

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

C.Z.U.: 070:659.3:004 (043)

GUGULAN MARIA

**JURNALISMUL CONVERGENT CA FENOMEN
MEDIATIC: PARTICULARITĂȚI ȘI TENDINȚE**

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

Rezumatul tezei de doctor în științe ale comunicării

CHIȘINĂU, 2021

Teza a fost elaborată în cadrul Școlii Doctorale de Științe sociale a Universității de Stat din Moldova.

Conducător științific: Stepanov Georgeta, doctor habilitat în științe ale comunicării, profesor universitar

Componenta Comisiei de doctorat pentru susținerea publică a tezei:

1. **MARIN** Constantin, profesor universitar, doctor habilitat în științe politice – *președinte al comisiei*.
1. **STEPANOV** Georgeta, profesor universitar, doctor habilitat în științe ale comunicării – *conducător de doctorat*.
2. **DUMBRĂVEANU** Andrei, conferențiar universitar, doctor în sociologie, membru al comisiei de îndrumare, USM – *referent oficial*.
3. **MORARU** Victor, profesor universitar, doctor habilitat în politologie, membru corespondent al Academiei de Științe a Moldovei – *referent oficial*.
4. **TIPA** Violeta, conferențiar universitar, doctor în studiul artelor, Institutul Patrimoniului Cultural – *referent oficial*.
5. **LESCU** Mihai, conferențiar universitar, doctor în științe politice – *secretar științific în cadrul comisiei*.

Susținerea va avea loc la 24 iunie 2021, la ora 10.00, în ședința Consiliului științific specializat 571. 01 din cadrul Universității de Stat din Moldova, mun. Chișinău, str. A. Mateevici 60, MD-2009, Republica Moldova, blocul central, aula 421.

Teza de doctor și rezumatul pot fi consultate la biblioteca Universității de Stat din Moldova și pe pagina web a ANACEC.

Rezumatul a fost expediat la data de _____

Secretar științific al comisiei de doctorat,

Lescu Mihai, doctor în științe politice, conferențiar universitar

Conducător științific,

Stepanov Georgeta, doctor habilitat în științe ale comunicării, profesor universitar

Autor

Gugulan Maria

CUPRINS

1. REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII.....	4
2. CONȚINUTUL TEZEI.....	7
3. CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI.....	22
4. BIBLIOGRAFIE.....	26
5. PUBLICAȚII LA TEMA ZILEI.....	29
6. ADNOTARE (în limbile română, rusă și engleză).....	31
7. FOAIA PRIVIND DATELE DE TIPAR.....	34

REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea temei. Dezvoltarea tehnologică din ultimii ani a impus și a permis, în același timp, revoluționarea tuturor domeniilor de activitate, inclusiv cel al comunicării. Mass-media a fost nevoită să treacă prin transformări esențiale și să-și construiască un brand propriu pentru a putea supraviețui și a genera profit. În aceste condiții a apărut și s-a afirmat, ca un curent dominant în profesie, convergența media. Aceasta apare ca o formă revoluționară de practicare a jurnalismului, care evoluează diferit în diferite colțuri ale lumii, în funcție de circumstanțele naționale și culturale din cadrul companiilor media, fiind influențată de factorii legali și economici din țările respective.

Necesitatea inițierii cercetărilor pe domeniul jurnalismului convergent este determinată, pe de o parte, de apariția unor instituții de new media: publicații periodice și agenții de știri on-line, portaluri, bloguri, rețele de socializare etc., iar, pe de altă parte – de convertirea mediilor de informare în masă tradiționale de către mediul online.

De remarcat faptul că, fiind, prin caracter, un fenomen nou, deocamdată, la nivel național, nu există cercetări științifice profunde asupra jurnalismului convergent ca fenomen mediatic.

În aceste condiții, analiza convergenței ca fenomen mediatic este un subiect actual atât din perspectivă teoretică, abordându-l ca activitate cu identitate distinctă, cât și din perspectivă aplicativ-practică, identificându-i locul și rolul în sistemul mediatic contemporan.

Un argument în plus în favoarea ideii de a iniția cercetarea în cauză fost reevaluarea conceptului învățământului superior de profil mediatic-comunicațional, prin introducerea acestei dimensiuni de studiu (fie ca disciplină autonomă, fie ca parte a modulelor, sau ca elemente constitutive ale unor cursuri generaliste) în planurile de învățământ la specialitățile de jurnalism de la centrele universitare din întreaga lume.

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor cercetate

În literatura de specialitate, majoritatea studiilor despre convergența media sunt de tip descriptiv, explorator sau normativ. Cele mai multe încercări de a defini acest fenomen au fost făcute de profesioniștii media care au participat propriu-zis la procesul de tranziție de la redacțiile tradiționale la cele convergente sau de cercetătorii care au avut nevoie de un cadru teoretic pentru inițierea studiilor. Convergența a constituit o preocupare majoră pentru cercetători din Occident: M. Deuze (2004; 2005; 2007), R.Gordon (2003), J.Kolodzy (2006; 2009, 2013), A. Fagerjord și T. Storsul (2007), L. Daily, L. Demo și M. Spillman (2005), G. Lazson-Borders (2003), A.Degand (2012), I,J,Erdal (2008) ș.a; din Rusia: E.A. Баранова (2016, 2017), A. A. Калмыков (2011), C.Л.Уразова (2011) ș. a; din România: A.B.Ulmanu (2009), P.Ștefănescu (2011), R. M. Șuțu (2015) ș.a.

Analiza subiectului cercetat a arătat că în Republica Moldova nu au fost realizate studii complexe dedicate nemijlocit convergenței media, cu toate acestea, o serie de publicații ale cercetătorilor din Moldova: G. Stepanov (2016; 2018), C. Marin (1998; 2016), D. Țurcanu (2015), M.Tacu (2019) ș.a. au servit drept suport pentru investigarea sistemului mediatic contemporan, contribuind astfel la pregătirea terenului de cercetare a acestui fenomen.

Teza de față a propus o abordare proprie a fenomenului convergenței mediatice, care a făcut posibilă identificarea și soluționarea următoarelor **probleme de cercetate**: cadrul de apariție și de dezvoltare a convergenței ca fenomen media; condițiile de manifestare a acestuia, specificul produselor jurnalistice realizate în sistem convergent; influența noului sistem de lucru asupra valorilor, rolului și identității profesionale a jurnalistului; identificarea percepțiilor jurnaliștilor autohtoni despre acest fenomen, precum și tendințele de dezvoltare a jurnalismului convergent în Republica Moldova.

Scopul și obiectivele lucrării rezidă în: cercetarea, per ansamblu, a convergenței media ca element inovator al sistemului mass-mediei contemporane; determinarea specificului jurnalismului convergent ca proces și produs; elucidarea efectelor tranziției de la redacția tradițională de presă scrisă sau audio-vizuală, la redacția convergentă; analizarea gradului de influență a noilor tehnologii și tehnici de lucru asupra valorilor, rolului și identității profesionale a jurnalistului; elucidarea specificității conținutului mediatic produs în sistem convergent și identificarea tendințelor în jurnalismul convergent. Pentru realizarea scopului propus, au fost trasate următoarele obiective: cercetarea bazei teoretico-metodologice existente și elaborarea metodologiei proprii de cercetare; analiza rolului și locului jurnalismului convergent în contextul mediatic contemporan; identificarea tendințelor actuale de dezvoltare a jurnalismului convergent la nivel mondial; identificarea tendințelor contemporane de dezvoltare a jurnalismului convergent în Republica Moldova; identificarea reperelor și opțiunilor funcționale ale jurnalismului convergent din Republica Moldova; studierea aspectelor structurale și compoziționale ale redacțiilor convergente; identificarea efectelor adoptării și implementării convergenței media asupra identității, valorilor și practicilor profesionale ale jurnaliștilor; analiza conținutului jurnalistice produs în mediu convergent; analiza percepțiilor jurnaliștilor autohtoni în raport cu fenomenul convergenței; elaborarea recomandărilor practice în vederea eficientizării activității jurnalistice în redacție convergentă.

Ipoteza de cercetare constă în ideea că jurnalismul convergent a influențat jurnalismul tradițional și modul de funcționare a elementelor sistemului mass-mediei, atât internațional, cât și autohton, generând modificări conceptuale ale proceselor și produselor jurnalistice contemporane.

Suportul metodologic al studiului include atât metode general-științifice, cât și particular-științifice de cercetare, printre care: documentarea științifică, metoda istorică, metoda comparativă, sinteza, observația, ancheta în bază de chestionar, interviul semistrukturat, grounded theory (teoria fundamentată), analiza cantitativă și calitativă. Studiul se sprijină conceptual pe trei abordări teoretice: *difuzarea inovațiilor*, *paradigma determinismului tehnologic* și *teoria culturii organizaționale fragmentate*. Pentru prelucrarea datelor culese prin observație și interviuri, a fost utilizat procedeul de codare, specific strategiilor orientate pe caz și pe variabile. Studiul abordează principiul de lucru al lui A.Strauss și J.Corbin (1990), pentru care procesul de analiză a datelor presupune codarea teoretică a datelor (codarea deschisă, codarea axială și codarea selectivă). Analiza rezultatelor a fost făcută conform unei grile inspirată din modelul sociologului E.Schein (2004), prin care studierea culturii din cadrul unei organizații se face pe trei niveluri: elemente observabile, valori expuse și asumate, precum și convingeri și credințe fundamentale. Metodele utilizate au facilitat finalizarea cercetării cu anumite concluzii și recomandări, care au rolul de a contribui la punerea în valoare a rezultatelor obținute.

Volumul și structura tezei. Lucrarea este expusă în 145 de pagini de text de bază, este alcătuită din introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie cu 256 de surse, 6 tabele și 5 anexe.

