă, prin comunicare, la viața comunității.	- Promovează ideea participării largi a audienței la crearea content-ului mediatic. - Respectă principiile jurnalismului clasic; - Contribuie la realizarea obiectivelor jurnalismului clasic; - Contribuie la realizarea funcției de informare și socializare ale mass-mediei.
Solo journalism / Backpack Journalism	- Personalizarea accentuată a discursului mediatic. - Accentul pe fata umană a evenimentelor. - Atenție specială acordată aspectelor dramatice ale realității	- Renunțarea la structuri organizatorice complexe și tehnologii costisitoare. - Contribuie la realizarea funcției de informare și socializare ale mass-mediei.

Long-read	- Abordarea unor probleme sociale de ordin major - Explorarea în profunzime și dezvăluirea complexă a subiectelor examinate - Tendința spre degajarea imersiunii audiențe.	- Multimedialitatea pronunțată a materialelor. - Contribuie la realizarea funcției de informare și socializare ale mass-mediei.
Jurnalismul global	- S-a dezvoltat datorită emergenței Internetului și a noilor tehnologii de comunicare. - Contribuie la integrarea publicului în societatea globală. - Promovează cu predilecție subiecte axate pe abordarea unor probleme majore (încălzirea globală, protecția mediului ambiant etc.). - Subiecte preluate de la agențiile de presă internaționale.	- Reflectă evoluția calitativă a jurnalismului clasic. - Respectă principiile și etapele de bază de elaborare a materialului jurnalistic.

Sursa: *Elaborat de autor*

Analiza comparativă a noilor forme de jurnalism contemporan oferă posibilitatea constatării faptului că acest gen de activitate este marcat în mod evident de apariția și dezvoltarea Internetului, precum și utilizarea noilor mijloace de comunicare în procesul de creare a produsului mediatic. Este evident că Internetul contribuie la dezvoltarea creativității în sfera mediatică, atât pe plan individual, cât și în cadrul instituțiilor media. De remarcat faptul că noile forme de jurnalism au fiecare particularitățile prin care se diferențiază și / sau converg în cadrul jurnalismului contemporan, dar ele sunt, în bună parte continuitate a jurnalismului clasic, evoluție calitativă a sa și, chiar în condițiile schimbărilor tehnologice, respectă aceleași principii de bază și etape de elaborare a materialului jurnalistic. Există de acum exemple relevante de includere în procesul de asimilare a noilor oportunități oferite de noile tehnologii informaționale, atât în România, dar și în Republica Moldova (cu inerente carențe și întârzieri). Oricum, tendințele observate și și semnele vizibile ale fenomenului atestă că avansarea îngemănării mediei și Internetului este iminentă.

3.3. Inovații actuale în sfera mediatică

Ritmul accentuat de creștere a audienței în Internet depășește semnificativ ritmurile similare audienței Radioului și Televiziunii la momentul extinderii acestora. Dacă, cu ceva timp în urmă, difuzarea informației adresate unui public numeros era supusă unei reglementări rigide, astăzi poate fi publicată o informație, o relatare, un articol în spațiul Internet la orice oră, într-un timp foarte scurt și cu costuri foarte mici.

Anumiți manageri din audiovizual încă mai susțin că Internetul, Radioteleviziunea și Telefonie mobilă sunt domenii separate, distincte, în timp ce, în realitate, ele alcătuiesc actualmente un singur univers video-audio-textual. Viitorul, așa cum se conturează tot mai pronunțat, este unificarea Radioului, Televiziunii și Internetului, și nu funcționarea lor distinctă, separată. În fond, ascultătorilor, telespectatorilor și utilizatorilor Internetului, în mod deosebit tinerilor, le este indiferent, dacă își iau conținutul informațional de la radio, televizor, calculator sau telefonul mobil.

Apariția și afirmarea în fața publicului a noilor media, dezvoltarea platformelor de socializare și a altor modalități și formate de producere și transmitere a informației, cum ar fi Facebook, Twitter, Iphone, Ipad, Google, „smart tv“ etc., îmbogățec permanent informarea publicului, modificându-l în esență, în raport cu cel al mass-mediei tradiționale. Pentru moment, se consideră că, în parte, materialele de pe Internet sunt preluate din presa scrisă, radio și televiziune. Internetul dispune, astfel, de o colecție de informații și rețele de socializare ca o nouă formă de comunicare.

Internetul furnizează o distribuție nelimitată: unde, cum și când doresc utilizatorii acestuia. În prezent, după gradul de utilizare, Internetul este urmat de nelipsitul și performantul telefon mobil. Aceasta înseamnă că programul de difuzare a emisiunilor devine mai puțin important, iar procentajul serviciilor la solicitarea consumatorului este mereu în creștere. Postura de utilizator al Internetului conferă tot mai mult persoanei un statut de subiect al fluxului comunicațional, marcat hotărât de afirmarea interactivității, suprimarea hotarelor dintre noțiunile de operator al informației și consumator al informației (spre deosebire de situația de acum câteva decenii, când mijloacele de comunicare de masă demonstau o evidentă programare/autoprogramare – fiind și impuse de regim – spre acțiune comunicațională desfășurată pe verticală, unidirecțională, ideologic autarhică). Ceea ce se observă azi în mediasfera Internetului reprezintă urmările procesului de explozie a degajării libertății de exprimare, survenite la începutul anilor nouăzeci ai secolului trecut și dezvoltării ei vertiginose în condițiile democratizării societății. Cu alte

cuvinte, apariția și afirmarea Internetului poate fi asemuită, într-un fel, cu o revoluție, atât de natură informațională, cât – și mai ales – socială.

Fenomenul implicării directe a membrilor societății în activitățile de ordin jurnalistic (manifestate în diferite forme și formate) este astăzi, în creștere accentuată, evidențiind tendința autoantrenării utilizatorilor de Internet în producția textelor, fie și specifice, cu tentă jurnalistică. Tendința aceasta este foarte pronunțată, specialiștii în materie atestând drept fapt evident că „numărul persoanelor care contribuie cu plasarea informațiilor pe Internet se extinde rapid” [218, p. 523], ritmul extraordinar de dezvoltare a prezenței cetățenilor în spațiul virtual în calitate de autori de relatări fiind argumentat prin cifre de-a dreptul uluitoare.

Schimbările recente din industria mass-mediei au determinat specialiștii în comunicare să identifice și să definească un concept în devenire – „jurnalism cetățenesc” [175; 110; 259] – semnalizând manifestările lui în activitatea online a userilor non-jurnaliști. De exemplu, în 2004, în timpul producerii unui tsunami devastator, generat de cutremurul produs în Oceanul Indian, cetățenii din zonă, atât localnici, cât și turiști, au transmis spontan informații și imaginile distrugerilor aduse în aceste regiuni. Jurnalele principale de știri au reușit să folosească aceste materiale pentru a arăta lumii ceea ce s-a întâmplat. Detaliile cutremurului din China din mai 2008 au fost relatate inițial pe Twitter și doar apoi au apărut în presă, la fel ca și transmiterea de către un alpinist român ce se afla în munții Himalaia a primelor informații cu privire la cutremurul din Nepal (25 aprilie 2015), ceea ce a fost o performanță deosebită în sistemul comunicațional.

Conceptul de „jurnalism cetățenesc” se referă la jurnalismul produs nu de profesioniști, ci de cei din afara mass-mediei instituționalizate. „Jurnaliștii-cetățeni” au, de obicei, puțină sau nicio calificare profesională, dar scriu și relatează în calitate de cetățeni, membri ai comunităților, activiști. Sunt producători media amatori, care se implică în procesul de colectare, raportare, analiză și diseminare a știrilor și informațiilor, ilustrând „fenomenul emergent al jurnalismului participativ” [277, p. 9], adică al noului tip de jurnalism, căruia i s-au atribuit, de altfel, și astfel de calificări, ca „public” [214; 258; 307], „democratic” [119], „accidental” [243, p. 378], circumscrise fâgașului de jurnalism „alternativ” [112; 113] cu nuanțările respective. „Jurnaliștii-cetățeni”, în accepția lui Jay Rosen, profesor de jurnalism de la Universitatea New York, sunt oamenii, cunoscuți anterior drept public, audiență, „care se aflau la capătul unui sistem media ce funcționa unidirecțional, și care azi folosesc instrumentele mediatice aflate în posesie pentru a se informa unul pe altul”. Explicația este aprofundată prin intermediul unei metafore: „Gândiți-vă la pasagerii corabiei care au primit-o în posesie. Cititorii scriitori. Spectatori care dețin camera de luat vederi. Ascultătorii atomizați anterior care, cu un efort

modest, se pot conecta unul cu altul și pot obține mijloace pentru a vorbi lumii, ca să zicem așa” [308].

Jurnalismul cetățenesc a devenit „un termen proeminent referitor la o varietate de practici de știri și raportare realizate printr-o serie de noi tehnologii digitale” [133, p. 704]. Este adevărat că termenul înregistrează în diferite circumstanțe interpretări diferite. Inițial, jurnalismul „public” a fost conceptualizat drept o modalitate pentru instituții media de a colabora cu publicul local în scopul depășirii deficiențelor jurnalismului tradițional și a fost văzut ca o oportunitate pentru asigurarea democratizării comunicării, vizând dezvoltarea parteneriatelor dintre profesioniști și „amatori”, fortificarea implicării cetățenilor în viața civică. Experții, de fapt, converg în opinia că, oricum, indiferent de perspectiva abordării, „revigorarea democrației rămâne obiectivul principal al jurnalismului cetățenesc” [144, p. 709].

Autorii care s-au consacrat evidențierii rolului jurnalismului cetățenesc în condițiile erei digitale raportează subiectul în cauză la o serie de factori care au favorizat dezvoltarea acestei „ramuri de jurnalism”, considerând importante astfel de caracteristici principale în producerea știirilor pe Internet ca: viteza și spațiul, multiplicitatea și poli-centralitatea, interactivitatea și participarea [171, p. 7]. Devenirea acestor caracteristici s-a datorat dezvoltării Internetului, ceea ce a făcut ca jurnalismul operat de cetățeni (amatori) să se afirme în cadrul industriei media. Progresul tehnologic a contribuit (ca niciodată până acum) la crearea multiplelor posibilități noi pentru cetățeni în vederea adevăratei participări în jurnalism.

Asistăm, în acest fel, prin tot mai amplă raportare a evenimentelor de către membrii audienței Internetului care-l utilizează pentru a difuza informația, la o transformare revoluționară a jurnalismului la etapa actuală. De menționat că lucrurile acestea au fost prevăzute de cercetători. Astfel, Brian McNair afirma acum două decenii că se conturează o proliferare a platformelor de știri, conectând ipoteza sa la ideea diversificării publicului, pe care nu-l mai vedea drept „o construcție unică, monolitică, definită de elitele metropolitane și aflată în serviciul ei” [205, p. 213], încurajând, respectiv, substituirea lui prin noțiunea „publicurilor multiple”, interconectate.

Drept rezultat, apare o revendicare majoră pentru jurnalismul online : să ofere audiențelor o viziune asupra lumii, care ar fi mai contextualizată și mai multidimensională, decât cea prezentată de media tradiționale. Conform autorului englez, în acest spațiu este mai dificil pentru jurnaliști să pretindă privilegii și să controleze (oricine ar fi) fluxurile informaționale – Internetul oferă un spațiu în care cititorii interesați pot verifica validitatea unei relatări de la eveniment în raport cu altă știre și chiar să acceseze sursele la care se face referire. Vocea (altădată – omnipotentă) a jurnalistului devine „diluată, iar distincțiile jurnalist-audiență – estompate” [202].

Indiscutabil, fenomenul emergent al jurnalismului cetățenesc nu trebuie nicidecum idealizat. El rămâne în continuare supus unor impedimente, vulnerabilități și provocări. Întemeiat pe spiritul activismului și mobilizării acest jurnalism nu are cum să fie dominat de neutralitate, să nu poarte amprenta unui oarecare dezechilibru. În cadrul lui se operează fără a ține cont de standarde și practici profesionale, și nu sunt deloc întâmplătoare acuzațiile aduse de reprezentanții tagmei jurnalistice profesioniste, „chiar dacă și fără sistematizarea dovezilor ce indică asupra subiectivismului, amatorismului, calității fluctuante a jurnalismului cetățenesc” [233]. Alte reproșuri țin de abuzurile pe care se întâmplă să și le permită „jurnaliștii-cetățeni”, de frecvența „știrilor false” (*fake news*) [42] sau inexacte, de dezamăgirea în fața incapacității autorilor de „user generated content” / „user created content” [261, p. 10] de a-și modera „potențialul politic radical” [200, p. 81].

Oricum, având în vedere că actuala epocă digitală va continua să evolueze, și argumente probante în acest sens sunt proliferarea platformelor de blog-uri gratuite, a site-urilor de social media și a tehnologiilor smartphone, reprezentând „o scenă pentru o nouă eră optimistă pe Internet” [313], am putea admite că jurnalismul cetățenesc a fost în cadrul discuțiilor dintre experții în Internet cuvântul definitoriu al timpurilor recente. Tocmai prin el „lumea jurnalismului post-modern a bătut la ușa jurnalismului tradițional” [234, p. 81]. Momentul în care s-a recunoscut apariția acestei forme de evoluție a jurnalismului a fost acela în care un articol postat pe un blog personal a ajuns să aibă mai multe vizualizări decât unul postat pe un site specializat de știri.

De remarcat, așadar, două trăsături esențiale care însoțesc dezvoltarea jurnalismului cetățenesc, manifestate tot mai frecvent și pronunțat: a) jurnalismul cetățenesc îmbogățește și totodată amplifică fenomenul mediatic; b) jurnalismul cetățenesc contribuie la dezvoltarea spiritului participativ în societate, determină consecvența proceselor de democratizare. Scopul acestei participări (specifice) rezidă în oferirea de informații independente, credibile, nefiltrate de vreo instanță și cuprinzând, în măsura posibilului, panorama vastă a realității, un spectru amplu al ei, deci, variate, relevante și semnificative (din punctul de vedere al autorului) – informații indispensabile funcționării unui sistem democratic. Astfel, pe lângă faptul că este o sursă de informare și educație, jurnalismul cetățenesc îi ajută pe membrii publicului să-și exprime opiniile și să le aducă la cunoștința audienței [182]. Numărul mare de bloguri comunitare, Twitter, Facebook și YouTube, cu avalanșa zilnică de postări pe Internet, servesc drept exemplu în acest sens.

Astăzi, o parte însemnată din rândul publicului deține echipamente, aparatajul electronic necesar și are abilități pentru a produce conținut audio-video de calitate. Tinerii, în mod deosebit,

doresc să fie implicați și chiar să dețină prioritate în acest domeniu. Ei sunt creatori, producători, comisionari și difuzori. Publicul din consumator se transformă și în producător media, contribuind, mai mult sau mai puțin, la forma și efectul declanșat de produse mediatice. Este explicabilă, în această ordine de idei, inventarea termenului „produser” [129], consacrand îngemănarea, unirea într-un actor a producătorului media produselor și a user-ului, utilizatorului acestora. Ușurința cu care noile tehnologii ale informației și comunicării sunt mânuite de, practic, orice persoană, dă posibilitatea formării deprinderilor și aptitudinilor suficiente și necesare utilizării acestora de către toți cei interesați.