Din punct de vedere al noutății, lucrarea de față este prima în Republica Moldova care abordează conceptual și metodologic cercetarea acestui fenomen mediatic, având drept scop introducerea în circuitul științific a informațiilor care oferă posibilitatea conceptualizării rolului convergenței media. Originalitatea rezidă în cercetările realizate de autoare, rezultatele cărora au permis conturarea tabloului general a ceea ce, actualmente, constituie jurnalismul convergent ca proces și ca produs. Rezultatele obținute vor fi necesare jurnaliștilor și managerilor organizațiilor media, confrunțați cu provocările generate de tranziția la redacțiile convergente, dar și mediului academic, pus în fața situației de a face tranziția de la programa tradițională, la cea care include un fenomen jurnalistic nou.

Cuvinte-cheie: convergență mediatică, jurnalism convergent, redacție convergentă, mass-media, multimedia, cross-media, transmedia, tehnologie digitală.

CONȚINUTUL TEZEI

Teza de doctor a fost elaborată în conformitate cu rigorile înaintate de către Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare, stipulate în regulamentele în vigoare.

Lucrarea conține adnotări în limbile: română, engleză și rusă; introducere; un capitol metodico-istoriografic și două capitole care, la rândul lor, sunt divizate în subcapitole; concluzii generale și recomandări; bibliografie; anexe; CV-ul autorului.

În **Introducere** este abordată actualitatea și importanța temei prin evidențierea conceptelor ei oportune. Sunt descrise scopul și obiectivele studiului, ipoteza de cercetare, sinteza metodologiei și indicarea metodelor de cercetare alese, precum și sumarul capitolelor tezei, cu axarea pe investigațiile efectuate și necesitatea acestora pentru atingerea scopului și a obiectivelor cercetării.

Primul capitol, intitulat ***Fundamente teoretice și metodologice de cercetare a fenomenului convergenței mass-mediei***, include analiza spațio-temporală a discursului istoriografic cu referire la specificitatea jurnalismului convergent în contextul mediatic contemporan, metodologia de cercetare, precum și elucidarea cadrului de dezvoltare a jurnalismului convergent în plan internațional.

Fundamentarea teoretică a problemei investigate a impus valorificarea atât a studiilor care abordează nemijlocit convergența media, cât și a celor care scot în evidență activitatea funcțională a mass-mediei, în general. Or, anume lucrările respective au pus în aplicare cele mai diverse metode de cercetare științifică, ce au asigurat investigarea pe principii noi a fenomenului mediatic contemporan, parte a cărui este și obiectul nostru de cercetare – jurnalismul convergent. Pentru studiul de față, acestea au constituit baza teoretico-metodologică pe care s-a axat argumentarea locului, rolului și identității acestui fenomen în contextul mediatic autohton.

În funcție de mediul științific în care au apărut, studiile dedicate convergenței media pot fi clasificate în trei categorii. Astfel, deosebim studii care au apărut în:

- Occident: *Technologies of Freedom (Tehnologiile libertății)*, semnată de Ithiel de Sola Pool (1983); *Being Digital (Fiind digital)*, de N. Negroponte (1995); *Media work (Activitatea media)*, realizat de M. Deuze (2007); *Journalism and New Media (Jurnalismul și noile media)*, realizat de J. Pavlik (2001); *Questioning Convergence (Chestionarea convergenței)*, semnat de A. Fagerjord, T. Storsul (2007); *Convergence des médias (Convergența mediilor)*, de M. Gasher (2011); *The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms (Convergența continuă: Un model pentru studierea colaborării între redacțiile media)*, realizat de L. Daily, L. Demo, M. Spillman (2005); *The Meanings and*

Implications of Convergence (Semnificațiile și implicațiile convergenței, realizat de R.Gordon (2003) ș. a.

- Rusia: *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные (Jurnalismul și convergența: de ce și cum se transformă mass-media tradițională în multimedia)*, под ред. А.Г. Качкаевой (2010); *Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности (Convergența - posibilitatea jurnalismului universal în cadrul identității profesionale)*, semnat de А. А. Калмыков (2011); *Конвергенция как фактор жизнеспособности масс- медиу в цифровой среде. Теоретический аспект (Convergența ca factor al viabilității mass-media într-un mediu digital. Aspecte teoretice)*, semnat de С.Л.Уразова (2011) ș. a.

- România: *Jurnalismul online*, de A.B.Ulmanu (2009), *Gratificații ale new media în contextul decalajului digital*, de P. Ștefănescu (2011), *Fără granițe: efectele digitalizării în redacțiile de știri*, de R. M. Suțu (2015) ș.a.

În Republica Moldova, după cum a fost specificat anterior, până în prezent, nu au fost realizate studii complexe dedicate nemijlocit convergenței media. Singurele articole care au avut în vizor acest subiect au fost publicate de autoarea acestei lucrări doctorale, în diverse reviste științifice autohtone și internaționale. Trebuie însă menționat faptul că, prin implicit, convergența media a fost abordată și de cercetătoarea G.Stepanov, în lucrările: *The negative implications of modern information technologies on the printed press (Implicații negative ale tehnologiilor informaționale moderne în presa tipărită)* (2018), *The journalist – information sources relational organization: essence and objectives (Organizarea relațională journalist – sursă de informare: esență și obiective)*¹ (2017), *Creativitatea și procesul de creație în jurnalism* (2014); *New Media: accesibilitate și interacțiune*, de M. Tacu (2019), ș. a.

Studiile care au stat la baza conceptualizării fenomenului convergenței media au fost, de asemenea, clasificate și în funcție de perspectiva pe care o propun pentru abordarea obiectului investigat. Din acest punct de vedere am identificat două mari categorii:

- studii care încearcă să definească fenomenul convergenței și diversele modele și tipologii prin care poate fi reprezentat;
- studii care au examinat felul în care a fost adoptată și implementată convergența media de către organizațiile mediatice din întreaga lume.

Din prima categorie fac parte studiile teoretice care analizează tendințele dezvoltării tehnologice și schimbările aduse domeniului jurnalismului, precum și studiile care propun noi modele operaționale, în contextul „întâlnirii” tuturor formelor de jurnalism pe o singură platformă sau a contopirii diferitelor canale de comunicare într-unul singur. Printre acestea

menționăm: *Being Digital (Fiind digital)* (1995), de N.Negroponte; *Technologies of Freedom (Tehnologia libertății)* (1983), de Ithiel de Sola Pool; *Media work (Activitatea media)* (2007), de M.Deuze; *Media Convergence (Convergența media)* (2016), de T. Flew; *Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект (Convergența ca factor vital pentru mass-media în mediu digital. Aspect teoretic)* (2011), de С.Л.Уразова etc.

Indiferent de complexitatea studiilor realizate, toți cercetătorii menționați au avut drept obiectiv analiza schimbărilor din ultimii ani din domeniul jurnalismului, ca urmare a implementării noilor tehnologii digitale și trecerii la sistemul convergent de lucru. Aceștia descriu convergența mediatică ca fiind întâlnirea datelor, imaginilor, sunetului și industria telecomunicațiilor pe o platformă comună, ceea ce oferă posibilitatea atât jurnaliștilor, cât și celor care recepționează mesajul jurnalistic să folosească același dispozitiv pentru funcții multiple.

Din aceeași categorie, o importanță considerabilă în realizarea tezei de doctorat l-au avut studiile în care sunt expuse unele tipologii sau modele de convergență, ce funcționează pe post de abordări teoretice, pentru a ilustra și descrie diversele aspecte ale acestui fenomen mediatic. Anume aceste modele au servit drept bază pentru analiza convergenței media în Republica Moldova. Menționăm în acest sens studiile: *The Meanings and Implications of Convergence (Semnificațiile și implicațiile convergenței)*, realizat de cercetătorul R.Gordon (2003), *The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms (Convergența continuă: Un model pentru studierea colaborării între redacțiile media)*, realizat de de L.Dailey, L.Demo și M.Spillman (2005); *Questioning Convergence (Chestionarea convergenței)*, realizat de cercetătorii norvegieni A.Fagerjord și T.Storsul (2007) și *Newsroom integration in Austria, Spain and Germany (Integrarea redacțiilor în Austria, Spania și Germania)*, de J.A.Garcia-Avilés și colegii săi (2009) ș.a.

În cea de-a doua categorie au fost plasate studiile în care autorii își propun identificarea specificității funcționale și a identității conceptuale a redacțiilor convergente. Mai exact, studii în care autorii își propun să evidențieze aspectele de bază ale noului tip de redacție: relațiile care se stabilesc și se dezvoltă în cadrul redacției de știri convergente, provocările și dificultățile cu care se confruntă jurnaliștii ce lucrează în sistem convergent, percepția acestora față de schimbare, etapele pe care ar trebui să le urmeze organizațiile interesate de adoptarea și implementarea convergenței etc. Menționăm în acest sens următoarele studii: *Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in Media Organizations (Integrarea new media și mass-media vechi: șapte observații de convergență ca*

strategie pentru cele mai bune practici în organizațiile media), de G. Lawson-Borders (2003); *Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности* (Convergența - posibilitatea jurnalismului universal în cadrul identității profesionale), de A. A. Калмыков (2011); *Multiskilled journalists are prepared to tell stories in many forms* (Jurnaliștii cu experiență multiplă sunt pregătiți să spună povești în mai multe forme), de A. Grant (2004) ș.a.

Un rol aparte în realizarea prezentei teze de doctorat l-au avut lucrările consultate în vederea determinării percepțiilor jurnaliștilor despre convergența mediatică. Menționăm în acest sens următoarele studii: *Les journalistes face à la convergence des médias au Québec: un aperçu des raisons d'un rejet massif* (Jurnaliștii în fața convergenței media în Québec: o prezentare generală a motivelor de respingere masivă), de M.F. Bernier (2011); *Le journalisme face au Web: Reconfiguration des pratiques et des représentations professionnelles dans les rédactions belges francophones* (Jurnalismul în fața Webului: Reconfigurarea practicilor și reprezentărilor profesionale în redacțiile belgiene francofone), de A. Degand (2012); *Fără granițe: efectele digitalizării în redacțiile de știri*, de R. M. Suțu (2015) etc.