La scară globală, jurnaliștii de profesie nu pot fi întotdeauna prezenți în locul în care se întâmplă un eveniment. De exemplu, într-o locație greu accesibilă are loc un accident aviatic în care se produc imense pagube materiale și mor zeci de oameni. Ca să ajungă la fața locului, jurnaliștilor le-ar lua mult timp, probabil, ore. Să presupunem că în momentul accidentului un turist era în apropiere, avea o cameră video și a filmat tragicul eveniment. Astfel, el poate deveni o sursă cheie pentru jurnaliști. A fost la fața locului și a văzut ce s-a întâmplat. În acel moment, turistul are mai multe opțiuni: poate da înregistrarea la televiziuni, site-urilor specializate, ziarelor pentru edițiile online. De asemenea, poate intra în direct prin telefon într-un jurnal de știri, poate să posteze pe blogul personal înregistrarea și întreaga desfășurare a evenimentului, sau poate apela la alte opțiuni, cum ar fi: să dea un mesaj pe Twitter, să introducă filmul pe YouTube etc. Orice demersuri cu finalitate de mediatizare, întreprinse de cetățeanul-martor, pe lângă cele enumerate anterior, apar circumscrise jurnalismului cetățenesc. Există, deci, șanse, ca oriunde în lume (ținând cont de numărul de mijloace tehnice accesibile în prezent) să fie o persoană care să poată relata, fotografia, filma sau înregistra orice eveniment și să-l transmită în (sau aproape) în timp real. Instituțiile mass-mediei nu mai dețin monopolul știrilor. Principalul merit al „jurnaliștilor amatori” este, de fapt, că aceștia produc într-un ritm alert informații pe care de cele mai multe ori, din motive întemeiate și bine justificate, jurnaliștii profesioniști nu au cum să le producă.

Evoluția rapidă a tehnologiei a transformat rădăcină logică și practică tradițională a producției și distribuției de conținut jurnalistic. Acum multe persoane pot deține informații pe care le consideră valoroase și să le distribuie unui public numeros și interesat, fie că prin intermediul blog-ului personal, pe o rețea socială sau direct pe platformele de comunicare. Multe și importante companii din domeniul mediatice au conștientizat oportunitatea participării „jurnaliștilor de ocazie”, care „aplică rutinele jurnalistice” [197, p. 1177], și au creat cu ajutorul tehnologiei new media platforme specializate prin care utilizatorii pot contribui cu conținut, constituind o veritabilă resursă jurnalistică suplimentară, cum ar fi: *CBSEyeMobile* (CBS),

uReport (Fox News), *Your news* (BBC), *iReport* (CNN), *Sharek* (Al Jazeera), *Gardian Witness* (The Guardian), *Reporters* (France 24) etc. Pe aceleași principii, au fost create și platformele independente, fără raportare la grupurile media tradiționale, prin care „jurnaliștii amatori” pot să-și publice conținutul informațional (*Citizen News – YouTube*, *NowPublic*, *Helium*, *Bleacher Report*, *Cell Journalist*, *OhMyNews*, *AllVoices*, *Demotix*, etc.). Fenomene similare, de stimulare a antrenării media activiștilor, a „jurnaliștilor cetățeni” în activitatea platformelor specializate de informare a fost înregistrată și în spațiul informațional românesc [2].

Este adevărat, lipsa de experiență profesională poate împiedica estimarea valorii sociale a unui eveniment, atitudinea subiectivă poate să primeze în raport cu esența celor relatate, plauzibilitatea acestor știri nu întotdeauna poate fi verificată, însă ele se bucură de un real interes, în special, datorită exclusivității pe care o întruchipează.

Deși unii jurnaliști profesioniști critică jurnalismul cetățenesc, și o fac din motive întemeiate, este important de reținut că cele două tipuri de jurnalism – profesionist și cetățenesc – susțin o relație de colaborare, care poate fi calificată drept una de perspectivă. Nu se cuvine a le contrapune, ca și în cazul când se afirmă categoric: „jurnalismul și așa-numitul jurnalism cetățenesc sunt complet diferite unul de celălalt” [144, p. 715]. Dimpotrivă, se merită a le găsi și a le dezvolta punctele de tangență. După cum arată experiența, Twitter-ul, platformele video, platformele foto direcționează jurnalismul cetățenesc către o nouă dimensiune, cea a jurnalismului, am putea spune, „colectiv”, în care persoanele care dețin tehnologii, pe de o parte, și abilități și competențe jurnalistice, pe de altă parte, pot contribui la construirea tabloului realității. Specialiștii remarcă, în această ordine de idei : „jurnalismul tradițional urmărește mai mult aspectul exterior. Jurnalismul cetățenesc privește în interior. Pentru a obține o istorie completă, ne-ar ajuta să avem ambele puncte de vedere” [164, p. 83].

În acest sens, jurnalismul cetățenesc îmbogățește, ajută și secundează jurnalismul profesionist în procesul îndeplinirii misiunii care-i revine (și viceversa), și reprezintă, într-un fel, valoarea adăugată a jurnalismului contemporan. Iar așa-numita „concurență” dintre aceste două tipuri de jurnalism nu este decât una convențională și, în definitiv, lucrează la perfecționarea sau cel puțin îmbunătățirea calității în sfera mediatică.

Instituțiile audiovizuale care produc și distribuie produsele mediatice pot (și este tot mai necesar) să beneficieze de pe urma serviciilor și posibilităților jurnalismului cetățenesc, de pe urma diverselor cunoștințe și experiențe implicate în aceste domenii. Conținutul variat al produselor, din surse diferite, adaptat multiplelor platforme comportă o mai bună relatare în timp real și duce la o audiență sporită.

Fenomenul jurnalismului cetățenesc trebuie examinat în contextul general al transformărilor sistemului mediatic actual, manifestării tendințelor emergente, afirmării de paradigme noi [47]. Una din aceste paradigme ține de figura jurnalistului, de exigențele contemporane față de el. „În condițiile expansiunii fără precedent a ziarelor și revistelor din perioada postcomunistă, respectiv postdecembristă, din România, nota acad. Constantin Gh. Marinescu – am asistat și la apariția unei cohorte de gazetari cu și fără pregătire de specialitate în presa locală și centrală. Pe lângă ziaristi de profesie, s-au alăturat noilor publicații intelectuali bine pregătiți, dar și foarte mulți diletanți, având o cultură superficială, pragmatică, limitată, sau aflați sub influențe ideologice, doctrinare, fără rezonanță în conștiința publică” [36, p. 287].

Andrei Pleșu, la Simpozionul Național de Jurnalism de la Cluj-Napoca (19 octombrie 2012), afirma printre altele: „Cred ca acum jurnalismul este meseria cea mai lipsită de contur din România. Mă uit la emisiuni și în loc să dau de jurnaliști dau de militanți, mă duc să dau de informații și găsesc partizanat. Profesia glisează spre politic. În loc să se înscrie în partid, jurnaliștii vin la TV și fac emisiuni de propagandă. E un mare pericol al gazetăriei. Se alunecă spre un statut ce nu e al gazetarului, ci al agitatorului” [288].

Atunci când jurnalismului profesionist i se aduc astfel de reproșuri, este firesc ca jurnalismul cetățenesc să fie în vizorul societății, să încerce să se dezvolte, și chiar să repare, acolo unde poate, deficiențele mediei tradiționale.

În condițiile în care cetățeanul cu abilități face jurnalism și jurnaliștii sunt depășiți numeric de utilizatorii Internetului, care mai sunt atribuțiile jurnalistului propriu-zis? În aceste condiții profesionistul trebuie să investigheze în primul rând tematica propusă de public, să verifice autenticitatea, să stabilească prioritățile, să ierarhizeze materialele realizate de cetățeni și să le facă apte de difuzare. În acest sens, jurnalistul are obligația să comunice cu furnizorul de servicii și să ceară detalii: de unde provin imaginile; la ce oră au fost captate; unde era furnizorul; unde este acum; ce a văzut efectiv în derularea evenimentului semnalat etc. În același timp, trebuie să determine calitatea imaginilor și dacă acestea sunt plauzibile, dacă puteau fi înregistrate, captate de o singură persoană, dacă nu au fost prelucrate în Photoshop, pentru a evita posibilele falsuri.

Jurnalistul trebuie să supravegheze ca imaginile primite să nu atenteze la viața privată sau la decența publică întrucât ne întâlnim cu insulta, calomnia, hărțuirea și amenințarea pe Internet. El trebuie să obțină acordul celor care trebuie să-l dea în cazurile ce impun acest aspect. De asemenea, trebuie să specifice în mod expres de unde provin imaginile și care este sursa informațiilor deținute.

Jurnalistul specializat ce interacționează cu actorii sociali dintr-un anumit domeniu, devine persoana indicată din sfera comunicării, recomandată de a evalua și a prezenta un eveniment, de

a face analiză și chiar de a prezenta pronosticuri referitoare la impactul acestuia, în acest fel, acesta va câștiga reputație și imaginea de profesionist, apreciat de către publicul-țintă, dar și de către colegii de breaslă pentru competența manifestată.

Pentru a fi eficient și a se plasa în avangarda progresului social, ziaristul de azi trebuie să fie în pas cu vremea, cu revoluția informațională multidisciplinară și multivalentă, trebuie să aibă o viziune novatoare, constructivă și stimulativă în susținerea proiectelor de dezvoltare a economiei, a civilizației și culturii naționale. Astfel, publicul va avea încredere în corectitudinea jurnalistului și în publicația pe care o reprezintă.

Un argument în favoarea valabilității celor expuse mai sus reprezintă și rezultatele unei anchete, desfășurate printre exponenții mediului jurnalistic profesionist, având drept scop precizarea atitudinii operatorilor mediei față de funcționalitatea mijloacelor de comunicare în masă în condițiile noi, determinate de expansiunea Internetului, cunoașterea posibilităților influenței Internetului asupra jurnalismului actual. A fost întocmit un chestionar cu șapte întrebări din care să rezulte modalități de utilizare a Internetului în procesul mediatic contemporan, cât și de estimare a posibilităților pe care le oferă mediul online în activitatea curentă a unui jurnalist profesionist.

În general, întrebările formulate de autorul tezei s-au referit la determinarea modului de utilizare a surselor de informare în activitatea de jurnalist, stabilirea influenței Internetului asupra reflectării mediatice a realității, gradul de aplicare a normelor legislative privind drepturile de autor în mediul online, practicarea trimiterii informații către cel puțin una dintre multiplele platforme online aferente componentelor mass media și consemnarea problemelor ce s-au confruntat în activitatea de documentare a jurnaliștilor profesioniști.

Una dintre întrebări solicita să se precizeze pe o scală de la 1 la 5 locul pe care îl ocupă Internetul în alegerea subiectelor pentru realizarea știrilor, urmată de o întrebare tip grilă prin care să se specifice ordinea efectelor benefice ale Internetului asupra calității activității în domeniul comunicării și jurnalismului actual.

În total au fost completate 40 de chestionare dintre care douăzeci în Republica Moldova și douăzeci în România. De menționat că cele din România au o arie de acoperire geografică mare, în sensul că au fost completate de jurnaliști din București, Galați, Bacău, Tecuci, Bârlad și Iași.

Întrebările din chestionar au fost adresate în aceeași măsură jurnaliștilor care activează în diferite tipuri de instituții media, cum ar fi: televiziune, radio, presa tradițională și online.

Persoanele care au completat chestionarul au fost de ambele sexe, cuprinse cu vârste între 23 și 69 de ani, angajate în prezent în instituțiile media sau jurnaliști colaboratori, în sensul că își continuă activitatea după pensionare.

Reliefăm mai întâi faptul că la întrebarea referitoare la necesitatea existenței unei legislații privind drepturile de autor în jurnalismul online, răspunsul a fost în unison „Da”.

Aspecte referitoare la legislația privind mediul virtual în Uniunea Europeană și statele naționale au fost prezentate pe larg în cadrul tezei, iar exemple concludente și concluzii au fost reflectate într-un șir de publicații ale autorului tezei [63; 65; 67; 68].

Răspunsuri diferențiate de la foarte important la satisfăcător au fost menționate la întrebarea privind locul Internetului în alegerea subiectelor pentru realizarea știrilor și a documentării. La această întrebare răspunsurile preponderente au fost „important” și „foarte important”.

Din analiza chestionarelor rezultă și faptul că nu toți jurnaliștii practică trimiterea de informații către platformele online ale instituțiilor media sau pe rețelele de socializare, câțiva o practică, deși foarte rar, iar dintre aceștia au declarat că s-au confruntat cu prea puține probleme create de mediul online privind activitatea de documentare.

Din sursele menționate au fost selecționate cele cu o rată de folosire mai intensă, cum ar fi: comunicatele de presă emise de către Instituțiile administrației centrale și locale, portalurile din domeniul legislativ, juridic etc.; declarațiile conducătorilor care asigură funcționarea instituțiilor fundamentale ale statului precum și ale purtătorilor de cuvânt din domeniile vizate; agențiile de știri; buletinele de știri radio-tv sau presa scrisă și online; rețele de socializare și blogurile și paginile de Internet ale personalităților; corespondența cu jurnaliștii colaboratori; deplasarea la evenimente cultural-artistice, științifice, sportive etc.; investigații jurnalistice. Însă poate fi menționată și sursa care a figurat în răspunsuri și care nu are legătură directă cu Internetul, și anume: discuția directă cu persoane implicate sau au responsabilități în domeniul vizat.

Răspunsuri vizând cazuri de fake news, dezinformare sau publicitate excesivă, care afectează calitatea producției artistice sau informaționale, au fost menționate ca probleme cu care se confruntă media în spațiul online.

Ca efecte benefice ale Internetului asupra calității activității în domeniul comunicării și al jurnalismului actual în răspunsuri au predominat afirmațiile care menționează că Internetul asigură viteza informației și că acesta sporește gradul de interacțiune dintre jurnaliști și cititori.

Pot fi relevate și câteva aspecte privind alte opinii care au rezultat în urma analizei efectuate asupra chestionarelor avute la dispoziție din care rezultă că o preocupare sporită trebuie

acordată modalităților de reflectare mediatică a realității, și că devine o necesitate ca jurnaliștii să reflecteze cu mare atenție asupra surselor neverificabile.

S-a insistat asupra faptului că, deși consultarea Internetului a devenit modalitatea cea mai comodă de a căuta informația, în nicio situație Internetul nu trebuie să fie singura sursă de informare, din această practică, în viziunea celor intervievați, va rezulta un jurnalism de slabă calitate.

O constatare relevantă a fost aceea că prin intermediul Internetului se poate face comparație a modului de abordare preferat de alți jurnaliști profesioniști, pentru că această experiență poate ajuta la o înțelegere mai bună a fenomenelor sau evenimentelor petrecute sau în derulare.

În concluzie, referitor la ancheta întreprinsă, afirmăm că cercetarea efectuată cu ajutorul chestionarului și-a atins scopul, răspunsurile au fost formulate în procent majoritar de persoane cu experiență bogată în domeniul jurnalismului și, în definitiv, pot contribui la îmbunătățirea activității în redacțiile tuturor componentelor mass mediei.