În atenția noastră au fost, de asemenea, și studiile dedicate calității produselor jurnalistice, datorită faptului că ele au conturat fundamentul pentru identificarea standardelor etice și deontologice utilizate în jurnalismul convergent. Între acestea se numără: *Le professionnalisme du flou: identité et savoir-faire des journalistes français* (Profesionalismul neclarității: identitatea și know-how-ul jurnaliștilor francezi), de D. Ruellan (1993); *Jurnaliștii: vedete, scribi sau conțopiști*, semnată de M. Palmer și D. Ruellan (2002); *Déontologie du Journalisme: Enjeux éthiques et identités professionnelles* (Deontologia jurnalistică: probleme etice și identități profesionale), semnat de B. Grevisse (2016);

Pentru evaluarea gradului de adaptare a cadrului normativ la noile schimbări datorate convergenței mediatice, au fost utilizate documente, prevederi, directive etc., printre care:

- internaționale: *Green Paper on convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology sectors, and the Implications for Regulation – Towards an Information Society Approach*, European Commission (Cartea verde a reglementărilor privind telecomunicațiile, mass-media și tehnologiile informaționale – Către o abordare a societății informaționale), publicat de Comisia Europeană în 1997; *Directiva 89/552/CEE a serviciilor mass-media audiovizuale, Declarația Universală a Drepturilor Omului* etc.;

- naționale: *Legea Presei, Legea privind accesul la informație, Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova* etc.

În baza cercetării surselor istoriografice la subiectul tezei, menționăm că convergența media este privită ca un proces inovator, o abordare diferită a selectării, producției și difuzării știrilor. Aceasta se referă la munca în echipă a jurnaliștilor, în redacții convergente, la folosirea în comun a informațiilor colectate și la distribuirea conținutului pe platforme diferite.

Un alt obiectiv al acestui capitol este identificarea, din perspectivă istorică, a modalităților de manifestare și a tendințelor de dezvoltare a convergenței ca fenomen mediatic cu identitate distinctă. În acest scop, am inițiat studiul intitulat *Cadrul de dezvoltare a convergenței în contextul mediatic contemporan*, în care este expusă o analiză a evoluției fenomenului convergenței de-a lungul anilor, este elucidat contextul în care s-a afirmat acesta, sunt identificați factorii care au contribuit la apariția fenomenului în cauză, în diferite părți ale lumii și sunt identificate tendințele lui de dezvoltare. Cercetarea în cauză ne permite să constatăm faptul că, la nivel global, convergența mediatică este pe larg dezbătută timp de cel puțin trei decenii. Fiind impulsionat de dezvoltarea tehnologiilor digitale, acest fenomen generează o serie de transformări intramediatică și extramediatică, care influențează semnificativ circuitul informațional, jurnalismul tradițional și relația mass-media – audiență. Implementarea tehnicilor convergente de către organizațiile mediatice a fost precedată de etape precum implementarea tehnologiilor informaționale, convergența sistemului telecomunicațiilor și industria calculatoarelor, diversificarea platformelor mediatice și însușirea tehnicilor multimedia, crearea paginilor electronice de către instituțiile media, ajustarea legislațiilor naționale și internaționale etc. Iar procesul nu se oprește aici. Or, ca tendință, convergența va continua să comporte schimbări în domeniul jurnalismului, mergând mână în mână cu schimbările tehnologice, politice, economice și sociale.

Capitolul al doilea, intitulat ***Repere conceptuale și modalități de manifestare ale jurnalismului convergent***, cuprinde analiza cadrului conceptual și funcțional al jurnalismului convergent, definirea, din perspectivă proprie, a termenilor *convergență media* și *jurnalism convergent*, precum și cele mai importante abordări teoretico-conceptuale expuse, până în prezent, de cercetătorii în domeniu. Totodată, sunt identificate funcțiile, rolurile, caracteristicile și particularitățile jurnalismului convergent, sunt detaliate diversele modele și forme de manifestare, cadrul de dezvoltare și tendințele acestuia în Republica Moldova. Tot în acest capitol este inclusă analiza cantitativă și calitativă a conținutului jurnalistic produs în sistem convergent, în cadrul redacției *General Media Group Corp SRL*, sunt identificate procedeele de mediatizare a realității, precum și strategiile și tehnicile utilizate în jurnalismul convergent autohton.

Până în prezent, încă nu există o definiție a convergenței media unanim acceptată, devenind astfel un concept cu multiple semnificații. Totuși, cercetătorii care au abordat în studiile lor această temă sunt unanimi în privința faptului că apariția convergenței media se datorează dezvoltării tehnologiilor digitale, or, anume acestea au impulsionat manifestarea rapidă și în extensiune a acestui fenomen.

În opinia noastră, *convergența mediatică* poate fi definită ca „proces inovator, datorat, în mod principal, dezvoltării tehnologiei digitale, care presupune punerea în comun a resurselor jurnalistice pentru producerea și difuzarea informațiilor pe platforme multiple, caracterizate de un anumit grad de cooperare”. Prin deducție, prin *jurnalism convergent* înțelegem „activitatea jurnalistică în redacție convergentă și rezultatul acesteia, care presupune atât integrarea tuturor formelor de prezentare a informației (text, audio, video) pe o singură platformă, cât și posibilitatea difuzării conținutului mediatic pe multiple platforme interdependente”.

Scopul și obiectivele jurnalismului convergent sunt orientate să răspundă, pe de o parte, provocărilor determinate de pătrunderea tehnologiilor digitale în activitatea jurnalistică, iar pe de altă parte, nevoilor informaționale ale consumatorilor de produse mediatic.

La etapa actuală, putem vorbi despre cel puțin trei dimensiuni de bază ale fenomenului convergenței: *convergența tehnologică*, *convergența economică* și *convergența de conținut*.

Cel mai des, acest fenomen este asociat cu dezvoltarea tehnologiei digitale. Caracteristica de bază a acesteia se referă la faptul că textul, imaginile (fixe și în mișcare) și sunetul pot fi codificate folosind același limbaj compus din șiruri simple de 0 și 1. Or, înainte de digitalizare, toate aceste forme media erau produse și transmise prin dispozitive diferite. Convergența tehnologică înlătură frontierele între diversele platforme mediatic, fiind astfel posibilă transmiterea conținutului în toate formatele pe un singur dispozitiv. De exemplu, telefonul mobil este folosit atât pentru a comunica, cât și pentru a citi ultimele informații, a asculta radioul sau a privi programele televizate. Astfel, cu World Wide Web, smartphone-uri, calculatoare, televizoare inteligente, precum și alte dispozitive digitale, miliarde de oameni au, acum, acces la conținut media, care, cândva, putea fi găsit doar în mass-media tradițională.

Cea de-a doua dimensiune a convergenței – *dimensiunea economică* – se referă la funcționarea de tip sinergie a diverselor tipuri de media, scopul organizației fiind atragerea avantajelor financiare. În acest sens, cercetătorii remarcă simplificarea procesului de producere a conținutului mediatic, lărgirea, accelerarea și facilitarea schimbului de informații. Consumatorii pot în orice moment accesa de pe dispozitivele personale (computer, telefon mobil, tabletă etc.) conținutul mediatic: emisiuni televizate sau radio, cărți, filme, muzică etc. Totodată, pentru instituțiile media, convergența media presupune și reducerea cheltuielilor de administrare și

întreținere a personalului (prin reducerea numărului de angajați). Or, în cadrul unei companii mediatice poate fi folosit același echipament pentru colectarea informației pentru toate tipurile de media, dar și realizarea materialelor de un singur jurnalist pentru mai multe platforme.

Convergența de conținut se referă la întâlnirea tuturor formelor de prezentare a informațiilor (text, audio, video) pe o singură platformă mediatică. A.-B.Ulmanu o numește „fenomenul de topire a granițelor dintre canalele mediatice”(2009, p.637), iar A.Fagerjord (2003) – *convergența retoricii*, prin „retorică” înțelegând „mijloace de expresie”, „strategii comunicative”, „practici discursive” sau „limbaj”. Din această perspectivă, convergența se referă la întâlnirea tuturor formelor de comunicare mediatică pe o singură platformă digitală, punctul forte al acesteia fiind faptul că „permite furnizarea informațiilor în cel mai eficient mod, despre lumea în care trăim, iar oamenilor li se oferă oportunitatea de a alege de unde să se informeze (din mediul online, de la televizor, radio sau presa scrisă)” (Kolodzy 2006).

S-ar putea ca pe viitor să fie adăugate și alte aspecte acestui fenomen, or, convergența mass-mediei este percepută de cercetătorii în domeniu ca un proces în continuă evoluție, nu un punct final.

La nivel organizațional, convergența implică un spațiu integrat pentru jurnaliștii ce activează pentru diferite tipuri de media, cu management comun și practici noi de lucru. Conținutul mediatic reprezintă efortul conjugat al unei echipe consolidate, care conștientizează importanța implicării fiecărui membru al redacției convergente.

Jurnalismul convergent ca proces impune cumularea și realizarea simultană a unor activități specifice, prin aceasta oferind societății anumite funcții mediatic-comunicaționale. Aceste funcții derivă, pe de o parte, din specificitatea jurnalismului convergent, iar, pe de altă parte, din funcțiile generale ale mass-mediei. Cele mai relevante sunt:

Funcția de informare, care, de altfel, este funcția de bază a mass-mediei din toate timpurile, de la apariția acesteia până în prezent. Nevoia de informații a omului este una dintre cele mai generale și fundamentale, și nu depinde neapărat de noile moduri de a face jurnalism. Constatăm totuși că, în era digitală, nevoia de informare este mult mai mare. Natura conținutului știrilor a fost inexorabil modificată, acestea putând fi actualizate din clipă în clipă.

Funcția interpretativă. Aceasta se referă la faptul că jurnaliștii selectează subiectele care urmează a fi difuzate și fac o ierarhizare a știrilor, în funcție de importanța lor și de domeniul la care se referă, deoarece „oamenii simt nevoia ca lumea care îi înconjoară să le fie prezentată în mod ordonat și coerent, încărcată de un anumit sens și ordonată după o anumită ierarhie, astfel încât, pornind de la aceste clasificări și interpretări, să poată lua mai ușor deciziile inerente existenței de zi cu zi” (Coman 2007, p. 116). În era convergenței mediatice, selectarea

evenimentelor ce urmează a fi difuzate se face la două niveluri: mai întâi jurnaliștii /reporterii selectează evenimentele pe care urmează să le transforme în produse jurnalistice, iar ulterior, managerii instituțiilor antrenate în diverse parteneriate convergente selectează materialul sau informația pe care o preiau de la instituția parteneră.

Funcția de conexiune. Prin informațiile pe care le difuzează, mass-media unește oamenii din locuri diferite, având culturi sau religii diferite, edifică rețele și relații sociale ample, participă la dezvoltarea unei conștiințe umane comune și la universalizarea valorilor umane. Prin difuzarea acelorași informații de mai multe instituții mediatice antrenate în diverse parteneriate convergente se formează comunități sociale și virtuale mult mai mari, care împărtășesc aceleași valori, convingeri și percepții, astfel încât pot iniția un dialog, își pot expune punctul de vedere sau își pot exprima acordul sau dezacordul în raport cu anumite subiecte.

Funcția de instruire. Prin transmiterea și promovarea unui anumit set de valori sau modele de comportament, mass-media contribuie la modelarea indivizilor. Prin funcționarea în regim convergent a instituțiilor mediatice, oamenii învață să recepționeze produsele convergente, familiarizându-se instant cu termenii multimedia necesari. Această funcție ilustrează perspectiva teoretică a *difuzării inovațiilor*, potrivit căreia diversele forme de transmitere a informației și interacțiunea jurnalistului cu publicul influențează semnificativ asupra adoptării inovației de către acesta din urmă.

O altă dimensiune a capitolului în cauză este identificarea diverselor tipologii sau modele de convergență, ce funcționează pe post de abordări teoretice. Acestea au servit drept bază pentru analiza convergenței media în Republica Moldova. Menționăm în acest sens modelul *convergența continuă* elaborat de cercetătorii americani L.Dailey, L.Demo și M. Spillman (2005), prin intermediul căruia poate fi descris modul de organizare a producției jurnalistice. Acesta e format din cinci niveluri de convergență media: *cross promotion* (promovarea reciprocă); *cloning* (clonarea); *coopetition* (cooperarea); *content sharing* (partajarea de conținut); *convergenceance* (convergența totală). Modelul în cauză a avut o contribuție importantă pentru înțelegerea obiectului nostru de studiu și elaborarea propriului model de cercetare, pe care l-am aplicat pentru analiza nivelului de convergență din cadrul holdingului *General Media Group Corp SRL*.

În aceeași ordine de idei, cercetătorul american R.Gordon (2003) a identificat cinci tipuri de convergență: *convergence: ownership* (convergența de proprietate); *convergence: tactics* (convergența tactică); *convergence: structure* (convergența structurală); *convergence: information gathering* (convergența de colectare a informației); *convergence: presentation*

(*convergența de prezentare*). Grație acestui model, a fost posibilă conturarea unui tablou general al mass-mediei autohtone și identificarea diverselor elemente de convergență adoptate.

O perspectivă de ansamblu asupra fenomenului convergenței în Republica Moldova a fost realizată în baza tipologiei propuse de cercetătorii norvegieni A.Fagerjord și T.Storsul (2007), care evidențiază șase interpretări ale convergenței: *network convergence* (*convergența rețelelor*); *terminal convergence* (*convergența terminalelor*); *service convergence* (*convergența serviciilor*); *rethorical convergence* (*convergența retoricii*); *market convergence* (*convergența pieței*); *regulatory convergence* (*convergența regimurilor de reglementare*).

Identificarea condițiilor și modalităților de manifestare a convergenței mediatice în Republica Moldova este un alt obiectiv al capitolului în cauză. Pentru aceasta, am inițiat studiul *Cadrul de dezvoltare a convergenței mediatice în Republica Moldova*, care reprezintă o analiză complexă a cadrului de dezvoltare a mass-mediei autohtone de la implementarea primelor tehnologii digitale de către instituțiile de presă, până în prezent. Studiul are ca obiectiv general de cercetare identificarea principalelor etape ale apariției convergenței mediatice în Republica Moldova și elucidarea specificității acesteia. În rezultatul analizei am identificat două etape de bază în dezvoltarea acestui fenomen:

- *perioada implementării noilor tehnologii de către instituțiile media moldovenești și apariția primelor trusturi media*, care începe la sfârșitul anilor '90 ai secolului trecut și durează până în anul 2009, când se prefigurează primele parteneriate mediatice de tip nou;

- *perioada concentrării diferitor tipuri de media în holdinguri de presă de format nou*, care începe în anul 2010 și durează până în prezent.

Cercetarea în cauză ne permite să constatăm faptul că, în Republica Moldova, primele forme ale convergenței mediatice au apărut de la sine, ca răspuns la noile tendințe mondiale. Acestea au fost precedate de implementarea tehnologiei digitale și, implicit, dezvoltarea jurnalismului online. Începând cu anii 2000, publicațiile tradiționale își creează versiuni online unde, pe aceeași platformă, informația este reprezentată sub formă de text, audio și video, ceea ce înseamnă convergența informației. Totodată, dezvoltarea vertiginoasă a domeniului telecomunicațiilor și interacțiunea cu industria calculatoarelor a dus la apariția unei noi forme de difuzare și recepționare a informației, prin care un singur dispozitiv îndeplinește funcții multiple. Concomitent, apar o serie de portaluri care nu au echivalent tradițional și se conturează primele parteneriate mediatice. Însă, concentrarea ulterioară a instituțiilor media în holdinguri de presă aparținând diversilor politicieni, indică faptul că, pe parcurs, acest fenomen a căpătat conotații politice. La aceste instituții se observă vădit influența politicului asupra conținutului jurnalistic, iar din această perspectivă, putem afirma că, deși, pe de o parte, există un anumit nivel de

convergență mediatică în companiile media autohtone, pe de altă parte, linia de demarcație dintre fenomenul convergenței și fenomenul concentrării proprietății media este extrem de fină, iar, uneori, inexistentă chiar. Mai mult, până în prezent, nu există o strategie de dezvoltare a domeniului mediatic autohton, care, implementată fiind, să conducă la o mai bună funcționare a sistemului mass-mediei în noua conjunctură.

Următorul studiu realizat în cadrul tezei de doctorat, *Specificul produselor mediatice autohtone realizate în sistem convergent*, are ca obiectiv general cercetarea și identificarea principalelor caracteristici ale materialelor jurnalistice autohtone produse în sistem convergent. Pentru realizarea acestuia, am inițiat un studiu de caz în baza posturilor de televiziune *Publika TV*, *Canal 2*, *Canal 3* și *Prime TV*, care fac parte din holdingul *General Media Group Corp SRL*. Pornind de la premisa că știrile sunt principalul produs mediatic din care oamenii se informează asupra actualității zilnice, am supus analizei doar principalele ediții informative ale celor patru posturi televizate. Astfel, pentru *Publika TV* am analizat buletinul de știri de la ora 17:00, *Newsroom*, care are o durată aproximativă de 30 de minute, fiind difuzate în medie 15 materiale. Pentru *Canal 2* am analizat ediția informativă de la ora 19:00, *Reporter*, care durează aproximativ 30 de minute și în care sunt difuzate circa 12 materiale jurnalistice. *Știrile Canal 3* de la ora 17:00 durează aproximativ 20 de minute și difuzează în medie 10 știri, iar principalul buletin informativ de la *Prime TV* – *Primele știri* – este difuzat la ora 21:00, durează aproximativ 50 de minute și sunt difuzate în medie 20 de materiale (fără știrile externe). Deși durata ediției informative de la *Prime TV* este mai mare comparativ cu celelalte posturi de televiziune supuse analizei, aceasta nu afectează principiul nostru de cercetare, deoarece numărul materialelor jurnalistice ce vizează tematica internă este aproximativ același. Diferența constă în faptul că în buletinul de știri de la *Prime TV* sunt difuzate mai multe știri externe decât la celelalte posturi de televiziune și, în același timp, conține rubrica de analiză *De Facto*, care durează în medie 7 minute. Anume din aceste considerente, în prezentul studiu, am analizat doar știrile interne.

Studiul este de tip longitudinal, fiind analizate principalele buletine informative difuzate în fiecare a treia săptămână din luna de mijloc a fiecărui anotimp a anului 2019, respectiv 14.01.2019 – 18.01.2019, 15.04.2019 – 19.04.2019, 15.07.2019 – 19.07.2019 și 14.10.2019 – 18.10.2019. Cercetarea a fost realizată în baza arhivelor electronice ale celor patru posturi televizate. În total, în cele patru perioade menționate, au fost difuzate 491 de materiale jurnalistice.

Materialele jurnalistice au fost supuse unei evaluări cantitative și calitative, pentru a determina tonalitatea reflectării și specificul produselor jurnalistice realizate în sistem convergent. Or, studiul a avut următoarele scopuri: stabilirea numărului total de materiale

jurnalistic informative și a numărului de materiale produse de fiecare element al sistemului mass-mediei în parte; stabilirea numărului de subiecte comune (care au fost difuzate la toate sau la câteva posturi), pentru a vedea gradul de convergență a conținuturilor difuzate; stabilirea formei de prezentare a materialelor jurnalistic pentru a vedea dacă au fost difuzate similar sau au fost adaptate/completate; identificarea compoziției, per ansamblu, a fluxului mediatic și a fluxurilor puse în circuitul informațional, în particular, de către posturile de televiziune enunțate mai sus.