Deci, multiplicarea platformelor de distribuție a conținutului audio-video (radio, televiziune, internet, telefonie mobilă) generează tot mai multe solicitări de conținut, mai ales la cerere din partea publicului, de unde și necesitatea flexibilizării producției. În acest fel, în societatea contemporană, jurnalismul, în particular, jurnalismul cetățenesc devine o metodă eficientă de implicare benefică în viața comunității, din mai multe motive, așa cum a fost arătat mai sus.

Piața și peisajul publicistic de astăzi ne confirmă că jurnalismul făcut de jurnaliști profesioniști nu are cum să dispară, ci mai degrabă are nevoie să se adapteze la realitățile și tendințele societății globalizate și condițiile create de era informațională, pentru a asigura continuitate jurnalismului clasic. Fiecare tip de jurnalism are de confruntat propriile provocări, așa cum arată specialiștii: mediile tradiționale, cu versiunile digitale, au avantajul mărcii deja cunoscute, construite offline. Mediile noi, născute direct în era digitală, trebuie să-și construiască această reputație [285]. Dar nu numai reputația, ci și experiența imensă, valorile acumulate de jurnalismul clasic, tradițional nu vor putea fi ignorate de tendințele mondialiste ale presei contemporane, naționale și internaționale. Cel mult, ele vor coexista, se vor confrunta, dar în niciun caz nu vom asista la sucombarea unei instituții multiseculare cum este presa tipărită.

Este benefic și imperios necesar să se procedeze la formularea, definirea, selectarea unor căi și mijloace, metode general valabile, susceptibile de a determina unele mutații calitative în exercitarea profesiei de ziarist, în lumina experienței naționale și universale, de ieri și de azi, constituită de aportul unor ziariști de clasă din această nobilă profesiune.

3.4. Concluzii la Capitolulul 3

1. Comunicarea contemporană în spațiul virtual este marcată de o certă continuitate și, totodată, de o continuă inovare. Acest lucru se referă în egală măsură și la itinerarul parcurs în ultimele decenii de jurnalism.
2. Practicile Internetului raportate la practicile jurnalismului demonstrează o influență covârșitoare a acestuia asupra caracterului de concepere, producere, difuzare și receptare a informației.
3. Invazia Internetului în sfera mediatică și deschiderea acesteia pentru integrare reciprocă a determinat nu doar atribuirea Internetului rolului de catalizator al dezvoltării mediei în ansamblu, dar și ca un stimul în apariția noilor forme de jurnalism.
4. Împreună cu alte forme (jurnalism online, jurnalism cetățenesc, jurnalismul participativ, data jurnalismul, jurnalismul global, jurnalismul mobil-MoJo ș. a.) ascensiunea jurnalismului cetățenesc este expresia reflecției inovațiilor actuale în sfera mediatică, cât și a interacțiunii dintre presa tradițională și jurnalismul online în contextul mediatic contemporan.
5. Transformările ce au loc cu rapiditate în domeniul tehnologiei informaționale reprezintă noi provocări pentru operatorii din mass-media, ce vizează în primul rând calitatea jurnalismului și problema supraviețuirii profesiei pornind de la ideea impactului social și rolului major al jurnalismului în societatea actuală, contribuind tranșant la modificarea comunicării mediatice contemporane.
6. Existența impactului Internetului și a noilor mijloace de comunicare în masă demonstrează că noile media sunt deja parte bine conturată a societății informaționale, caracterizată prin progres, supraabundență și suprasolicitare a informației, evoluție strict legată de dezvoltarea într-un ritm vertiginos a noilor tehnologii informaționale.

CONCLUZII GENERALE

În urma cercetării efectuate, au fost formulate o serie de **concluzii**:

1. Ascensiunea uluitoare a tehnologiilor informaționale pe parcursul ultimelor decenii și afirmarea spectaculoasă a Internetului au determinat apariția unei adevărate avalanșe de studii în mediul academic, dedicate problematicii în cauză. Cercetările întreprinse abordează multiple aspecte ale schimbărilor masive produse de evoluția Internetului. De o importanță aparte în acest context sunt studiile ce plasează în vizorul lor evoluția comunicării mediatice, situația mass-mediei actuale în fața implacabilelor transformări, determinate de proliferarea noilor tehnologii informaționale și configurarea unui nou spațiu informațional-comunicațional [47; 60].

2. Utilizarea Internetului s-a răspândit pe scară largă atât în Uniunea Europeană (UE) cât și pe plan mondial. Peste două treimi din populație utilizează Internetul zilnic în UE. Din această cauză, Uniunea Europeană trebuie să facă față multor provocări tehnice, cum ar fi furnizarea unui mare număr de adrese virtuale, capacități de stocare și de transfer, precum și elaborarea unor standarde tehnologice pe întreg teritoriul său, care să asigure interoperabilitatea, protejarea vieții private online sau accesibilitatea. Procesele comunicaționale în aceste circumstanțe, obțin noi și inedite nuanțe, adăugând valențe noi comunicării mediatice propriu-zise. Ca fenomen nou, rețelele de socializare devin extrem de importante, atât pentru utilizatorii individuali, cât și din punct de vedere social. Instrumente de socializare sunt la îndemâna oricui cce deține abilități standard de operare a calculatorului. Institutele de statistică din Occident avertizează că în deceniul actual, nivelul de instruire și de cultură clasică al noilor generații va scădea dramatic din cauza utilizării abuzive a Internetului [61].

3. Pe lângă beneficiile pe care le aduce în societatea contemporană Internetul, se manifestă tot mai pronunțat și pericolele pe care le comportă: o serie întreagă de riscuri și probleme legate de securitatea mediului informațional, lansarea unor informații nocive, tendențioase. Analizele realizate la nivelul organismelor europene privind trendul delincvenței definesc criminalitatea informatică ca o ramură importantă a crimei organizate la nivelul țărilor UE [67; 68]. În prezent, există mai multe prevederi legale în vigoare, cuprinse în legi speciale, care reglementează diferite fapte/situații în legătură cu sistemele informatice ori societatea informațională în ansamblul ei. Din analiza dispozițiilor cu caracter penal se poate trage concluzia că există un cadru legal coerent și conform cu ultimele dispoziții internaționale în

domeniu. Se poate realiza, prin mijloacele existente, o protecție efectivă a valorilor sociale din acest domeniu, obținându-se prevenția generală a săvârșirii de infracțiuni cibernetice și protecția utilizatorilor Internetului în raport cu activitățile reprobabile – tot mai numeroase și agresive din plan intern și extern, ce aduc numeroase prejudicii [62].

Examinarea particularităților jurnalismului contemporan, urmărirea dinamicii dezvoltării acestui fenomen oferă posibilitatea conturării unui tablou multivalent al mediilor în continuă schimbare, în condițiile progresului informațional și formării noii realități mediatice. Avansarea noilor tehnologii informaționale a comportat apariția de noi forme de jurnalism, care sunt rezultatul impactului rețelelor globale și demonstrează că Internetul are un impact tot mai pregnant, asupra sistemului social, economic, mediatice și contribuie la modificarea jurnalismului contemporan.

4. Evoluțiile tehnologice din Era digitală, respectiv, din mass-media virtuală atestă deja posibilitatea apariției de noi domenii de activitate legate în primul rând de caracterul dual al Internetului, identificat, în primul rând, drept sursă de obținere a informației și, totodată, drept oportunitate de difuzare a informației ce servește ca premisă pentru dezvoltarea lui într-un ritm accelerat.

5. Internetul ca latură specifică a globalizării va beneficia constant de noi performanțe tehnologice ceea ce va face ca rețelele de lucru între jurnaliști să dispună de noi punți atât în diseminarea informațiilor, cât și în construirea de noi relații dinamice cu audiența sa.

6. Calea în ascensune pe care o parcurge actuala comunicare mediatice se dovedește a fi intrinsec legată de dezvoltarea tehnologiilor informaționale, determinând afirmarea unor noi modalități de reflectare a realității, ritmul și conținutul transformărilor sferei mediatice.

Rezultatele cercetării au comportat confirmarea ipotezei / ipotezelor prealabile și au determinat soluționarea **problemei științifice** – elucidarea impactului produs de Internet asupra comunicării mediatice contemporane, oferind posibilitatea prezentării unui tablou actualizat al stării de fapt a comunicării mediatice în contextul transformărilor impuse de ascensiunea tehnologiilor informaționale.

RECOMANDĂRI

De ordin general:

1. Instituțiile mediatice, ONG-urile din domeniu ar trebui să țină cont de circumstanțe în schimbare, adaptându-și mesajele și stăruind asupra educației noii culturi mediatice în societate: apariția mediului virtual și a tehnologiilor aferente au schimbat ireversibil viața de zi cu zi a oamenilor, comunicarea, capacitatea de înțelegere a lucrurilor și fenomenelor, posibilitățile de dezvoltare și exprimare. Este evident că societatea trebuie să depună în continuare un efort considerabil ca să răspundă la dezvoltarea tehnologiei în ritm accelerat prin adaptare adecvată, prin încercarea de a conștientiza și a înțelege tendințele de realizare a comunicării în spațiul virtual.

2. Instituțiile din domeniul educației, inclusiv, Ministerul Educației și Cercetării, ar trebui să întreprindă acțiuni concrete, orientate spre pregătirea audienței pentru receptarea mesajelor provenite din spațiul virtual: înțelegerea și cunoașterea riscurilor din mediul online constituie cel mai important pas în evitarea și contracararea lor. Păstrarea siguranței în mediul online a devenit o obligativitate pentru dezvoltarea optimă a copiilor. Respectiv, este necesar ca activitatea educațională din școli să valorifice programe utile, asociate problemelor Internetului. Și părinții trebuie să fie, la fel, conștientizați și responsabilizați (prin lecții, seminare, cursuri) pentru activitatea online a copiilor.

De ordin normativ:

3. Elaborarea politicilor și legilor (Ministerul Justiției) trebuie efectuată în contextul unui efort susținut care trebuie întreprins în vederea creării cadrului legislativ specific societății informaționale, bazate pe cunoașterea și asigurarea compatibilității legislației internaționale, în vederea prevenirii și sancționării stărilor infracționale. Se impune o reformă de amploare, cu modificări specifice ale structurii Codului Penal, iar în ceea ce privește criminalitatea informatică, în noua legislație este necesar să se regăsească referiri la delikte contra datelor și sistemelor informatice.

De ordin instituțional:

4. Politicile editoriale ale instituțiilor mediatice ar trebui să țină cont de repere definitorii, corelate cu reglementările de ordin legal, date științifice, prevederi deontologice, pentru eficientizarea activității acestora.

5. Dezvoltarea adecvată a jurnalismului online / Internet jurnalismului poate fi coordonată de un Comitet, inițiat pe lângă Consiliul Presei și CA.

6. Devine necesară atragerea atenției comunității jurnalistice asupra oportunității de a „legaliza” profesia de jurnalist–Internet, alcătuirea cadrului ei de referință, incluzând multitudinea dinamică de drepturi și îndatoriri funcționale respective, reflectată și în Cadrul Național al Calificărilor.

7. Este nevoie de organizarea instruirii și formării continue a jurnaliștilor (prin cursuri, traininguri, mese rotunde) pentru formarea competențelor și abilităților profesionale, racordate la dinamica tehnologiilor informaționale, corelate cu cerințele timpului.

8. În Programele de studii de nivel liceal și universitar trebuie să fie introduse teme adecvate cu aspecte referitoare la efectele nocive pe care le poate avea Internetul asupra studenților, tineretului și care pot afecta grav procesul de educație.

9. Este necesară continuarea și aprofundarea cercetărilor în domeniul activității mediatice în spațiul virtual, inclusiv, a jurnalismului cetățenesc, privind contribuția noilor forme de jurnalism la dezvoltarea comunicării mediatice și aducerii în prim plan a unor evenimente pe care astăzi jurnaliștii profesioniști nu o pot realiza. Pe plan teoretic, studiile pot servi ca punct de reper pentru elaborări științifice noi, în domeniile subiectelor care vizează Internetul, jurnalismul, în general, și presa online, în particular, pentru o valorificare mai bună a oportunităților oferite de noile tehnologii informaționale.

BIBLIOGRAFIE

În limba română

1. AGNÈS, Yves. *Introducere în jurnalism*. – Iași: Polirom, 2011. 440 p. ISBN 978-973-46-1949-8.
2. ALDEA, Adina, BILAȘEVSCI, Maria. *Democratizarea mass-media prin intermediul jurnalismului cetățesc*. În: *Sfera politicii*, 2011, N 155, pp. 14-19. ISSN 1221-6720.
3. BALABAN, Delia Cristina. *Direcții de dezvoltare în știința comunicării*. În: *Revista transilvană de știința comunicării*, 2005, N 1, pp. 7-18. ISSN 1841-8716.
4. BALTAG, Dumitru, ROBEA, Mariana. *Valorile juridice în fața provocărilor globalizării*. În: *Redimensionarea valorilor democratice în condițiile societății informaționale*. Materialele Conferinței științifice. Chișinău, 7-8 decembrie 2017. Chisinau: USM, 2018, pp. 171-180. ISBN 978-9975-3178-4-9.
5. BECIU, Camelia. *New media și reconfigurarea sferei televizuale. Construcția mediatică a publicului activ*. În: *Revista Română de Sociologie*, serie nouă, 2010, anul XXI, N 5–6, pp. 468–490. ISSN 1224-9262.
6. BERTRAND, Claude-Jean. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. – Iași: Polirom, 2001. 264 p. ISBN 973-683-677-0
7. BURTIC, Daniel. *Inovare și transformare în industria media*. București: Editura economică, 2018. 224 p. ISBN 978-973-709-869-6.
8. BOUDON, Raymond, BERNARD, Philippe et al. (coord.). *Dicționar de sociologie*. București: Univers Enciclopedic Gold, 2009. 296 p. ISBN 978-606-92159-3-7.
9. BULICANU, Victoria. *Europenizarea presei moldovenești din perspectiva tehnologiilor informaționale utilizate*. În: *Intertext*. Ediție specială, 2016, pp. 300-304. ISSN 1857-3711.
10. *Cu privire la aprobarea Planului Individual de Acțiuni al Parteneriatului Republica Moldova – NATO actualizat*. Hotărârea Guvernului N 746 din 18 august 2010. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 892 din 14 septembrie 2010.
11. DEFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorii ale comunicării de masă*. Iași: Polirom, 1999. 368 p. ISBN 973-683-134-5.
12. DINU, Marin. *Economie și globalizare*. În: *Economie*, Ediția a VIII-a, Editura Economică, 2009, București, pp. 347-364. – ISBN 978-973-709-456-8.
13. DOBRESU, Paul, BĂRGĂOANU, Alina. *Mass media și societatea*. București: Editura SNSPA, 2001. 202 p. ISBN 973-85205-2-5.
14. DRĂGĂNESCU, Mihai. *Societatea informațională și a cunoașterii. Vectorii societății cunoașterii*. În: Filip, Florin Gh. (coord.). *Societatea Informațională – Societatea Cunoașterii. Concepte, soluții și strategii pentru România*. Acad. Romana. Secția de Știința și Tehnologia Informației. Centrul pentru Cercetări Avansate în Învățarea Automată, Prelucrarea Limbajului Natural și Modelare Conceptuală. București: Editura Expert, 2001, pp. 43-112. – 541 p. ISBN 973-8177-42-1-119.
15. DUMBRĂVEANU, Andrei. *Societatea comunicării: de la post-adevăr la redundanță informațională*. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2019, N 2, pp. 170-177. ISSN 1857-2294.
16. DUMITRU, Horațiu Dan. *Probleme juridice privind conținuturile negative din Internet*. În: *Pandectele Române*, 2003, N 3, pp. 224-239. ISSN 2286-0576.
17. DUȘA, Adrian. *Elemente de analiză comparativă*. București: Tritonic, 2014. 228 p. ISBN 978-606-749-004-6.
18. GHINEA, Cristian, GANEA, Oana, GAMURARI, Ludmila, GANEA, Liana. *Pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova: între oportunitate și realitate / Raport*. – Chișinău: Arc, 2014. – 52 p. ISBN 978-9975-816-8.