Pentru realizarea celor menționate am aplicat un model propriu de cercetare, în baza căruia fiecare material a fost analizat conform următoarelor caracteristici/ variabile:

- *Repetare*: materialele jurnalistic sunt difuzate identic la toate posturile TV ale companiei mediatice. Doar coloana sonoră e diferită;
- *Adaptare*: produsele jurnalistic au fost adaptate. Aceasta poate însemna scurtarea materialului, excluderea stand-up-ului, dar este păstrată aceeași temă, același unghi de abordare și aceleași imagini și text;
- *Completare*: după o știre despre un anumit subiect la un canal TV apare un reportaj/relatare din teren/interviu mai detaliat la altul;
- *Unicitate*: un material jurnalistic este difuzat doar de un post de televiziune din cele patru menționate mai sus;
- *Diferență*: materialele jurnalistic difuzate la cele patru posturi TV au puncte de vedere/unghiuri de abordare diferite.

Analiza materialelor jurnalistic în funcție de cele cinci caracteristici a reliefat faptul că, la cele patru posturi televizate, materialele jurnalistic se repetă în proporție de 56 la sută (275 de materiale din totalul de 491). În unele cazuri, jurnaliștii recurg la reformularea textului sau modificarea unor construcții gramaticale, deși imaginile video și persoanele intervievate sunt aceleași. Acest lucru duce, pe de o parte, la uniformizarea conținutului mediatic, punând în pericol pluralismul și diversitatea în mass-media, iar pe de altă parte, la pierderea identității jurnalistic a autorului. Totodată, tendința de difuzare a conținutului mediatic pe platforme multiple poate duce la manipularea și dezinformarea consumatorilor.

În al treilea capitol – *Aspecte funcționale și competențe profesionale în jurnalismul convergent* – este analizată structura și conținutul redacțiilor de tip convergent, cadrul acțional și relațional al jurnaliștilor ce activează în sistem convergent, transformările tehnologice și schimbările organizaționale ce survin în redacțiile de știri ca urmare a adoptării și implementării convergenței media, precum și locul și rolul jurnalistului în noua conjunctură.

Din practica internațională, constatăm că nu există o regulă universală pe care trebuie să o respecte cu strictețe fiecare redacție care trece la modul de lucru multimedia sau convergent. Unii încep prin optimizarea spațiului de lucru – unesc mai multe redacții, micșorează numărul de angajați sau construiesc redacții noi, alții pornesc pe această cale prin pregătirea personalului și apoi schimbă structura redacției. Din punct de vedere structural, redacția trece prin modificări semnificative. Elementul central este biroul multimedia, numit și *Super Desk*, de unde sunt supervizate toate operațiunile de producție și difuzare a informației pe platforme multiple. Ideea pe care se pune accentul este de a elimina diferența și barierele dintre jurnaliștii clasici și jurnaliștii web. Pentru a face față noilor cerințe, jurnaliștii trebuie să însușească anumite abilități de ordin tehnic, dar și obiceiuri noi de comportament în redacție. Organizarea relațională și comportamentul jurnalistic în sistem convergent sunt dictate de caracterul imprevizibil și imediat al evenimentelor, de necesitatea de a acționa și a primi operativ informațiile necesare, de obligativitatea cunoașterii specificului fiecărui tip de media și necesitatea unei cooperări eficiente între membrii redacției.

Capitolul al treilea, de asemenea, include datele obținute în urma evaluării viziunilor jurnaliștilor privind jurnalismul convergent ca proces și ca produs mediatic, precum și privind cadrul lor relațional și acțional. În vederea realizării acestui obiectiv, am conceput și elaborat studiul *Percepțiile jurnaliștilor în raport cu convergența media*, care a fost realizat în perioada septembrie – decembrie 2018, în baza anchetei și a interviului semistrukturat. Acestea au permis realizarea unei analize complexe a opiniilor jurnaliștilor autohtoni privind cadrul relațional și cel acțional în jurnalismul convergent. În cadrul anchetei în bază de chestionar, în total, au fost intervievați 60 de jurnaliști din cadrul holdingurilor *General Media Group* și *Jurnal Trust Media*, a *IP Compania „Teleradio Moldova”*, a postului de televiziune *TV8* și a ziarului *Observatorul de Nord*. Ținând cont de noutatea fenomenului cercetat și de nivelul relativ scăzut de adoptare a convergenței de către mass-media autohtonă, scopul anchetei nu a fost reprezentativitatea, ci identificarea stării de spirit și a opiniilor jurnaliștilor moldoveni în raport cu obiectul nostru de cercetare.

Pentru interviuri au fost selectați 12 respondenți: un expert media de la Asociația Presei Electronice și 11 jurnaliști de pe diferite segmente (reporteri, redactori, realizatori de emisiuni televizate) de la următoarele instituții media: *Publika TV*, *Radio Moldova*, *Moldova 1*, *Radio Moldova Tineret*, *TV8*, *Centrul mass-media militară* și *diez.md*. Unii dintre aceștia au activat anterior în redacții tradiționale, iar acum activează în sistem convergent, astfel încât au putut explica diferența și veni cu informații utile în ceea ce privește tema cercetării. Alții lucrează în instituții media în care convergența încă nu a fost implementată și vin cu argumente de ce ar

trebui sau nu să se treacă la un astfel de mod de lucru. O altă parte din jurnaliști nu a activat niciodată în redacții tradiționale, de aceea perspectiva acestora în raport cu fenomenul studiat este, de asemenea, importantă pentru a o compara cu a celor care cunosc specificul ambelor sisteme de lucru.

Întrebările din chestionar (15 la număr) și interviul semistrukturat (19 la număr) au vizat două aspecte. Primul a inclus întrebări privind jurnalismul convergent ca proces. Acesta se referă la determinarea nivelului de conștientizare a fenomenului convergenței, percepția jurnaliștilor față de calitatea și credibilitatea produselor de tip convergent, evidențierea avantajelor și dezavantajelor convergenței, precum și dificultățile cu care se confruntă jurnaliștii care lucrează în redacție convergentă. Cel de-al doilea aspect se referă la opinia jurnaliștilor privind gradul de implementare a tehnicilor convergente în instituțiile de presă autohtone, a efectelor asupra domeniului jurnalismului autohton și implicarea publicului în activitatea jurnalistică odată cu trecerea la sistemul convergent.

Astfel, cercetarea prin anchetare a demonstrat, cu variații nesemnificative, o unanimitate a jurnaliștilor referitoare la: natura fenomenului convergenței, competențele necesare pentru a lucra în sistem convergent, calitatea produselor de tip convergent, credibilitatea informațiilor care circulă online, avantajele și dezavantajele implementării convergenței mediatice, dificultățile cu care se confruntă jurnaliștii ce lucrează în redacții convergente și rolul publicului în activitatea jurnalistică. De asemenea, rezultatele cercetării au scos în evidență faptul că, în percepția jurnaliștilor autohtoni, implementarea convergenței este o strategie economică pentru instituțiile mediatice. Acestea din urmă obțin beneficii financiare din posibilitatea de a produce mai mult conținut cu aceleași resurse.

Gradul de percepție și părerile jurnaliștilor sunt diferite în raport cu: efectele convergenței asupra domeniului jurnalismului, factorii care stabilesc agenda mediatică și măsura în care le reușește să fie obiectivi și să respecte normele deontologice. Rezultatele au demonstrat că 48% din jurnaliștii chestionați consideră că fenomenul convergenței are efecte pozitive asupra domeniului jurnalismului, iar 30 la sută – efecte negative. Percepțiile jurnaliștilor sunt influențate de vârsta și de stagiul de muncă în mass-media. Jurnaliștii începători, cu vârsta cuprinsă între 18-29 de ani, cu stagiul de muncă în presă de până la 3 ani sunt mai optimiști în privința efectelor pozitive ale acestui fenomen, iar jurnaliștii cu vârsta cuprinsă între 45-59 de ani, care activează în presă mai mult de 10 ani, sunt mai sceptici în privința calității produselor de tip convergent.

Jurnaliștii intervievați au exprimat definiții complexe și au interpretat în mod diferit convergența mediatică. Definițiile furnizate se încadrează în două tipuri de abordări teoretice, care au fost detaliate în capitolul doi al tezei. Prima abordare se referă la schimbările în

activitatea de zi cu zi a jurnaliștilor odată cu implementarea practicilor convergente, transformându-i în *jurnaliști universali, oameni-orchestra, jurnaliști multi-calificați, transprofesioniști etc.*, noțiuni care semnifică *unul le face pe toate*. Cea de-a doua abordare definește convergența media ca pe un mod de eficientizare a activității jurnalistice, prin transmiterea informației în diferite formate, pe multiple platforme.

Totodată, s-au conturat două viziuni diferite și în ceea ce privește activitatea în redacțiile convergente. O parte din jurnaliștii intervievați consideră că practicile de lucru convergente presupun o strânsă colaborare și implicarea mai multor jurnaliști pentru realizarea unui material, iar o altă parte din respondenți susține că schimbările țin de volumul mai mare de lucru pentru fiecare jurnalist, deoarece sunt nevoiți să colecteze informații în diferite formate și să producă știri pentru platforme multiple.

Părerile sunt diferite și la capitolul influența convergenței asupra valorilor și identității profesionale. Unii jurnaliștii sunt de părere că fenomenul convergenței nu influențează valorile și identitatea profesională, deoarece noul sistem de lucru este doar o formă mai avansată de a practica jurnalismul. Alții însă consideră că fenomenul convergenței influențează negativ valorile și identitatea profesională, deoarece volumul mare de lucru poate slăbi calitatea produselor mediatice. Cu toate acestea, jurnaliștii autohtoni sunt unanimi în privința faptului că sistemul convergent lărgeste spațiul informării și accelerează timpul, operativitatea fiind o condiție esențială pentru buna funcționare a redacției.