19. GUGULAN, Maria. *Jurnalismul convergent ca fenomen mediatic: particularități și tendințe*: autoref. tz. dr. în științe ale comunicării. Chișinău: USM, 2021. 34 p.
20. GUȚU, Dorina (Coord.). *Bloguri, Facebook și politică*. București: Tritonic, 2009. 208 p. ISBN 978-973-733-403-9.
21. GUȚU, Dorina. *New media*. Ed. a 2-a. București: Tritonic, 2007. 229 p. ISBN 978-9737332752.
22. GUZUN, Mihail. Mass-media în perioada de tranziție: oportunități axiologice. In: *Moldoscopie*, 2015, nr. 3 (70), pp. 98-106. ISSN 1812-2566.
23. HERMEZIU, Cristina. Mobile Journalism – despre gramatica lumii de azi. În: *Dilema veche*, 2017, nr. 691. ISSN 1584-1669.
24. *Interacțiunea Jurnaliștilor cu rețelele de socializare și alte resurse online*. Ghid de bune practici jurnalistice. Chișinău: Consiliul de Presă din Republica Moldova, 2014. 18 p.
25. *Internet*. Iași: Polirom, 2021. 240 p. ISBN 978-973-46-8418-2.
26. IRETON, Cheryl, POSETTI, Julie. *Jurnalism, „Fake News” și Dezinformare*. Manual pentru educația media și învățământul jurnalistice. București: UNESCO/Universitatea din București, 2021. 141 p. ISBN 978-92-3-000134-6.
27. *Jurnalismul de investigație*: Manual. Chișinău: Transparency International Moldova, 2008. – 236 p. ISBN 978-9975-80-188-1.
28. LESCU, Mihai. Jurnalismul sportiv din Republica Moldova în primii ani ai democratizării. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*. 2018, nr. 1 (176), 2018, pp. 192-198. ISSN 1975-2294.
29. LESCU, Mihai. Securitatea informațională a Republicii Moldova în contextul proceselor geopolitice actuale. In: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*. 2020, nr. 2, pp. 87-103. ISSN 1857-2294.
30. LESCU, Mihai. Viziunea globalizantă a mass-mediei. În: *Creativitate în jurnalism*: conferință științifică națională, 23 februarie 2018. – Chișinău: CEP USM, 2018, pp. 75-84. ISBN 978-9975-142-34-2.
31. LESENCIUC, Adrian. *Teorii ale comunicării*. – Ed. a 2-a, reviz. – Brașov: Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, 2017. 306 p. ISBN 978-606-8356-46-4.
32. MARIAN, Mihai-Bogdan. Revoluțiile Postmodernității – de la manipularea rețelelor virtuale de socializare, la noua gherilă urbană. In: *Punctul critic* (București), 2016, nr. 3 (17), pp. 23-27. ISSN 2068-8989.
33. MARIN, Constantin. Spațiul public și comunicarea mediatică în Moldova. In: *Moldoscopie*. 2000, nr. 1 (13), pp. 114-125. ISSN 1812-2566.
34. MARIN, Constantin. *Comunicarea internațională*. Chișinău: CEP USM, 2017. 369 p. ISBN 978-9975-71-922-3.
35. MARIN, Constantin. *Mass-media în postcomunism*. Chișinău: CEP USM, 2021. 344 p. ISBN 978-9975-158-75-6.
36. MARINESCU, Constantin. Relația dintre cultura generală, cultura politică și competența, probitatea profesională a sociologului și ziaristului contemporan. În: *Convergențe Spirituale Iași-Chișinău*, 2015, nr. 8-9, pp. 287-289. ISSN 2343-9661.
37. MARSHALL, Gordon et al. (coord.). *Dicționar de sociologie*. București: Univers Enciclopedia Gold, 2003. 710 p. ISBN 973-637-004-6.
38. MIHAI, Nicolae. *Introducere în filosofia și metodologia științei*. Chișinău: ARC, 1996. 159 p. ISBN 9975-61-012-9.
39. MILCA, Mihai. Tirania Internetului și e-democrația. Internetul, digitalizarea societății și mutațiile comportamentului uman. În: *Punctul critic* (București), 2016, nr. 3 (17), pp. 5-14. ISSN 2068-8989.
40. MOLEA, Viorica. O nouă formă de comunicare în spațiul virtual: oralitatea digitală. In: *Limba Română*, 2017, N 5-6 (241-242), pp. 96-105. ISSN 0235-9111.

41. MOMOC, Antonio. *Comunicarea 2.0. New media, participare și populism*. Iași: Adenium, 2014. 271 p. ISBN 978-606-8622-29-3.
42. MOMOC, Antonio. Provocările jurnalismului în era digitală: dezinformare, militantism, propagandă. Cenzura și fake news în timpul războiului din Ucraina. In: *Polis. Journal of Political Science*, 2022, nr. 2 (36), pp. 77-92. ISSN 1221-9762.
43. MORARU, Silvia. Francofonie vs anglofonie. În: *Pregătim viitorul promovând excelența. Studii și articole / Materiale ale Congresului internațional*. Iași: Editura Apollonia, 2016, pp. 15-26. – 0,54 c. a. ISBN 978-606-8410-74-6.
44. MORARU, Victor (coord.). *Societatea și comunicarea în tranziție*. – Chișinău: IMM, 2008. – 392 p. ISBN 978-9975-934-58-9.
45. MORARU, Victor, STEPANOV, Georgeta, MANOLESCU, Mădălina. *Dialogul social: implicații mediatice*. – Chișinău: CEP USM, 2021. 229 p. (Seria „Inovații sociale”). ISBN 978-9975-152-81-5.
46. MORARU, Victor, LESCU, Mihai. Impactul globalizării asupra activității mass-mediei. In: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2016, nr. 2 (171), pp. 161-168. ISSN 1957-2294.
47. MORARU, Victor, **PINTILII, Ionel**. Jurnalismul cetățenesc – reflecție a inovațiilor actuale în sfera mediatică. În: *Moldoscopie (Probleme de analiză politică)*. – 2018. – nr. 2 (81). – P. 76-85. ISSN 1812-2566.
48. MORARU, Victor, RUSNAC, Gheorghe. Globalizarea ca emblemă a realității. În: *Moldoscopie (Probleme de analiză politică)*. – 2018. – nr. 2 (81), pp. 133-140. ISSN 1812-2566.
49. MORARU, Victor, TACU, Mariana. Mecanismele de funcționare a mass-mediei: teorii și efecte. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2014, nr. 2, pp. 161-176. ISSN 1857-2294.
50. MORARU, Victor. (coord.). *Politica și comunicarea în tranziție*. – Chișinău: IMM, 2006. 264 p. ISBN 978-9975-934-95-4.
51. MORARU, Victor. (coord.). *Realitățile politice și realitățile mediatice în contextul integrării europene*. – Chișinău: Institutul de Cercetări Juridice și Politice al Academiei de Științe a Moldovei, 2014. 208 p. ISBN 978-9975-57-121-0.
52. MORARU, Victor. *Mass media vs politica*. – Chișinău: CEP USM, 2001. 206 p. ISBN 9975-70-025-X.
53. MUNTEANU, Ana-Maria. *Jurnalism, Comunicare și dezvoltare globală*. București: Editura Universitară. 96 p. ISBN 978-606-28-0100-7.
54. OPREA, Bogdan. *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de Internet*. Iași: Polirom, 2021. 240 p. ISBN 978-973-46-8418-2.
55. Ordonanță nr. 28 din 31 august 2011 pentru modificarea și completarea Legii nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare. In: *Monitorul Oficial* N 628 din 2 septembrie 2011.
56. PARFENTIEV, Boris. Conceptualizarea politicilor editoriale: factori, principii și valori. In: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Volumul VII. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 83-91. ISBN 78-9975-152-73-0.
57. Percepția, asimilarea și susținerea de către populație a e-Transformării Guvernării. În: *Guvernul tău*. Catalogul serviciilor electronice. Chișinău: IPP, 2013.
58. PERU-BALAN, Aurelia, BAHNEANU, Vitalina. Războiul informațional, propaganda, fake-news: controlul asupra percepției publice. In: *Moldoscopie (Probleme de analiză politică)*, 2018, nr. 1 (80), pp. 128-149. ISSN 1812-2566.
59. PETRE, Raluca. *Media și societatea în schimbare / Suport de curs*. – Constanța: Universitatea „Ovidius”, 2019. – 59 p.

60. **PINTILII, Ionel.** Comunitatea globală și noile forme de comunicare. In: *Creativitatea în jurnalism*. Vol. 3. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 91-99. ISBN 978-9975-152-31-0.
61. **PINTILII, Ionel.** Dezvoltarea internetului – impact major în comunicarea globală. În: *Intertext*, 2015, nr. 3-4, pp. 272-276. ISSN 1857-3711.
62. **PINTILII, Ionel.** Fenomenul criminalității cibernetice și managementul combaterii infracțiunilor informatice. In: *Integrare prin cercetare și inovare. Științe socioumanistice*. Vol. 1. Materialele Conferinței științifice. Chișinău, 28-29 septembrie 2016. Chisinau: CEP USM, 2016, pp. 237-240. ISBN 978-9975-71-812-7.
63. **PINTILII, Ionel.** Grupări virtuale: comunicarea online prin trolli, postaci și hateri. In: *Inegalități sociale în Republica Moldova. Constituirea clasei de mijloc*. Materialele Conferinței științifice. Chișinău, 23-24 februarie 2017, Chișinău: ICJPS, 2017, pp. 252-258. ISBN 978-9975-9761-9-0.
64. **PINTILII, Ionel.** Integrarea pieței IT&C din România și Republica Moldova într-o piață europeană puternică și coerentă. In: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2018, nr. 1 (176), pp. 221-224. ISSN 1957-2294.
65. **PINTILII, Ionel.** Internet: provocări cotidiene. În: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2016, nr. 1, pp. 227-230. ISSN 1857-2294.
66. **PINTILII, Ionel.** Presa tipărită, presa online? In: *Intertext*, 2014, nr. 3-4, pp. 246-250. ISSN 1857-3711.
67. **PINTILII, Ionel.** Riscurile și pericolele Internetului. In: *Știință, educație, cultură*. Vol. 1. Materialele Conferinței științifice. Comrat, 4 februarie 2016. Kompar: KFY, 2016, pp. 218-220. ISBN 978-9975-83-011-9.
68. **PINTILII, Ionel.** Societatea informațională contemporană : provocări și valențe juridice. In: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2015, nr. 2 (168), pp. 231-238. ISSN 1957-2294.
69. POP, Doru. *Introducere în teoria media*. – Cluj-Napoca: Dacia, 2002. – 354 p. ISBN 973-75-1356-3.
70. POPESCU, Alin. *Despre afacerile online și problemele lor juridice. Confesiunile unui fost vânzător de încredere*. București: Universul juridic, 2009. 188 p. ISBN 9789731271248.
71. POPESCU, Cristian Florin. *Manual de jurnalism; redactarea textului jurnalistic, genurile redacționale*. – București: Tritonic, 2005. 264 p. ISBN 973-733-042-0.
72. PREDA, Sorin. *Jurnalismul cultural și de opinie*. Iași: Polirom, 2006. 231 p. ISBN 978-973-0370-1.
73. RAMONET, Ignacio. *Tirania comunicării*. București: Editura Doina, 2002, 160 p. ISBN 973-9193-40-4.
74. RANDALL, David. *Jurnalismul universal*. Ediția a doua, revăzută și adăugită. – Iași: Polirom, 2007. 272 p. ISBN 973-683-061-6.
75. *Raport final de evaluare a Planului de acțiuni privind implementarea Strategiei Naționale de dezvoltare a societății informaționale „Moldova Digitală 2020”*. Chișinău: Ministerul Economiei și Infrastructurii, 2021. 36 p.
76. RUSU, Liliana. *Noile media și practici ale comunicării politice online din Republica Moldova*: autoref. tz. dr. în științe ale comunicării / Liliana Rusu; Univ. de Stat din Moldova. – Chișinău: USM, 2016. – 30 p.
77. SCHIFIRNEȚ, Constantin. Manuel Castells: Mass-media în Era Informației. În: Constantin Șchifirneț. *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în Era Internetului*. București: Editura Tritonic, 2014, pp. 253-283. ISBN 978-606-8571-50-8.
78. SCHIFIRNEȚ, Constantin. *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în Era Internetului*. București: Editura Tritonic, 2014. 355 p. ISBN 978-606-8571-50-8.
79. SINESCU, Călin. Internetul și comunicarea politică. In: *Cogito*, 2009, nr. 1, pp. 109-120. ISSN 2068-6706.

80. STEPANOV, Georgeta, TUGAREV, Laura. *Art jurnalismul în presa din Republica Moldova*. – Chișinău: USM, 2019. 236 p. ISBN 978-9975-142-94-6.
81. STEPANOV, Georgeta, TUGAREV, Laura. Blogcultura din Republica Moldova: problematica și modalități specifice de exprimare. În: *Perspectivelor și Problemele Integrării în Spațiul European al Cercetării și Educației*. Materiale ale Conferinței Științifice din 7 iunie 2016, Vol. 2. – Cahul: USC, 2016, pp. 479-481. ISBN 978-9975-914-90-1.
82. STEPANOV, Georgeta. *Bazele jurnalismului*. – Chișinău: CEP USM, 2018. 194 p. ISBN 978-9975-142-74-8.
83. STEPANOV, Georgeta. Consecințe negative ale tehnologizării proceselor de producere ziaristică. În: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 17-27. ISBN 978-9975-152-73-0.
84. STEPANOV, Georgeta. *Jurnalismul social: aspecte definitorii*. – Chișinău: CEP USM, 2015. 264 p. ISBN 978-9975-71-714-4.
85. Strategia Națională de dezvoltare a societății informaționale “Moldova digitală 2020” / Hotărârea Guvernului nr. 857 din 31 octombrie 2013. În: *Monitorul Oficial*, nr. 252-257/963 din 8 noiembrie 2013.
86. Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România 2020 / Hotărârea Guvernului nr. 245/2015. În: *Monitorul Oficial al României*, Partea I, nr. 340 din 19 mai 2015.
87. TACU, Mariana, PURICE, Veronica. Instituțiile media transpuse în spațiul virtual: principii de management și forme ale culturii organizaționale. În: *Creativitatea în jurnalism*. Vol. 3. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 27-38. ISBN 978-9975-152-31-0.
88. TACU, Mariana. Efectele new media vs psihologia cognitivă aplicată. În: *Integrare prin cercetare și inovare*. Științe sociale. Program și rezumate. Chisinau: CEP USM, 2013, pp. 22-24.
89. TACU, Mariana. Evoluția noilor media. În: *Creativitatea în jurnalism: Conferința științifică națională*, 8 februarie 2019. – Chișinău: CEP USM, 2019, pp. 21-27. ISSN 978-9975-149-29-7.
90. TACU, Mariana. New media: accesibilitate și interacțiune. În: *Integrare prin cercetare și inovare*. Științe sociale. Rezumate ale comunicărilor. Vol. 2. Chisinau: CEP USM, 2019, pp. 18-22. ISBN 978-9975-149-51-8.
91. TACU, Mariana. New Media: cunoaștere, creativitate și multitasking. În: *Creativitatea în jurnalism*. Chișinău: CEP USM, 2018, pp. 47-54. ISBN 978-9975-142-34-2.
92. TACU, Mariana. New media: de la WEB 1.0 la WEB 4.0. În: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Vol. 6 / coord.: G. Stepanov; Univ. de Stat din Moldova, Fac. de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Catedra de Jurnalism. – Chișinău: Centrul Editorial USM, 2016, pp. 64-74. ISBN 978-9975-71-832-5.
93. TACU, Mariana. Tehnici mediatice de reflectare și practici metodologice de interpretare a realității social-politice. În: Victor Moraru. *Europeanizarea: fațetele procesului*. Chișinău: IIESP, 2013, pp. 215-224. ISBN 978-9975-57-064-0.
94. TACU, Mariana. WEB 3.0: Inteligență semantică, omniprezență și tirajare de conținut. În: *Integrare prin cercetare și inovare*. Științe umanistice. Științe sociale. Științe economice: CEP USM, 2021, pp. 86-89. ISBN 978-9975-152-48-8.
95. TĂNASE, Tasențe, CIACU, Nicoleta. *Jurnalismul și comunicarea în epoca Noilor Media*. București: Editura Universitară, 2014. 148 p. ISBN 978-606-591-920-4.
96. TĂNASE, Tasențe. *Comunicarea politică prin social media și reacțiile publicului online*. București: Editura Universitară, 2014. 237 p. ISBN 978-606-28-0092-5.
97. ȚAPOC, Vasile. *Teoria și metodologia științei contemporane: concepte și orientări*. Chișinău: CEP USM, 2005. 212 p. ISBN 9975-70-597-9.
98. TOFFLER, Alvin. *Șocul viitorului*. București: Antet, 2001. 350 p. ISBN 973-8203-05-8.

99. TOMLISON, John. *Globalizare și cultură*. Timișoara: Editura Amarcord, 2002. 332 p. ISBN 973-8208-23-8.
100. TUGAREV, Laura. Divertismentul în spațiul mediatic online. In: *Creativitatea în jurnalism*. Vol. 3. Chișinău: CEP USM, 2020, pp. 83-90. ISBN 978-9975-152-31-0.
101. ȚURCANU, Dumitru. Quo vadis, jurnalism? În: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Vol. 6 / coord.: G. Stepanov; Univ. de Stat din Moldova, Fac. de Jurnalism și Științe ale Comunicării. – Chișinău: CEP USM, 2016, pp. 45-50. ISBN 978-9975-71-832-5.
102. ULMANU, Alexandru. Jurnalismul online: Internetul, mijloc de colectare și difuzare a informațiilor. In: Coman, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism*. Ediția a treia, rev. Vol. II. Iași: Polirom. 2001, pp. 634-671. ISBN 978-943-46-1239-0.
103. ULMANU-BRĂDUȚ, Alexandru. *Cartea fețelor. Revoluția Facebook în spațiul social*. București: Humanitas. 2011. 276 p. ISBN 978-973-50-3008-7.
104. VALCU, Val. Jurnalismul social. Iași: Polirom, 2007. 286 p. ISBN 978-973-46-0749-5.
105. VASILESCU, Mircea. Marmelada digitală și mica tiranie a prosteliei. In: *Dilema Veche*, 2021, nr. 885. ISSN 1584-1669.
106. VASIU, Ioana, VASIU, Lucian. Probleme juridice ale societății informaționale. În: Filip, Florin Gh. (coord.). *Societatea Informațională – Societatea Cunoașterii. Concepte, soluții și strategii pentru România*. Acad. Română. Secția de Știință și Tehnologie Informatică. Centrul pentru Cercetări Avansate în Învățarea Automată, Prelucrarea Limbajului Natural și Modelare Conceptuală. București: Editura Expert, 2001, pp. 347-360. ISBN 973-8177-42-1-119.

În limba engleză

107. ABALI, Soala O., NABIE, Beatrice L., DIKE, Ngozi. Research and Development in Higher Education in Developing Countries: The Role of Information and Communication Technology. In: *International Journal of Institutional Leadership, Policy and Management*, 2019, Vol. 1, Issue 1, pp. 46-54. ISSN 2735-9220.
108. AHN, Mi Y., DAVIS, Howard. Sense of belonging as an indicator of social capital. In: *International Journal of Sociology and Social Policy*, 2020, Vol. 40, N 7-8, pp. 627-642. – ISSN 0144-333X.
109. ALLAN, Stuart, MATHESON, Donald. Online Journalism in the Information Age. In: *Savoir, Travail et Société* (Paris), 2004, nr. 2 (3), pp. 73-94. ISSN 1764-5476.
110. ALLAN, Stuart, THORSEN, Einar (Eds.). *Citizen Journalism: Global Perspectives (Global Crises and the Media)*. New edition. New York: Peter Lang Publishing Inc., 2009. 277 p. ISBN 978-1433102950.
111. APPELGREN, Ester, LINDÉN, Carl-Gustav, VAN DALEN. Arjen. Data Journalism Research: Studying a Maturing Field across Journalistic Cultures, Media Markets and Political Environments. In: *Digital Journalism*, 2019, Vol. 7, nr. 9, pp. 1191-1199. ISSN 2167-0811.
112. ATTON, Chris. *Alternative Media*. London: Sage Publications, 2002. 172 p. ISBN 978-0-7619-6770-5
113. ATTON, Chris. What is „Alternative” Journalism? În: *Journalism*, 2003, Vol. 4, Issue 3, pp. 267-272. ISSN 1741-3001.
114. BARNETT, George A., PARK, Han Woo. Examining the international internet using multiple measures: new methods for measuring the communication base of globalized cyberspace. In: *Qual Quant. International Journal of Methodology*, 2014, Vol. 48, Issue 1, pp. 563–575. ISSN 1893–1910.

115. BASTOS, Marco T. Digital Journalism and Tabloid Journalism. În: Franklin, Bob; Eldridge, Scott A. (Eds.). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. – Abingdon: Routledge, 2017, pp. 217–225. ISBN 978-1-138-88796-1.
116. BECIU, Camelia, ROȘCA, Luminița. Transformations of journalism in the Republic of Moldova: discourses, actors and professional identity. In: *Revista Română de Sociologie*, serie nouă, 2011, anul XXII, nr. 5–6, pp. 481–494. ISSN 1224-9262.
117. BECK, Ulrich, LASH, Scott. *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity, 1994. 228 p. ISBN 978-0804724722.
118. BENNETT, W. Lance, LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. In: *European Journal of Communication*, 2018, Vol. 33, issue 2, pp. 122–139. ISSN 0267-3231.
119. BERGER, Guy. Grave New World? Democratic Journalism Enters the Global Twenty-first Century. În: *Journalism Studies*, 2000, Vol. 1, Issue 1, pp. 81-99. ISSN 1461-670X.
120. BERNERS-LEE, Tim, Fischetti, Mark. *Weaving the Web: the original de sign and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. San Francisco: Harper San Francisco, 1999. 226 p. ISBN 006251587X.
121. BLANKENSHIP, Justin, Riffe, Daniel. Follow the Leader?: Optimism and Efficacy on Solo Journalism of Local Television Journalists and News Directors. În: *Journalism Practice*, 2021, Vol. 15, Issue 1, pp. 41-62. ISSN 1751-2786.
122. BLUMER, Herbert. Society as Symbolic Interaction. In: Hier, Sean Patrick (Ed.). *Contemporary sociological thought: themes and theories*. Toronto: Canadian Scholars Press Inc., 2005, pp. 91-100. ISBN 1-55130-288-8.
123. BLUMLER, Jay G., GUREVITCH, Michael. The new media and our political communication discontents: democratizing cyberspace. In: *Information, Communication & Society*, 2001, Vol. 4, Issue 1, pp. 1-13. ISSN 1369-118X.
124. BOCZKOWSKI, Pablo J. The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms. In: *Journal of Communication*, 2004, Vol. 54, Issue 2, pp. 197-213. ISSN 1460-2466.
125. BOUNEGRU, Liliana, GRAY, Jonathan (Eds.). *The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice*. – Amsterdam: Amsterdam University Press, 2021. 416 p. ISBN 978-94-6298-951-1.
126. BRAMAN, Sandra. *Change of state: information, policy, and power*. New York: MIT Press, 2009 (New edition). 576 p. ISBN 978-0262513241.
127. BRAMAN, Sandra. Internet policy. În Consalvo, Mia, Ess, Charles (Eds.). *The Blackwell handbook of internet studies*. Oxford: Blackwell Publications, 2011, pp. 137-167. ISBN 978-1-4051-8588-2.
128. BRODY, E. V. *Communication tomorrow: new audiences, new technologies, new media*. New York: Praeger Publishers, 1990. 298 p. ISBN 0-275-93281-8.
129. BRUNS, Axel. *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang, 2005. 330 p. ISBN 0820474320.
130. BURUM, Ivo. *Democratizing Journalism through Mobile Media: The Mojo Revolution*. – Abingdon: Routledge, 2018. 214 p. ISBN 9781138319714.
131. BURUM, Ivo. *The Mojo Handbook. Theory to Praxis*. – Abingdon: Routledge, 2020. – 350 p. ISBN 9780367332624
132. CAMMAERTS, Bart. Activism and Media. În: Bart Cammaerts, Nico Carpentier (Eds.). *Reclaiming the media: communication rights and democratic media roles*. Bristol: Intellect, 2007, pp. 217-224. ISBN 9781841501635.
133. CAMPBELL, Vincent. Theorizing Citizenship in Citizen Journalism. În: *Digital Journalism*, 2015, Vol. 3, nr. 5, pp. 704-719. ISSN 1751-2786.

134. CASTELLS, Manuel (Ed.). *The network society: a cross-cultural perspective*. Northampton: Edward Elgar Pub., 2004. 464 p. ISBN 1843765055.
135. CASTELLS, Manuel et al. (Eds.). *19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. Madrid: Turner Publicaciones, 2015. 478 p. ISBN 978-8415832454.
136. CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. London: Oxford University Press, 2009. 592 p. ISBN 978-0-19-956704-1.
137. CASTELLS, Manuel. Materials for an exploratory theory of the network society. În: *British Journal of Sociology*, 2000, Vol. 51, Issue 1, pp. 5–24. ISSN 0007-1315.
138. CASTELLS, Manuel. The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. In: *Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. – Madrid: Turner Publicaciones, 2015, pp. 127-148. ISBN 978-8415832454.
139. CASTELLS, Manuel. *The Information Age. Economy, Society, and Culture*. Vol. 3. End of Millenium. (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. 488 p. ISBN 978-1-4051-9688-8.
140. CASTELLS, Manuel. *The Information Age. Economy, Society, and Culture*. Vol. 2. The power of identity (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. 538 p. ISBN 978-1-4051-9687-1.
141. CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Volume 1: The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford: Wiley Blackwell, 2010 (Prima ediție: 1996). ISBN 978-1-4051-9686-4.
142. CASTELLS, Manuel. The interaction between information and communication technologies and the network society: a process of historical change. In: *Coneixement i Societat. Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*, 2003, nr. 1, pp. 8-21. ISSN 1696-7380.
143. CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. First edition. London: Oxford University Press, 2001. 292 p. ISBN 0-19-924153-8.
144. CHADHA, Kalyani, STEINER, Linda. The Potential and Limitations of Citizen Journalism Initiatives. În: *Journalism Studies*, 2015, Vol. 16, nr. 5, pp. 706-718. ISSN 1461-670X.
145. CHAKRAVARTTY, Paula, ZHAO, Yuezhi (Eds.). *Global Communications: toward a transcultural political economy*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2008. 359 p. ISBN 978-07425-4044-6.
146. ČIŽIK, Tomáš (Ed.). *Information Warfare – New Security Challenge for Europe*. Bratislava: Centre for European and North Atlantic Affairs (CENAA), 2017. 140 p. ISBN 978-80-89819-09-6.
147. CODDINGTON, Mark. Clarifying Journalism's Quantitative Turn. În: *Digital Journalism*, 2015, Vol. 3, nr. 3, pp. 331-348. ISSN 2167-0811.
148. COHEN-ALMAGOR, Raphael. Internet History. În: *International Journal of Technoethics*, 2011, Vol. 2, Issue 2, pp. 45-64. ISSN 1947-3451.
149. CONBOY, Martin, Steel, John. The Futere of Newspapers. In: *Jornalism Studies*, 2008, Vol. 9, nr. 5, pp. 650-661. ISSN 1461-670X.
150. CRYSTAL, David. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 272 p. ISBN 978-0521802123.
151. CRYSTAL, David. The Internet: Changing the Language. In: *Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. – Madrid: Turner Publicaciones, 2015, pp. 332-355. ISBN 978-8415832454.
152. CURRAN, James. FENTON, Natalie, FRIEDMAN, Des. *Misunderstanding the Internet*. Abingdon: Routledge, 2012. 194 p. ISBN 978-0-415-57958-2.
153. CURRAN, James. Reinterpreting the Internet. In: Curran, James, Fenton, Natalie, Freedman, Des. *Misunderstanding the Internet*. – New York: Routledge, 2012. 194 p. ISBN 978-0-415-57956-8.