Răspunsurile jurnaliștilor intervievați reliefează faptul că principalele abilități pe care trebuie să le dețină pentru a activa cu succes în redacție convergentă sunt operativitatea, responsabilitatea și cunoștințele tehnice necesare realizării produselor de tip convergent.

Analiza chestionarelor și a interviurilor cu jurnaliștii din RM confirmă faptul că, în mass-media autohtonă, convergența este încă în fază inițială. Se atestă un număr foarte mic de redacții convergente, motivul fiind în primul rând de ordin financiar. Ca o continuare logică, și calitatea produselor de tip convergent nu este încă la nivelul corespunzător. Informațiile nu sunt suficient de bine adaptate platformelor mediatice. În unele cazuri, sunt încălcate normele etice și de stil, invocându-se lipsa de timp.

Principalele dificultăți în sistem convergent sunt, potrivit jurnaliștilor autohtoni, presiunea de a lucra pentru mai multe platforme simultan, necesitatea însușirii în continuu a tehnologiilor digitale, volumul mai mare de lucru și adoptarea unei mentalități noi. În pofida acestor provocări, respondenții consideră totuși că convergența este un fenomen firesc, o altă etapă în jurnalism, pe care trebuie să o parcurgă ghidați de principiile etice și valorile profesionale.

Principalele beneficii ale convergenței mediatice sunt noile oportunități de exprimare și autopromovare, cooperarea intensă atât între membrii redacției, cât și între jurnaliști și public, dobândirea noilor competențe de lucru cu noile tehnologii și interactivitatea produselor media.

Abordarea jurnaliștilor autohtoni ilustrează perspectiva tehnologic deterministă a lui M.McLuhan (1962), potrivit căreia suportul pe care este fixat mesajul este net superior cuvintelor, sunetelor sau imaginilor. Fiecare mediu, prin specificitatea lui tehnologică, modifică felul în care individul percepe lumea, iar mass-media reprezintă extensii ale simțurilor și uneltelor folosite de oameni. Perfecționările mijloacelor de comunicare se bazează pe transferul folosirii unui simț spre altul, ceea ce determină o anumită modificare a experiențelor anterioare.

Totodată, răspunsurile oferite în cadrul interviurilor și chestionarelor se încadrează în perspectiva teoretică a culturii organizaționale fragmentate, potrivit căreia interpretările atribuite aceluiași fenomen sunt diferite în funcție de percepția fiecărui membru al unui grup.

În ultimul compartiment al lucrării sunt incluse concluziile generale și recomandările ce au rezultat din studiul efectuat asupra specificității și evoluției jurnalismului convergent, a tendințelor lui de dezvoltare și a opțiunilor funcționale. Sunt prezentate structurat rezultatele obținute, corelate cu tema, ipoteza, scopul și obiectivele tezei; este evidențiată măsura în care au fost atinse obiectivele cercetării și este descrisă contribuția personală, cu sublinierea semnificației teoretice și valorii practice a acesteia.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Cercetarea jurnalismului convergent ca fenomen mediatic cu identitate distinctă a implicat multiple aspecte, între care: specificitatea acestuia, condițiile de afirmare, factorii declanșatori, modalitățile de colectare a informațiilor, de producere și de distribuire a produselor mediatice, structura și principiile de funcționare a redacțiilor convergente, provocările cu care se confruntă jurnaliștii ce activează în sistem convergent etc. Abordarea complexă a fenomenului a scos în evidență atât avantajele adoptării și implementării convergenței mediatice, cât și dezavantajele trecerii la acest sistem de lucru, iar rezultatele cercetării au confirmat pe deplin ipoteza expusă în introducerea lucrării.

Problema științifică importantă soluționată rezidă în elucidarea cadrului de apariție și dezvoltare a convergenței ca fenomen media, identificarea condițiilor de manifestare a convergenței mediatice și a tendințelor jurnalismului convergent în Republica Moldova, analiza influenței convergenței media asupra identității, valorilor și practicilor profesionale ale jurnaliștilor, elucidarea specificității produsului mediatic pus în circuitul informațional în condițiile convergenței media, precum și identificarea percepțiilor jurnaliștilor autohtoni despre acest fenomen.

Contribuția autoarei a constatat în elucidarea specificității jurnalismului convergent în Republica Moldova, identificarea reperelor și opțiunilor sale funcționale, evaluarea locului, rolului și a funcțiilor jurnalismului convergent în contextul mediatic contemporan, descrierea evoluției convergenței mediatice atât la nivel internațional, cât și național, stabilirea gradului de implementare și adoptare a convergenței media în RM, determinarea specificului produselor jurnalistice difuzate de organizațiile media, care au adoptat și implementat convergența mediatică, precum și stabilirea tendințelor de dezvoltare a acestui fenomen. Cercetarea științifică aduce în prim-plan opiniile jurnaliștilor autohtoni afectați, mai mult sau mai puțin, de convergența media sau schimbările din ultimii ani din domeniu, evidențiind provocările, dificultățile, avantajele sau efectele negative ale convergenței mediatice.

Lucrarea pune începutul unui nou domeniu de cercetare, neexplorat până acum în Republica Moldova, dar care începe să prindă contur prin intermediul studiilor și articolelor publicate de către autoare la această tematică. Or, rezultatele obținute, ideile, concluziile și recomandările științifice expuse în conținutul lucrării se regăsesc în 15 publicații științifice și au fost prezentate în cadrul a 13 conferințe științifice naționale și internaționale. Valoarea teoretică și aplicativă a lucrării este de natură științifico-didactică și practică propriu-zisă. Sub aspect teoretic, studiul poate constitui o bază solidă de date pentru cercetătorii care vor să dezvolte

această tematică. Răspunsurile oferite pot folosi la emiterea unor ipoteze noi, deoarece reflectă provocările cu care se confruntă jurnaliștii ca urmare a trecerii la sistemul convergent. Totodată, studiul poate constitui și o sursă valoroasă de documentare pentru oamenii de afaceri și investitorii care intenționează să deschidă și dezvolte afaceri în domeniul mediatic de tip convergent. Sub aspect didactic, el este util atât pentru conceptualizarea și elaborarea unor cursuri academice noi, cât și pentru predarea cursurilor academice existente. În plan practic, concluziile și recomandările pot fi aplicate de către jurnaliștii și managerii instituțiilor mediatice, în calitate de suport concepțional pentru identificarea soluțiilor de eficientizare a activității jurnalistice în redacțiile convergente.

În baza cercetării particularităților și tendințelor convergenței mediatice, autoarea a formulat următoarele concluzii generale:

1. Convergența mediatică este un proces inovator, datorat, în mod principal, dezvoltării tehnologiei digitale, care presupune punerea în comun a resurselor jurnalistice pentru producerea și difuzarea informațiilor pe platforme multiple, caracterizate de un anumit grad de cooperare. Sintagma *jurnalism convergent* desemnează activitatea în comun a jurnaliștilor în redacție convergentă și produsul activității lor profesionale, care, pe de o parte, presupune integrarea tuturor formelor de jurnalism pe o singură platformă, iar pe de altă parte, posibilitatea difuzării conținutului jurnalistic pe multiple platforme interdependente (subcapitolul 2.1) (Gugulan 2017a).

2. Convergența mediatică vizează două aspecte de bază. Primul se referă la schimbările aduse de acest fenomen profesiei de jurnalist, tendința fiind de transformare din ziarist, jurnalist radio sau TV, în jurnalist care poate produce conținut mediatic pentru toate tipurile de media. Cea de-a doua abordare se referă la eficientizarea activității jurnalistice, prin transmiterea informației în diferite formate, pe multiple platforme (subcapitolul 3.3) (Gugulan 2018a).

3. Redacția convergentă este diferită de cea tradițională nu doar din punct de vedere structural, ci și organizațional. Jurnaliștii împărtășesc valori profesionale comune, de aceea, atitudinea competitivă este înlocuită prin cooperare. Or, în sistem convergent, modelul relațional se sprijină pe colaborare și schimb de informații. Jurnaliștii pun accentul pe difuzarea unui produs de calitate la care și-a adus contribuția fiecare. Întreaga echipă lucrează pentru un produs comun, scopul final fiind atragerea unui public cât mai vast (subcapitolul 3.1) (Gugulan 2017d).

4. Fenomenul convergenței mediatice a pătruns în câmpul de interes al cercetătorilor în domeniu la sfârșitul anilor '70 ai secolului trecut, însă, mai pe larg și multispectual, acest fenomen a început a fi abordat începând cu anii '90 ai secolului trecut, când, pe continentul

american, apar primele parteneriate convergente. În foarte scurt timp, acest format de jurnalism s-a extins și în țările Europei de Vest (subcapitolul 1.2).

5. În Republica Moldova, primul pas spre convergență – dezvoltarea mediului online – a fost făcut în anii 2000, odată cu intrarea în circuit a tehnologiilor informaționale și expansiunea Internetului pe piața mediatică, iar primele forme propriu-zise de convergență au apărut abia în anul 2010, odată cu lansarea holdingurilor de presă *Jurnal Trust Media* și *General Media Group SRL* (subcapitolul 2.3) (Gugulan 2020a).

6. Instituțiile mass-mediei autohtone prezintă vădit tendințe de extindere și de modificare a activităților tradiționale și implicarea tot mai activă a lor în jurnalismul online. Aceasta generează modificări conceptuale nu doar la nivelul formelor de expresie sau al tehnicilor de realizare a materialelor, ci și la nivel de identitate a acestora, deoarece, acestea obțin un statut dublu – de ziar/agenție/televiziune etc. și de portal de știri, în același timp. Acest fenomen demonstrează cert că convergența mediatică a devenit o practică frecventă în jurnalismul autohton (subcapitolul 2.3).

7. Convergența mediatică are atât avantaje, cât și dezavantaje. Pe de o parte, noile modalități de comunicare au dezvoltat potențialul libertății de exprimare și au extins sfera culturii umane. Pe de altă parte, convergența a dus la creșterea numărului marilor proprietari de corporații, al căror scop principal este profitul, ceea ce duce, inevitabil, la diminuarea credibilității mass-mediei și a calității produselor jurnalistice. Totodată, repetarea aceluiași conținut jurnalistic pe mai multe platforme duce la uniformizarea conținutului mediatic și la pierderea identității jurnalistice (subcapitolul 2.3) (Gugulan 2017e).

8. În pofida efectelor negative ale fenomenului convergenței mediatice, acesta prezintă vădit tendințe evolutive. Este o altă etapă în jurnalismul autohton, care nu poate fi evitată, deoarece este în strânsă legătură cu dezvoltarea continuă a tehnologiei digitale. Trebuie însă parcursă în conformitate cu principiile etice și valorile profesionale pentru ca produsele media convergente să confere credibilitate (subcapitolul 3.3).

În baza rezultatelor obținute prin valorificarea științifică a obiectivelor stabilite, propunem un șir de recomandări în vederea perfecționării jurnalismului convergent autohton ca proces și ca produs și trecerii cu succes la sistemul convergent a instituțiilor media care își propun acest lucru.

Recomandări de ordin general:

1. Consolidarea eforturilor organizațiilor care asigură instruirea și formarea continuă a jurnaliștilor spre organizarea unor traininguri sau mese rotunde, în cadrul cărora să fie dezbătute aspectele ce țin de trecerea la sistemul convergent: avantajele și dezavantajele pentru jurnaliști și

organizațiile media, dificultățile de implementare, consecințele negative ale adoptării convergenței media, problemele de etică profesională și de etică managerială etc., în scopul formării unei culturi instituționale responsabile.

2. Monitorizarea și analiza calității produselor jurnalistice autohtone realizate în sistem convergent atât de către Consiliul Audiovizualului (CA), cât și de către ONG-urile de profil. Rezultatele obținute ar permite instituțiilor respective să elaboreze recomandări practice privind conceperea politicilor editoriale ale instituțiilor de presă implicate în diverse parteneriate convergente și implementarea strategiilor de mediatizare a realității de pe poziții principial noi.

Recomandări de ordin normativ:

1. Revizuirea cadrului legislativ ce vizează domeniul mediatic prin includerea aspectelor de bază legate de convergența mediatică și mediile online. Or, actualmente, în Republica Moldova, acestea încă nu constituie obiectul separat al vreunui act legislativ, motiv pentru care, pe de o parte, se atestă apariția unei serii de portaluri dubioase, care răspândesc conținut manipulator și falsuri mediatice, autoritățile fiind neputincioase în a întreprinde anumite acțiuni împotriva lor, iar, pe de altă parte, în spatele convergenței mediatice se ascunde concentrarea proprietății mediatice.

2. Revizuirea Cadrului Național al Calificărilor în vederea ajustării acestuia la noile schimbări conceptuale și funcționale ale jurnalismului contemporan, determinate de fenomenul convergenței.

3. Reevaluarea curriculei la specialitatea *Jurnalism și procese mediatice*, prin includerea mai multor discipline de studiu pe profilul jurnalismului convergent, fapt care ar familiariza viitorii jurnaliști cu acest nou fenomen mediatic și ar furniza instrumente teoretice și metodologice pentru a percepe și analiza schimbările survenite la nivelul culturii organizațiilor media și al profesiei.

4. Revizuirea planurilor de învățământ la specialitatea *Jurnalism și procese mediatice* prin extinderea numărului de ore practice la această disciplină, în scopul pregătirii viitorilor jurnaliști pentru a lucra în redacții convergente și a face față dificultăților pe care le comportă noul sistem de lucru.

BIBLIOGRAFIE

1. BERNIER, M.-F. 2011. Les journalistes face à la convergence des médias au Québec: un aperçu des raisons d'un rejet massif. În: *Canadian Journal of Communication*, vol. 35, nr. 4, pp. 565- 573. ISSN 0705-3657.
2. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova [online]. *Consiliul de Presă*, 2019 [citat 07.08.2019]. Disponibil: <https://consiliuldepresa.md/ro/page/codul-deontologic-al-jurnalistului-din-r-moldova>.
3. COMAN, M. 2007. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom. 357 p. ISBN 978-973-46-0811-9.
4. DAILY, L., DEMO, L., SPILLMAN, M. 2005. The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms. În: *Atlantic Journal of Communication*, vol. 13, nr. 3, pp. 150-168. ISSN 1545-6870.
5. DE SOLA POOL, I. 1983. *Technologies of Freedom*. Cambridge: Harvard University Press. 299 p. ISBN 978-0674872332.
6. Declarația Universală a Drepturilor Omului din 10.09.1948 [online]. ONU, 1948 [citat 20.10.2018]. Disponibil: <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/22751>.
7. DEGAND, A. 2012. *Le journalisme face au web: reconfiguration des pratiques et des représentations professionnelles dans les rédactions belges francophones*. Belgique: Presses universitaires de Louvain. 552 p. ISBN 978-2-87558-082-5.
8. DEUZE, M. 2004. What is multimedia journalism? În: *Journalism Studies* [online], vol. 5, nr. 2, pp. 139-152 [citat 13.04.2017]. ISSN 1461-670X. Disponibil: https://www.academia.edu/709236/What_is_Multimedia_Journalism.
9. DEUZE, M. 2005. *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. London: Sage Publications, vol 6, nr.4 pp. 442-464 . [citat pe 22.04.2017]. Disponibil: https://www.slideshare.net/ana_adi/deuze-2005-what-is-journalism-presentation.
10. DEUZE, M. 2007. *Media work*. Cambridge: Polity Press. 278 p. ISBN 978-07456-3924-6.
11. Directiva 89/552/CEE a Consiliului din 3 octombrie 1989 privind coordonarea anumitor acte cu putere de lege și acte administrative ale statelor membre cu privire la desfășurarea activităților de difuzare a programelor de televiziune. În: *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*, 17.10.1989, nr. L298, pp. 23-60 [citat 22.01.2019]. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro/TXT/?uri=CELEX:31989L0552>.
12. ERDAL, I.J. 2008. *Cross-Media News Journalism*: doct. thesis. Oslo. 210 p.
13. FAGERJORD, A., STORSUL, T. 2007. Questioning Convergence. In: STORSUL, T. and STUEDAHL, D. (eds). *Ambivalence towards convergence: digitalization and media change*. Göteborg: Göteborgs universitet, pp. 19-31 [citat pe 19.05.2015]. Disponibil: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37257/Ambivalence%20Fagerjord%20%26%20Storsul.pdf?sequence=1>.
14. FLEW, T. 2016. Media convergence. In: *Encyclopedia Britannica* [online]. [citat pe 10.12.2016]. Disponibil: <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>.
15. GARCIA- AVILES, J.A. ș.a. 2009. Newsroom integration in Austria, Spain and Germany. În: *Journalism Practice*, vol. 3, nr.3, pp.285-303. ISSN 1751-2786. [citat pe 29.12.2016]. Disponibil: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512780902798638>.
16. GASHER, M. 2011. *Convergence des médias* [online]. [citat pe 7.11.2016]. Disponibil: <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/media-convergence/>.
17. GORDON, R. 2003. The Meanings and Implications of Convergence. In: K. KAWAMOTO, eds. *Digital journalism. Emerging Media and the changing Horizons of Journalism*. New York: Rowman & Littlefield Publishers Inc., pp. 57-73. ISBN 978-0742526815.

18. GRANT, A. 2004. Multiskilled journalists are prepared to tell stories in many forms. În: *The Convergeance Newsletter*, vol. 2, nr.1. [citat pe 19.04.2017]. Disponibil: <http://sc.edu/cmci/archive/convergence/issue12.html>.
19. Green Paper on the convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology sectors, and the Implications for Regulation – Towards an Information Society Approach. *European Commission*, Green Paper COM (97)623 [citat 03.12.2019]. Disponibil: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:l24165>.
20. GREVISSE, B. 2016. *Déontologie du Journalisme: Enjeux éthiques et identités professionnelles*. 2^e édition. Belgique: De Boeck Supérieur. 320 p. ISBN 9782807300392.
21. KOŁODZY, J. 2006. *Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media*. New York: Rowman & Littlefield Publishers Inc. ISBN-10: 0-7425-3886-9. [citat pe 25.04.2016]. Disponibil: https://books.google.be/books?id=oaM6ux8OT3QC&pg=PA78&hl=ro&source=gb_s_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false.
22. KOŁODZY, J. 2009. Convergeance explained: Playing Catch-up with the News Consumer. In: A.E.GRANT and J.S.WILKINSON, eds. *Understanding Media Convergeance: The State of the Field*. New York: Oxford University Press, pp.31-51. ISBN 9780195327779.
23. KOŁODZY, J. 2013. *Practicing Convergeance Journalism: An Introduction to Cross-Media Storytelling*. New York: Routledge. 204 p. ISBN 978-0-415-89030-4.
24. LAWSON-BORDERS, G. 2003. Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in Media Organizations. În: *The International Journal on Media Management*, vol. 5, nr. 2, pp. 91-99. ISSN 1424-1277. [citat pe 19.12.2016]. Disponibil: <http://www.mediajournal.org/index.php/jmm/article/viewFile/10/3>.
25. Lege privind accesul la informație : nr. 982 din 11.05.2000. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2000, nr. 88-90, 664 [citat 12.03.2018]. Disponibil: <http://lex.justice.md/md/311759/>.
26. Legea Presei: nr.243 din 26.10.1994. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 1995, nr. 2, 12 [citat 12.03.2018]. Disponibil: <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=311633>.
27. MARIN, C. 1998. Comunicare instituțională. Chișinău: Centrul Tehnologiei Informaționale ale FJȘC, C.C.R.E. „Presa”. 180 p. ISBN 5-85268-263-2.
28. MARIN, C. 2016. Mass-media și activitatea editorială. In: *Republica Moldova: Enciclopedie*. Chișinău: Biblioteca Științifică Centrală „A.Lupan” (Institut) a AȘM. Pp. 761-778. ISBN 978-9975-0-8.
29. MCLLUHAN, M. 1962. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto. 293 p. ISBN 978-0-8020-6041-9.
30. NEGROPONTE, N. 1995. *Being Digital*. New York: Alfred A.Knopf. 243 p. ISBN 978-0679762904.
31. PALMER, M., RUELLAN, D. 2002. *Jurnaliștii: vedete, scribi sau conțopiști*. București: Tritonic. 196 p. ISBN 973-8051-59-2.
32. PAVLIK, J. 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press. 264 p. ISBN 978-0231114837.
33. RUELLAN, D. 1993. *Le professionnalisme du flou: identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble. 240 p. ISBN 2706105038.
34. SCHEIN, E.H. 2004. *Organizational Culture and Leadership*. Third edition. San Francisco, CA: Jossey-Bass. 464 p. ISBN 0-7879-7597-4.
35. Site-ul Publika TV. Disponibil: <https://www.publika.md/emisiuni/2492.html>