154. DAHLBERG, Lincoln. Cyber-Libertarianism 2.0: A Discourse Theory/Critical Political Economy Examination. In: *Cultural Politics*, 2010, Vol. 6, Issue 3, pp. 331–356. ISSN 1743-2197.
155. DAHLBERG, Lincoln. Re-constructing digital democracy: An outline of four ‘positions’. In: *New media and society*, 2011, Vol. 13, nr. 6, pp. 855–872. ISSN 1461-4448.
156. DAHLBERG, Lincoln. The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. In: *International Journal of Media and Cultural Politics*, 2007, Vol. 3, N 1, pp. 47-64. ISSN 1740-8296.
157. DAHLGREN, Peter. The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. In: *Political communication*, 2005, Vol. 22, Issue 2, pp. 147-162. ISSN 1058-4609.
158. DAWSON, Ross. *Living Networks*. Morrisville: Lulu Press Inc., 2008. 248 p. ISBN 978-1-84799-560-5.
159. DENTZEL, Zaryn. How the Internet Has Changed Everyday Life. In: *Change: 19 Key Essays on How Internet is Changing our Lives*. – Madrid: Turner Publicaciones, 2015, pp. 235-253. ISBN 978-8415832454.
160. DEUZE, Mark, Witschge, Tamara. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. In: *Journalism*, 2018, Vol. 19, nr. 2, pp. 165-181. ISSN 1741-3001.
161. DEUZE, Mark. The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture. In: *Observatorio (OBS) Journal*, 2008, nr. 7, pp. 103-117. ISSN 1646-5954.
162. DEUZE, Mark. What is Multimedia Journalism? In: *Journalism Studies*, 2004, Vol. 5, nr. 2, pp. 139–152. ISSN 1461-670X.
163. DONALD, Wilhelm. *Global Communications and political power*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1990. 172 p. ISBN 0-88738-354-8.
164. DOOLEY, Patricia L. *The technology of journalism: Cultural agents, cultural icons*. Evanston, IL: Northwestern University Press, 2007. 272 p. ISBN 978-08-1012-330-4.
165. DOWLING, David, Vogan, Travis. Can We „Snowfall” This? Digital longform and the race for the tablet market. In: *Digital Journalism*, 2015, Issue 2, pp. 209-224. ISSN 2167-0811.
166. DOWNEY, Ed, JONES, Matt (Eds.). *Public Service, Governance and Web 2.0 Technologies: Future Trends in Social Media*. Hershey: IGI Global, 2012. 369 p. ISBN 978-1466600713.
167. DUMBRĂVEANU, Andrei. The metamorphoses of media communication in the digital age. In: *International Journal of Communication Research*, 2018, Vol. 9, Issue 2, pp. 159-165. ISSN 2246-9265.
168. ELDRIDGE, Scott A., HESS, Kristy, TANDOC Jr., Edson C., WESTLUND, Oscar. Navigating the Scholarly Terrain: Introducing the Digital Journalism Studies Compass. In: *Digital Journalism*, 2019, Vol. 7, Issue 3, pp. 386-403. ISSN 2167-0811.
169. ELDRIDGE, Scott A., FRANKLIN Bob. Introduction: Defining digital journalism studies. In: Franklin, B. and Eldridge, S. (Eds.). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. Oxon and New York: Routledge, 2017, pp. 1-12. ISBN 978-0367205027.
170. ELSIHAR-MALKA, Vered, ARIEL, Yaron, WEIMANN, Gabriel. Rethinking political communication in the digital sphere. In: *The Journal of International Communication*, 2020, Vol. 26, Issue 2, pp. 190-210. ISSN 1321-6597.
171. FENTON, Natalie. Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy. In: Natalie Fenton (Ed.). *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage Publications, 2010, pp. 3-16. ISBN 978-1847875747.
172. FREELON, Deen, WELLS, Chris. Disinformation as Political Communication. In: *Political Communication*, 2020, Vol. 37, Issue 2 – Beyond fake News: The Politics of Disinformation, pp. 145-156. ISSN 1058-4609.

173. FUCHS, Christian. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age / Volume 9 of Routledge Research in Information Technology and Society*. New York: Routledge, 2008. 816 p. ISBN 978-0415- 96132-5.
174. GIDDENS, Antony. *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. New York: Routledge, 1999. 124 p. ISBN 978-0415944878.
175. GILLMOR, Dan. *We the Media: Grassroots Journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2004. 299 p. ISBN 978-0596007331.
176. GIZAW, Muluneh E., Tessema, Getachew W. Role of information and communication technologies in educational systems: a systematic review. In: *International Journal of Scientific Reports*, 2020, Vol. 6, Issue 7, pp. 277-282. ISSN 2454-2156.
177. GRAHAM, Gordon. *The Internet. A Philosophical Inquiry*. London: Routledge, 1999. 192 p. ISBN 978-0203003503.
178. GRAY, Jonathan, Bounegru, Liliana, Lucy Chambers (Eds.). *The Data Journalism Handbook*. – Sebastopol: O'Reilly Media Inc., 2012. 222 p. ISBN 978-1-449-33006-4.
179. GUI, Marco, BÜCHI, Moriz. From Use to Overuse: Digital Inequality in the Age of Communication Abundance. In: *Social Science Computer Review*, 2021, Vol. 1, pp. 3-20. ISSN 0894-4393.
180. HAMELINK, Cees J. *Global communication*. London: Sage Publications. 2015. 279 p. ISBN 781849204248
181. HELBERGER, Natali. The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power. In: *Digital journalism*, 20, Vol. 8, Issue 6, pp. 842-854. ISSN 2167-0811.
182. HEPP, Andreas, LOOSEN, Wiebke. Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. In: *Journalism* (Sage Journals), 2021, Vol. 22, Issue 3, pp. 577-595. ISSN 14648849.
183. HEPP, Andreas. *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press, 2013. 180 p. ISBN 978-0745662275.
184. HERRING Susan C. Web Content Analysis: Expanding the Paradigm. In: Hunsinger, Jeremy, Allen, Matthew, Klasturp, Lisbeth (Eds.), *The International Handbook of Internet Research*. Heidelberg: Springer Verlag, 2010, pp. 233-250. ISBN 978-1-4020-9788-1.
185. HERRING, Susan C. Content Analysis for New Media: Rethinking the Paradigm. În: *New Research for New Media: Innovative Research Methodologies / Symposium Working Papers and Readings*, 2004, pp. 47-66. ISSN 1860-2029.
186. HEWSON, Claire. Research Methods on the Internet. In: Danowski, James A., Cantoni, Lorenzo (Eds.). *Communication and technology / Handbooks of Communication Sciences series*. Vol. 5. Berlin / Boston, De Gruyter Mouton, 2015, pp. 277-302. ISBN 978-3-11-026-653-5.
187. HILTZ, Starr Roxanne, Turoff, Murray. *Network Nation: Human Communication via Computer*. Revised edition – Cambridge: MIT Press, 1993 (Prima ediție: 1978). 589 p. ISBN 978-0262581202.
188. ILIE, Oana-Antonia. The communication society and the media culture. In: *International Conference Knowledge-based organization*, 2017, Vol. XXIII, nr. 2, pp. 303-307. ISSN 1843-682X.
189. IOSIFIDIS, Petros. *Global Media and Communication Policy*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 288 p. ISBN 978-1-349-30456-1.
190. JOHNSON, Doyle P. *Contemporary Sociological Theory. An Integrated Multi-Level Approach*. Lubock: Springer, 2008. 630 p. ISBN 978-0-387-76521-1.
191. KAUL, Vineet. The Changing World of Media and Communication. In: *Journal of Mass Communication and Journalism*, 2012, Vol. 2, Issue 6, pp. 1-5. ISSN 2165-7912.

192. KEEN, Andrew. *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. 228 p. ISBN 978-0-385-52080-5.
193. LAGERKVIST, Johan. *After the Internet, Before Democracy: Competing Norms in Chinese Media and Society*. New York: Peter Lang, 2008. 325 p. ISBN 9783034304351.
194. LAUGHEY, Dan. *Key Themes in Media Theory*. Berkshire: McGraw-Hill, 2007. 235 p. – ISBN 978-0335-218-13-4.
195. LEWIS, Coleen B. *Social media: cyber trap door to defamation*. In: Masaryk University Journal of Law and Technology, 2015, Vol. 9, Issue 1, pp. 65-84. ISSN 1802-5943.
196. LEWIS, Norman P., McAdams, Mindy, Stalph, Florian. *Journalism and Mass Communication Educator*, 2020, Vol. 75 (1), pp. 16–21. ISSN 1077-6958.
197. LINDNER, Andrew M. Editorial gatekeeping in citizen journalism. În: *New Media and Society*, 2017, Vol. 19, Issue 8, pp. 1177-1193. ISSN 1461-4448.
198. LIVINGSTONE, Sonia. Critical debates in internet studies: reflections on an emerging field. În: James Curran, Michael Gurevitch (Eds.) *Mass Media and Society*. 4th edition. London: Hodder Arnold, 2005, pp. 9–28. ISBN 978-0340884997.
199. MAIR, John, KEEBLE, Richard Lance (Eds.). *Data Journalism: Past, Present and Future*. Bury St Edmunds: Abramis, 2017. – 264 p. ISBN 9781845497149.
200. MARTIN, Fiona. Getting my two cents worth in: Access, interaction, participation and social inclusion in online news commenting. În: *ISOJ*, 2015, Vol. 5, nr. 1, pp. 80-105. ISSN 2100-3178.
201. MARTINI Kristo, Renata. Umberto Eco and Emotions in The Time of Internet. In: *International Journal of Social and Educational Innovation (IJSEIro)*, 2017, Vol. 4, Issue 7, pp. 51-58. ISSN 2392-6252.
202. McCOY, Mary E. Dark alliance: news repair and institutional authority in the Age of the Internet. În: *Journal of Communication*, 2001, Vol. 51, Issue 1, pp. 164–193. ISSN 1460-2466.
203. McLUHAN, Marshall, POWERS, Bruce R. *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press, 1992. 240 p. ISBN 978-0195079104.
204. McLUHAN, Marshall. *The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects*. London: Penguin 2008 (Prima ediție: 1967). 160 p. ISBN 978-0141035826.
205. McNAIR, Brian. *News and Journalism in the UK*. London; New York: Routledge, 1999. 240 p. ISBN 0415199247.
206. McPHAIL, Thomas L. *Global Communication Theories, Stakeholders, and Trends*. Allyn and Bacon, 2002. 272 p. ISBN 9781444358100.
207. McQUAIL, Denis, Wuindahl, Sven. *Communication Models for the Study of Mass Communications*. 2nd Edition. London: Routledge. 2015. 238 p. ISBN 9781138146167.
208. MENON, Pratiksha. Book review: Whitney Phillips. This is why we can't have nice things: Mapping the relationship between online trolling and mainstream culture. In: *Social media and Society*, 2017, April-June, pp. 1-3. ISSN 2056-3051.
209. MEYER, Philip. *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*, 4th ed. Oxford: Rowman & Littlefield, 2002. – 304 p. ISBN 978-0742510883.
210. MORARU, Victor, RUSU, Liliana. New media – the reforming factor of political communication. In: *International Journal of Communication Research*, 2017, Vol. 7, nr. 1, pp. 50-57. ISSN 2246-9265.
211. NAPOLI, Philip M. *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press, 2011. 272 p. ISBN 978-0231150354.

212. NAUGHTON, John. The evolution of the Internet: from military experiment to General Purpose Technology. In: *Journal of Cyber Policy*, 2016, Vol. 1, Issue 1, pp. 5-28. ISSN 2373-8871.
213. NEUMAN, W. Russell. *The Digital Difference: Media Technology and Theory of Communication Effects*. New edition. Cambridge: Harvard University Press, 2018. 384 p. ISBN 978-0674987234.
214. NIP, Joyce Y. M. Exploring the second phase of Public Journalism. În: *Journalism Studies*, 2006, Vol. 7, Issue 2, pp. 212-236. ISSN 1461-670X.
215. NWANKWO, Simon N.P., ONYEBUCHI, Bertram. The Place of (ICT) Sector on Economic Diversification and Poverty Reduction in Nigeria. In: *International Journal of Scientific and Engineering Research (IJSER)*, 2017, Vol. 8, Issue 12, pp. 541-560. ISSN 2229-5518.
216. ODLYZKO, Andrew. The Volume and Value of Information. În: *International Journal of Communication*, 2012, Vol. 6, nr. 1, pp. 920–935. ISBN 1932–8036.
217. PALACIOS, Marcos; Díaz-Noci, Javier (eds.) (2009). *Online journalism: research methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009. 180 p. ISBN 978-84-9860-191-6.
218. PAPANDREA, Mary-Rose. Citizen Journalism and the Reporter's Privilege. În: *Minnesota Law Review*, 2007, nr. 91, pp. 515-591. ISSN 0026-5535.
219. PARASIE, Sylvain, Dagiral, Eric. Data-driven journalism and the public good: „Computer assisted-reporters” and „programmer-journalists” in Chicago. În: *New Media and Society*, 2015, Vol. 15, nr. 6, pp. 853-871. ISSN 1461-4448.
220. PAVLIC, John V. New Media Journalism. În: William F. Eadie (Ed.). *21st Century Communication. A Reference Handbook*. Vol. 2. – Los Angeles: SAGE Publications, 2009, pp. 643-651. ISBN 978-1412950305.
221. PAVLIK, John V. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001. 272 p. ISBN 978-0-231-11483-7.
222. PAVLIK, John V. The Impact of Technology on Journalism. In: *Journalism studies*, 2000, Vol. 1, Issue 2, pp. 229-237. ISSN 1461-670X.
223. PAVLIK, John V. Transformation: Examining the Implications of Emerging Technology for Journalism, Media and Society. În: *Athens Journal of Mass Media and Communications*. 2015, Vol., 1, Issue 1, pp. 9-24. – ISSN 2407-9499.
224. PERREAULT, Gregory P., FERRUCCI, Patrick. What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. În: *Digital Journalism*, 2020, Vol. 8, Issue 10, pp. 1298-1316. ISSN 2167-0811.
225. PETCU, Marian. Mass Media and the Internet Challenges – Romanian Experience. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2014, Vol. 163, pp. 7-11. ISSN 1877-0428.
226. PETRE, Raluca. *Journalism in Times of Major Changes; critical perspectives*. – București: Tritonic, 2012. 192 p. ISBN 978-606-662-026-0.
227. PHILLIPS, Whitney. *This Is Why We Can't Have Nice Things. Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*, 2015. MIT Press. 256 p. ISBN 9780262529877.
228. **PINTILII, Ionel**. The metamorphoses of the perception of journalism under the influence of the Internet. In: *Философия и вызовы современности: к 90-летию Института философии НАН Беларуси: материалы Междунар. Науч. Конф. (15–16 апреля 2021 г., г. Минск)*. В 3 т. Т. 2 / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск: Четыре четверти, 2021, pp. 137-138. ISBN 978-985-581-489-5.
229. **PINTILII, Ionel**. Truisms of the Information Era. In: *International Journal of Communication Research*, 2021, Vol. 11, Issue 1, pp. 47-49. ISSN 2246-9265.

230. POLSON, Erika. Belonging to the Network Society: Social Media and the Production of a New Global Middle Class. In: *Communication, Culture and Critique*, 2011, Vol. 4, Issue 2, pp. 144–163. ISSN 17539129.
231. PONNUSAMY, Vasaki, RAFIQUE, CHALID, Noor Zaman. *Employing Recent Technologies for Improved Digital Governance*. Hershey: IGI Global, 2019. 383 p. ISBN 978-1799818533.
232. POPOVIĆ, Virginia, Popović, Predrag. The Twenty-First Century, the Reign of Tabloid Journalism. În: *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2014, nr. 163, pp. 12-18. ISSN 1877-0428.
233. ROBERTS, Jessica, STEINER Linda. The Ethics of Citizen Journalism. În: Don Heider, Adrienne Massanari (Eds.) *Digital Ethics Research and Practice*. New York: Peter Lang, 2012, pp. 80–98. ISBN 978-1433118951.
234. ROBINSON, Susan. The mission of the j-blog. Recapturing journalistic authority online. În: *Journalism* (Sage Publications), 2006, Vol. 7, nr. 1, pp. 65-83. ISSN 1741-3001.
235. SAUNDERS, Benjamin, KITZINGER, Jenny, KITZINGER, Celia. Participant Anonymity in the Internet Age: From Theory to Practice. In: *Qualitative Research in Psychology*, 2015, Vol. 12, Issue 2, pp. 125-137. ISSN 1478-0887.
236. SILVERSTONE, Roger (Ed.). *Media, Technology and Everyday Life in Europe. From Information to Communication*. London: Routledge, 2005. 256 p. ISBN 978-0754643609.
237. SOPRONI, Luminița, HORGĂ, Ioan. Global communication as a result of globalization and informatization. În: Bărgăoanu, Alina, Pricopie, Remus. *Education, Research and Innovation. Policies and Strategies in the Age of Globalization*. București: Comunicare.ro, 2008, pp. 267-273. ISBN 978-973-711-161-6.
238. SPARK, David. *Investigative reporting: a study in techniques*. – Abingdon: Focal Press, 2013. 274 p. ISBN 978-0-240-51543-4.
239. STEENSEN, Steen, Westlund, Oscar. *What is Digital Journalism Studies?* Abingdon, Oxon: Routledge, 2021. 124 p. ISBN 978-0-367-20090-9.
240. STEPANOV, Georgeta. The negative implications of modern information technologies on the printed press. În: *International Journal of Communication Research*, 2018, Vol. 8, Issue 4, pp. 326-331. ISSN 2246-9265.
241. STEPANOV, Georgeta. The positive impact of modern information technologies on journalistic production. The case of written press. În: *International Journal of Communication Research*, 2019, Vol. 9, Issue 1, pp. 32-37. ISSN 2246-9265.
242. STOCCHETTI, Matteo (Ed.). *The digital age and its discontents: Critical reflections in education*. Helsinki: Helsinki University Press, 2020. 262 p. ISBN 978-952-369-012-7.
243. STUART, Allan, SONWALKAR, Prasun, CARTER, Cynthia. Bearing Witness: Citizen Journalism and Human Rights Issues. În: *Globalisation, Societies and Education*, 2007, Vol. 5, nr. 3, pp. 373-389. ISSN 1476-7724.
244. SUBRAHMANYAM, Kavary, GREENFIELD, Patricia, KRAUT, Robert, GROSS, Elisheva. *The impact of computer use on children's and adolescents' development*. In: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2001, Vol. 22, Issue 1, pp. 7-30. ISSN 0193-3973.
245. TACU, Mariana. Technological progress: generator of changes in the media field. În: *Studia Universitatis Moldaviae*, 2021, nr. 12 (158), pp. 9-13. ISSN 1814-3199.
246. TANDOC, Edson Jr., HESS, Eldridge, KRISTY, Scott, WESTLUND, Oscar. Diversifying Diversity in Digital Journalism Studies: Reflexive Research, Reviewing and Publishing. În: *Digital Journalism*, 2020, Vol. 8, nr. 3, pp. 301-309. ISSN 2167-0811.
247. TAPSCOTT, Don, WILLIAMS, Anthony D. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Penguin, 2007. 368 p. ISBN 978-1591843672.

248. TAPSCOTT, Don. *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: The McGraw-Hill, 2009. 368 p. ISBN 978-0-07-150863-6.
249. *The EU explained: Digital agenda for Europe*. Brussels / Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014. 8 p. ISBN 978-92-79-41904-1.
250. TIPTON, Harold F., Krause, Mickid (Eds.). *Information Security Management Handbook*. 6th ed. Vol. 2. Boca Raton: Auerbach Publications, 2008. 436 p. ISBN 1-4200-6708-7.
251. TOFFLER, Alvin. *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. New York: Random House Publishing Group. 2022 (prima ediție – 1967). 560 p. ISBN 9780593159781.
252. URRY, John. *Mobilities for the twenty-first century*. London and New York: Routledge, 2000. 256 p. ISSN 0–415–19088–6.
253. VAN DIJK, Jan, Hacker, Kenneth. *Internet and Democracy in the Network Society*. New York: Routledge, 2018. 226 p. ISBN 978-1351110716.
254. VAN DIJK, Jan. *The digital divide*. Cambridge: Polity, 2020. 208 pp. ISBN 978-1509534456.
255. VAN LEUVEN, Sarah, BERGLEZ, Peter. Global Journalism between Dream and Reality. A comparative study of the Times, le Monde and de Standaard. În: *Journalism Studies*, 2016. Vol. 17, Issue 6, pp. 667-683. ISSN 1461-670X.
256. VARTANOVA, Elena, ZASSOURSKY, Yasen (Eds.). *Shaping Tomorrow's Media Systems*. Moscow: UNESCO, 2004. 252 p. ISBN 5-7776-0059-X.
257. VIŠŇOVSKÝ, Ján, RADOŠINSKÁ, Jana (Eds.). *Fake News Is Bad News: Hoaxes, Half-truths and the Nature of Today's Journalism*. London: IntechOpen, 2021. 260 p. ISBN 978-1-83962-421-6.
258. VOAKES, Paul S. A Brief History of Public Journalism. În: *National Civic Review*, 2004, Vol. 93, Issue 3, pp. 25-35. ISSN 0027-9013.
259. WALL, Melissa. Citizen Journalism. A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. În: *Digital Journalism*, 2015, Vol. 3, Issue 6, pp. 797-813. ISSN 2167-0811.
260. WARD, Mike. *Journalism Online*. Abingdo: Focal press, 2013. 214 p. ISBN 978-0240516103.
261. WARDLE, Claire, Dubberley Sam, Brown Peter D. *Amateur footage: a global study of user-generated content / Proceedings. Columbia Journalism School / Tow Center for Digital Journalism*. New York: Columbia University Academic Commons, 2014. 144 p.
262. WELLMAN, Barry. Community: from Neighborhood to Network. În: *Communications of the ACM*, 2005, Vol. 48, nr. 10, pp. 53-55. ISSN 0001-0782.
263. WELLMAN, Barry. The Three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero Years ago. În: *New Media and Society*, 2004, Vol. 6, Issue 1, pp. 123–129. ISSN 1461-4448.
264. WILDING, Derek., Fray, Peter, Molitorisz, Sasha, McKewon, Elaine. *The Impact of Digital Platforms on News and Journalistic Content / ACCC Commisioned Report*. Sidney: University of Technology Sydney, 2018. 175 p.
265. WILKINS, Karin, Straubhaar, Joe, Kumar, Shanti (Eds.). *Global Communication. New Agendas in Communication*. – London and New York: Routledge, 2014. 216 p. ISBN 978-0415828970.
266. WRIGHT, Scott, Doyle, Kim. The Evolution of Data Journalism: A Case Study of Australia. În: *Journalism Studies*, 2019, Vol. 20, Issue 13, pp. 181-1827. ISSN 1461-670X.
267. ZELIZER, Barbie. Definitions of Journalism. In: Geneva Overholser, Kathleen Hall Jamieson (Eds.). *Institutions of American Democracy: The Press*. New York: Oxford University Press, 2005, pp. 66-80. ISBN 9780195309140.

În alte limbi

268. ABRUZZESE, Alberto. *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci*. Genova: Costa et Nolan, 1996. 189 p. ISBN 978-8876482588.
269. ARIEL del VAL, Fernando, MORARU, Victor, ROCA, José Manuel. *Política y Comunicación: conciencia cívica, espacio público y nacionalismo*. Madrid: Los Libros de La Catarata, 1999. – 254 p. ISBN 84-8319-060-5.
270. BURGER, Marcel, Thornborrow, Joanna, Fitzgerald, Richard (Coord.). *Discours des réseaux sociaux: enjeux publics, politiques et médiatiques*. Collection „Culture & Communication”. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur, 2017. 272 p. ISBN 978-2807306028.
271. DADER García, José Luis, Tejedor Fuentes, Laura. El patrimonio del César ante el Perro Guardián : un análisis de Periodismo de Precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España. În: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Madrid), 2011, Vol. 17, nr. 2, pp. 431-455. ISSN 1134-1629.
272. RAMONET, Ignacio. *Guerres du XXI^e siècle. Peurs et menaces nouvelles*. Paris: Editions Galilée, 2002. 183 p. ISBN 978-2718605807.
273. SMYRNAIOS, Nikos. Journalisme et innovation sur l'internet. În: *Revista Română de Jurnalism și Comunicare* (București), 2008, nr. 1-2, pp. 3-10. ISSN 1842-256X.
274. МОРАРУ, Виктор, ДРУЦЭ, Анна. Интернет-ресурсы в арсенале коммуникационных инструментов международных организаций. In: *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice*, 2018, nr. 1, pp. 183-191. ISSN 1857-2294.

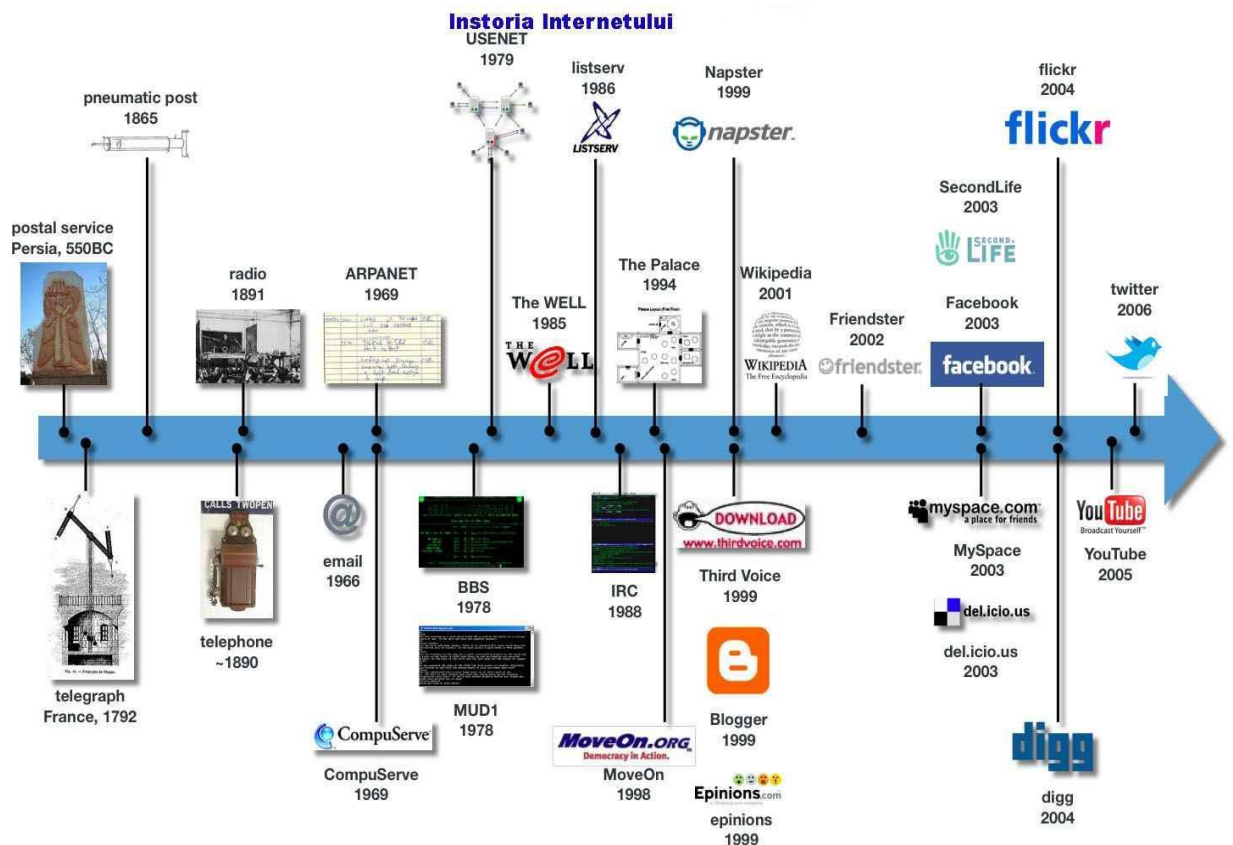
Surse electronice și publicații în presă

275. 40 for the next 40. From Future Shock to the Fourth Wave. Arlington: Toffler associates, 2010. 13 p. *Toffler associates* [site]. [Online]: <http://pjneal.com/documents/40fortheNext40101011.pdf> (Accesat 17.11.2019).
276. Avantaje – dezavantaje Internet. Pericolele Internetului [Resursă electronică]. 17 februarie 2012. *Ceicunoi* [Site]: <https://ceicunoi.wordpress.com/2012/02/17/avantaje-dezavantaje-internet-p2-pericolele-internetului-probleme-riscuri-net5/> (Accesat 12.12.2015).
277. Blogosfera [Resursă electronică]: <https://blogosfera.md/> (Accesat: 15 mai 2022).
278. BRANDON, John. Is there such a thing as ethical hacking? [Resursă electronică]. 18 mai 2015. *Computerworld* [Site]: <http://www.computerworld.com/article/2923440/data-security/is-there-such-a-thing-as-ethical-hacking.html> (Accesat 27.12.2019).
279. CALCEA, Nicu. Internetul moldovenesc : între viteze fantastice și infrastructură reală [Resursă electronică]. 8 martie 2021. *Sic* [Site]: https://sic.md/internetul-moldovenesc-intre-viteze-fantastice-si-infrastructura-reala/?fbclid=IwAR00FA2R2EhyRVkwYBmQDlGvCrnRSEUtay6_kiqRPy7w24PPMErMnLoIqc (Accesat 10.11.2021).
280. CARAGEA, Dan. Limbajul licențios. In: *Adevărul*, 25 iulie 2014.
281. CARBONNEL, Anne, MERCIER, Arnaud. *Webjournaliste: une identité fragile dans un contexte de mutations professionnelles*. XXII^e congrès de l'AGRH, Marrakech, octobre 2011. – 25 p. [Resursă electronică]: https://www.academia.edu/1983234/WEBJOURNALISTE_UNE_IDENTITE_FRAGILE_DANS_UN_CONTE (Accesat: 15 iunie 2021).
282. Code de deontologie journalistique. Article 7: reseaux sociaux. Avis du Conseil de deontologie journalistique sur l'application de la deontologie journalistique aux reseaux sociaux. [Resursă electronică]. 13 octombrie 2010. *CDJ* [Site]:

- <http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/codedeontologie2013converpdf.pdf> (Accesat 22.10.2018).
283. CRP solicita interventia ORDA pentru respectarea drepturilor de autor pe Internet [Resursă electronică]. 4 noiembrie 2005. *Hot-News.ro* [Site]: <https://www.hotnews.ro/stiri-arhiva-1199885-crp-solicita-interventia-orda-pentru-respectarea-drepturilor-autor-internet.htm> (Accesat 23.11.2017).
 284. Curtea Supremă a Italiei: a critica – da, a insulta – nu [Resursă electronică]. 12 martie 2014. *Studio legale Grasso* [Site]: <http://www.studiolegalegrasso.net/ru/2014-03-criticare-si-insultare-no/> (Accesat 3.01.2018).
 285. DAMIAN, Ana-Maria. *Tendințele jurnalismului actual* [Resursă electronică]. *Romania actualități.ro* [Site]: http://www.romania-actualitati.ro/tendintele_jurnalismului_actual-70195 (Accesat 12.12.2017).
 286. Deutsche Welle vrea să cucerească lumea [Resursă electronică]. 22 ianuarie 2014. *Reporter virtual* [Site]: <http://www.reportervirtual.ro/deutsche-welle-vrea-sa-cucereasca-lumea-o-televiziune-globala-in-plan/> (Accesat 15.10.2017).
 287. DRĂGOI, Valentina. Numărul adulților din UE care utilizează zilnic internetul a crescut semnificativ [Resursă electronică]. 11 octombrie 2021. *Capital.ro* [Site]: <https://www.capital.ro/numarul-adultilor-din-ue-care-utilizeaza-zilnic-internetul-a-crescut-semnificativ.html>. (Accesat 10.09.2022).
 288. FLORESCU, Remus. Andrei Pleșu: „In loc să se înscrie în partid, unii jurnaliști vin la TV și fac emisiuni de propagandă”. În: *Adevărul*, 19 octombrie 2012.
 289. GALESCU, Laura. Pericolele la care sunt expuși tinerii în societatea informațională. În: *Cotidianul*, 13 august 2014.
 290. GODWIN, Richard. How the Internet is changing language as we know it (rkr lol). In: *The Guardian*, 2019, 11 October.
 291. GOTIȘAN, Victor. Atenție! Pericol la trolleri... In: *Ziarul de Gardă*, 15 iunie 2016.
 292. *Infolettre UPF* N°97 - Fevrier 2022.
 293. *Internet Freedom and Broadband Deployment Act – 2001* [Online]: <https://www.congress.gov/bill/107th-congress/house-bill/1542/text> (Accesat: 10.11.2018).
 294. LA RUE, Frank. *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*. ONU, General Assembly. 16 May 2011. [Online]: https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf (Accesat 14.11.2018).
 295. LAZAROAIE, Ovidiu. Campanie împotriva pornografiei infantile de pe internet. În: *Mesagerul* (Bistrița), 17 octombrie 2011.
 296. Les journalistes français et les réseaux sociaux [Resursă electronică]. 1 septembrie 2015. *CISION* [Site]: <https://www.cision.fr/ressources/livres-blancs/journalistes-et-reseaux-sociaux/> (Accesat 22.10.2018).
 297. LISITA, Radu. 2012. Facebook în Moldova: creștere dublă! [Resursă electronică]. 20 decembrie 2012. *Unimedia* [Site]: <http://voxreport.unimedia.info/2012/12/20/2012-facebook-in-moldova-crestere-dubla/> (Accesat 14.06.2022).
 298. Mesajul Papei Francisc pentru jurnaliști: Răspândirea de zvonuri reprezintă o formă de terorism. Poate ucide o persoană prin cuvinte. In: *Napoca news*. 24 septembrie 2016. [Resursă electronică]: <https://ziare.com/media/jurnalisti/papa-francisc-jurnalismul-bazat-pe-barfe-si-zvonuri-e-o-forma-de-terorism-1437338> (Accesat 23.02.2023).
 299. MICHALAK, Winston Ellington. The Impact of AI and Digitalization on Social Cohesion / Project on Europe and the Transatlantic Relationship [Resursă electronică] April 1, 2020. *Belfer Center* [Site]: <https://www.belfercenter.org/publication/impact-ai-and-digitalization-social-cohesion> (Accesat 23.04.2022).

300. NICU, Dan. Cuibul trolilor ruși, colegii lui Gâdea & Co. [Resursă electronică]. 17 septembrie 2016. *Comisarul.ro* [Site]: http://www.comisarul.ro/articol/cuibul-trolilor-rusi-colegii-lui-gadeaco_840288.html (Accesat 23.10.2018).
301. POPA, Adrian. Numărul de utilizatori de internet din lume a depășit pragul de 4 miliarde. Publicat 30.01.2018. *Go4it* [site]. <https://www.go4it.ro/content/video/numarul-de-utilizatori-de-internet-din-lume-a-depasit-pragul-de-4-miliarde-16963938/> (Accesat 10.03.2019).
302. POPA, Claudiu. Limbajul de Facebook [Resursă electronică]. 10 mai 2013. *RTV.net* [Site]: http://www.rtv.net/lista-celor-mai-utilizate-prescurtari-folosite-pe-facebook-reactia-specialistilor-la-acest-fenomen_72918.html (Accesat 18.09.19).
303. PREDUȚ, Marius-Cătălin. Libertatea de informare: statut actual, probleme și implicațiile mass-mediei. *Euroavocatura.ro* [site]. Publicat 1.05.2010. [Online]: http://www.euroavocatura.ro/articole/640/Libertatea_de_informare:_statut_actual,_probleme_si_implicatiile_mass-mediei
304. PUIȘOR, Daniel. NBC a cumpărat un sfert din Euronews. Un nou brand media global ia naștere: Euronews NBC [Resursă electronică]. 1 iunie 2017. *Pagina de media* [Site]: <https://www.paginademedia.ro/2017/06/nbc-a-cumparat-un-sfert-din-euronews-un-nou-brand-media-global-ia-nastere-euronews-nbc/> (Accesat 12.07.2019).
305. Rezumat global de cercetare în rețelele sociale 2021. [Rezervă electronică] 14.07.2021. *AFFDE* [site]: <https://www.affde.com/ro/new-global-social-media-research.html> (Accesat 12.04.2022).
306. ROSEN, Jay, Merritt, Davide, Austin, Lisa. *Public Journalism. Theory and Practice. Lessons from experience*. Dayton: Kettering Foundation, 1997. 48 p. [Resursă electronică]: <https://www.kettering.org/sites/default/files/product-downloads/Public%20Journalism.pdf> (Accesat 23.04.2022).
307. ROSEN, Jay. *A Most Useful Definition of Citizen Journalism*. [Resursă electronică]: http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html (Accesat 14.09.2017).
308. STYLES, Kirsty. Trolling' is actually not a crime yet in the UK, but it soon could be [Resursă electronică]. 10 martie 2016. *TNW* [Site]: <https://thenextweb.com/news/trolling-become-digital-crime-uk> (Accesat 23.10.2018).
309. Televiziunea este platforma favorită de conținut la nivel global. *Antena 3* [site]. Publicat 8.06.2016. [Online]: <https://www.antena3.ro/actualitate/media/televiziunea-este-platforma-favorita-de-continut-la-nivel-global-361322.html> (Accesat 2.05.2018).
310. TUDOR, Ilie. Drogurile legale ale Mileniului Trei. Internetul - prieten si dusman. In: *Formula AS*, 2005, N 658, p. 35-37.
311. VASILESCU, Mircea. Imbecilii lui Eco. In: *Adevărul*, 30 iulie 2015.
312. WARREN, Alex. The Rise and Fall of the Citizen Journalist. [Resursă electronică]: <https://minutehack.com/opinions/the-rise-and-fall-of-the-citizen-journalist> (Accesat 12.12.2017).
313. WILLIS Chris, BOWMAN, Shayne. *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The American Press Institute, 2003. 66 p. [Resursă electronică]: https://www.hypertext.net/wemedia/download/we_media.pdf (Accesat 24.04.2022).
314. Ziua internațională a siguranței pe Internet [Resursă electronică]. 8 februarie 2022. *MEC* [Site]: <https://mec.gov.md/ro/content/8-februarie-ziua-sigurantei-pe-internet-2022> (Accesat 15.03.2022)

Istoria devenirii Internetului



Sursa: <http://uli.ro/?tag=arhetipuri>

Chestionar: Utilizarea Internetului

Stimate domn / doamnă

Solicităm suspinerea Dnrmilor Voastre în vederea realizării unui studiu sociologic referitor la utilizarea Internetului în procesul mediatie contemporan.

Vă rugăm să completați chestionarul atașat. Vă mulțumim anticipat, Dd. Ionel Pintili

CHESTIONAR

VÂRSTĂ..... SEX M ☐ F ☐ INSTITUȚIA MEDIA LA CARE COLABORAȚI: ☐ TV ☐ Radio ☐ Presă scrisă ☐ Presă online 1. CARE VĂ SUNT SURSELE DE INFORMARE ÎN ACTIVITATEA DE JURNALIST? a. b. c. d. e. 2. PE O SCALĂ DE LA 1 LA 5, CE LOC OCUPĂ INTERNETUL ÎN ALEGEREA SUBIECTELOR PENTRU REALIZAREA ȘTIRILOR? 1. neimportant 2. puțin important 3. satisfăcător 4. important 5. foarte important 3. CUM INFLUENȚEAZĂ INTERNETUL MODALITĂȚILE DE REFLECTARE MEDIATICĂ A REALITĂȚII? 	4. CONSIDERAȚI LEGISLAȚIA PRIVIND DREPTURILE DE AUTOR ÎN JURNALISMUL ONLINE CA FIIND NECESARĂ? 5. PRACTICĂȚI TRIMIREA DE INFORMAȚII CĂTRE PLATFORMELE ONLINE ALE INSTITUȚIILOR MEDIA SAU REȚELELE DE SOCIALIZARE? 6. CU CE PROBLEME DIN MEDIUL ONLINE V-AȚI CONFRUNTAT ÎN ACTIVITATEA DE DOCUMENTARE? 7. CARE DIN ARGUMENTELE PREZENTATE LE CONSIDERAȚI CA FIIND EFECTE BENEFICE ALE INTERNETULUI ASUPRA CALITĂȚII ACTIVITĂȚII ÎN DOMENIUL COMUNICĂRII ȘI JURNALISMULUI ACTUAL? (indicați în ordinea priorităților) -Internetul crește gradul interacțiunii dintre jurnaliști și cititori -Internetul asigură viteza informației -Accesul gratuit la cea mai mare parte a informațiilor -Se renunță la modelul centralizat al informației. VĂ MULȚUMIM!
---	--

Lexiconul Internetului. Glosar de termeni.

Ediție aparte:

Ionel Pintilii. Lexiconul Internetului. Glosar de termeni. Iași: Tipo Moldova, 2023.

94 pagini. ISBN 978-606-42-1316-7.

DECLARAȚIA DE ASUMARE A RĂSPUNDERII

Subsemnatul, Ionel Pintilii, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Ionel Pintilii

Semnătura

Data

CV-ul autorului

Ionel Pintilii, născut în Iași la 27.10.1957, absolvent al Academiei de Înalte Studii Militare (București 1990); Master, Universitatea „A.I.Cuza” (Iași, 2006); Universitatea „Apollonia”, Facultatea de Științele Comunicării, specializarea Jurnalism, (Iași, 2014).

Autor de articole științifice – circa 30 publicații în: *International Journal of Communication Research* – Iași; *Revista de Filosofie, Sociologie și Științe Politice* – Chișinău; *Convergențe Spirituale Iași-Chișinău. De la Frați la Frați* – Iași, *De la Lingvistica tradițională spre Sinergetică* – Chișinău; *Intertext* – Chișinău; *Știință, Cultură, Educație* – Komrat (R.M.);

Publicist – peste 150 de articole cu tematică istorică, literară, de educație cultural-patriotică în: *Revista de teorie, istorie și critică literară Antares-Axis Libri* – Galați; *Moldova Literară* – Iași; *Cultural Nord-Est* – Iași, *Realitatea și Realitatea în Diaspora* – Galați; *Tricolorul* – București; *Nova Apollonia* – Iași; *Țara noastră* – Iași; *Eroii Neamului* – Iași; *Zona literară* – Iași; *Crai Nou* – Suceava; *Porto-Franco* – Galați; *Rezervistul* – Iași, *România Eroică*, București, *Dacoromania*, *Alba Iulia*, *Jurnalul Bucureștiului.ro*; *Confluențe.ro*, cât și în volum colective – *Integrare prin cercetare și Inovare* – Chișinău; *Informare vs manipularea electoratului* – Chișinău; *Inegalități sociale în Republica Moldova. Constituirea clasei de mijloc*, Chișinău, 2017; *O viață închinată Bisericii strămoșești și Spiritualității naționale: Î.P.S. Pimen Suceveanul* – Iași; *Basarabia 1812 – 2012. Documente și cercetări* – București, 2012 ș. a.

Autor de cărți: *Cultura Atitudinii*, Editura „Samia”, Iași, 2010, *Cultură și Conștiință națională*, Editura „Pompidu”, Galați, 2015, *Drumuri însemnate (poezie)* Editura „Zona Publishers”, 2015, *Camera de raze ale dimineții (poezie)* Editura „Zona Publishers”, 2016, *Contribuții ale acad. Constantin Gh. Marinescu la afirmarea valorilor spirituale ale Republicii Moldova*, Editura Pompidu, Galați, 2016, *Personalități contemporane ale spiritualității românești*, Editura „Pompidu”, 2016, *Amintirile unei vieți derulate în două secole*, Editura „Pompidu”, 2017, *Foame emoțională (poezie)* Editura 24h, Iași, 2018, *Arcul și Arcușul (poezie)*, Editura 24 ore, Iași, 2019; *Drum lin către stele*, Editura „Pompidu”, Galați, 2020; *Cultură și lectură (eseuri, articole)*, Editura „StudIS”, 2021, Iași; *Marea întoarsă în cercuri (poezie)*, Editura „Timpul”, 2021, Iași; *Printre bucovinenii ieșeni*, Editura „PIM”, 2022, Iași

✓ **Titluri și responsabilități:** Membru Academiei Naționale de Științe Ecologice, Republica Moldova; Vicepreședinte al Asociației Naționale „Cultul Eroilor” - Filiala județeană Iași; Secretarul general al „Ligii Culturale pentru Unitatea Românilor de Pretutindeni” – Departamentul Moldova; Secretar general de redacție la revista „Convergențe Spirituale Iași-Chișinău. De la Frați la Frați”; Membru al Uniunii Ziariștilor Profesioniști din România; Membru al Societății Scriitorilor „Costache Negri”, Galați; Membru în Colegiul de redacție la revista „Cultural Nord-Est”, Iași; Membru fondator și director-editor al publicației „Eroii Neamului” – Iași; Membru fondator și redactor al publicației „Țara noastră” – Iași.

Premii: Festivalul de poezie Grigore Hagiu, ediția 2017, Cartea anului pentru volumul *Camera de raze ale dimineții*; Gala poeziei „Șapte inimi României” – Etapa a I-a. Premiul: *Poezia Pașoptistă „La Patrie” (Gheorghe Asachi)*, 2021; Gala Poeziei „Șapte inimi România” Etapa a II-a. Premiul *Iubiți-vă pe tunuri (Adrian Păunescu)*, 2021, Laureat al săptămânalului „Literatură și artă” pentru anul 2022, secțiunea poezie.

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlul de manuscris

C.Z.U: [070 + 659.3]: 004.738.52 (043)

IONEL PINTILII

**IMPACTUL INTERNETULUI ASUPRA COMUNICĂRII MEDIATICE
CONTEMPORANE**

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

Teză de doctor în științe ale comunicării

Conducător științific:

VICTOR MORARU,

doctor habilitat în științe politice,

profesor universitar,

membru corespondent al AȘM

Autor:

IONEL PINTILII

Chișinău, 2023