36. Site-ul Canal 2. Disponibil: <http://www.canal2.md/category/emisiuni/reporter>
37. Site-ul Canal 3. Disponibil: <https://www.canal3.md/>
38. Site-ul Prime TV. Disponibil: <https://prime.md/ro/emisiuni.html>
39. STEPANOV, G. 2016. *Jurnalismul social din Republica Moldova: proces de creație, cadru relațional și produse mediatice*: Teză de dr.hab. în științe ale comunicării. 334 p.
40. STEPANOV, G. 2018. The negative implications of modern information technologies on the printed press. În: *International Journal of Communication Research*, vol. 8, issue 4, pp. 326-331. ISSN 2246-9265.
41. STRAUSS, A. L., CORBIN, J. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Londra: Sage Publications. 270 p. ISBN 978-0803932517.
42. ȘTEFĂNESCU, P. 2011. New Media Gratifications in the Digital Divide Context. În: *Logos Universalitate Mentalitate Educație Nouitate. Secțiunea științe sociale*. Iași: Lumen. Vol. 3, pp.15-30. ISBN 978-973-166-251-0.
43. ȘUȚU, R. M. 2015. *Fără granițe: Efectele digitalizării în redacțiile de știri*. București: Editura Universității din București. 276 p. ISBN 978-606-16-0626-9.
44. TACU, M. 2019. New Media: accesibilitate și interacțiune. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 7-8 noiembrie 2019. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp. 18-22. 260 p. ISBN 978-9975-149-51-8.
45. ȚURCANU, D. 2015. Despre libertatea presei și democrație. În: *Rezumate ale comunicărilor. Conferința Științifică Națională cu Participare Internațională „Integrare prin cercetare și inovare”*. Chișinău: CEP USM, pp. 11-12. ISBN 978-9975-71-704-53.
46. ULMANU, A.-B. 2009. Jurnalismul online. În: *Manual de jurnalism*. Coordonat de M.Coman. Ed a 3- a, rev. Iași: Polirom. 688 p. ISBN: 978-973-46-1239-0.
47. БАРАНОВА, Е.А. 2016. Этапы развития процесса медиаконвергенции (в попытках описать глобальные изменения в развитии СМИ в 1990-2015 гг.). В: *Коммуникология*, Т. 4, №.2, с.170-193. ISSN 2311-3065.
48. БАРАНОВА, Е. А. 2017. Новые журналистские компетенции в условиях медиаконвергенции: мифы и реальность. В: *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, т. 22. № 1. с. 177-188. [citat 02.01.2020]. ISSN: 2312-9247. DOI: 10.22363/2312-9220-2017-22-1-177-188.
49. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные [online] / под ред. А.Г. Качкаевой. Москва, 2010. 200 с. [citat 04.05.2017]. Disponibil: <http://www.newsman.tsu.ru/2014/02/zhurnalistika-i-konvergenciya-pod-red-a-kachkaevoy/>.
50. КАЛМЫКОВ, А. А. 2011. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. În: *Оптимальные коммуникации*. 28 aprilie 2011 [citat 02.05.2017]. Disponibil: jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/#b003.
51. УРАЗОВА, С.Л. 2011. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект. În: *Филология Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, vol. 1, nr. 5, pp. 287-293. ISSN 1993-1778. [citat 04.05.2017]. Disponibil: http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99999999_West_2011_5/48.pdf.

PUBLICAȚII LA TEMA ZILEI

Articole în reviste

1. GUGULAN, M. 2017a. Aspecte funcționale ale redacțiilor mediatiche de tip convergent. În: *Convergențe spirituale Iași-Chișinău*, nr. 12-13, pp. 126-133. ISSN 2343-9661.
2. GUGULAN, M. 2017b. Jurnalismul convergent: particularități și tendințe. În: *Convergențe spirituale Iași-Chișinău*, nr. 12-13, pp. 113-117. ISSN 2343-9661.
3. GUGULAN, M. 2017c. Convergența mass-mediei ca proces: abordări conceptuale. În: *Studia Universitatis Moldaviae. Seria Științe Sociale* [online]. Nr.3. (103), pp. 30-35. ISSN 1814-3199. Disponibil: <http://oaji.net/articles/2017/2053-1497002347.pdf>
4. GUGULAN, M. 2017e. Tranziția la redacția convergentă: provocări, avantaje și dezavantaje. În: *Studia Universitatis Moldaviae. Seria Științe Sociale* [online].Nr.8. (108), pp. 3-8. ISSN 1814-3199. Disponibil: <https://pdfs.semanticscholar.org/9b7d/88d18ce0bc7c82ba6dc0e1ee188eddb867f.pdf>
5. GUGULAN, M. 2019b. Convergența media în percepția jurnaliștilor din Republica Moldova. În: *Moldoscopie. Probleme de analiză politică*. An.23, nr. 4 (87), pp.142-149. ISSN 1812-2566.
6. GUGULAN, M. 2019c. Phenomenon of media convergence in the Republic of Moldova: conditions of affirmation and forms of manifestation. În: *International Journal of Communication Research*, vol. 9, Issue 4. ISSN 2246-9265. Disponibil: https://www.ijcr.eu/articole/472_011%20MARIA%20GUGULAN%20354-364.pdf
7. GUGULAN, M. 2020a. Fenomenul convergenței media în Republica Moldova: condiții de afirmare și forme de manifestare. În: *Studia Universitatis Moldaviae. Seria Științe Sociale* [online]. Nr.3.(133), pp. 43-52. ISSN 1814-3199. Disponibil: <http://studiamsu.eu/wp-content/uploads/06.-p.43-52.pdf>
8. GUGULAN, M. 2020b. Modalități de manifestare a convergenței media în Republica Moldova. În: *Studia Universitatis Moldaviae. Seria Științe Sociale* [online]. Nr.3.(133), pp. 60-66. ISSN 1814-3199. Disponibil: <http://studiamsu.eu/wp-content/uploads/08.-p.60-661.pdf>
9. GUGULAN, M. 2020c. Condiții de afirmare a jurnalismului convergent în contextul mediatic contemporan. În: *Moldoscopie. Probleme de analiză politică*. An.24, nr. 1 (88), pp.139-147. ISSN 1812-2566.

Articole în lucrările conferințelor

1. GUGULAN, M. 2016a. Convergența media: avantaje și dezavantaje. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 28-29 septembrie 2016. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp. 217-220. 318p. ISBN 978-9975-71-813-4. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/220-223_2.pdf
2. GUGULAN, M. 2016b. Norme deontologice pe rețelele de socializare. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 28-29 septembrie 2016. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp. 220-223. 318p. ISBN 978-9975-71-813-4. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/220-223_2.pdf
3. GUGULAN, M. 2017d. Redacția convergentă: caracteristici și practici de lucru. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 9 -10 noiembrie 2017. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp. 35-38. 416 p. ISBN 978-9975-71-7014.
4. GUGULAN, M. 2018a. Competențe și abilități profesionale ale angajaților instituțiilor media de tip convergent. În: M.LESCU, coord. *Creativitate în jurnalism*. Chișinău: CEP USM, pp. 147-160. ISBN 978-9975-142-34-2. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/147-160.pdf
5. GUGULAN, M. 2018b. Jurnalistul în condițiile convergenței mediatice: cadrul relațional instituțional și practici operaționale. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 8-9 noiembrie 2018. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp.133-136. ISBN 978-9975-142-48-9. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/133-136_9.pdf
6. GUGULAN, M. 2019a. Redacțiile media de tip convergent: structură și conținut. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare. Conferința științifică cu participare internațională, 7-8 noiembrie 2019. Rezumate ale comunicărilor. Științe socioumaniste*. Chișinău: CEP USM, pp. 50-54. 260 p. ISBN 978-9975-149-51-8. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/50-54_11.pdf

ADNOTARE

Autor: GUGULAN Maria. **Jurnalismul convergent ca fenomen mediatic: particularități și tendințe.** Teză de doctor în științe ale comunicării la specialitatea 571. 01 – Jurnalism și procese mediatice. Chișinău, 2021.

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 256 de titluri, partea principală din 145 de pagini, 6 tabele și 5 anexe.

Cuvinte-cheie: convergența media, jurnalism convergent, redacție convergentă, mass-media, tehnologie digitală, jurnalism tradițional, multimedia, cross-media, transmedia.

Scopul lucrării: determinarea specificului jurnalismului convergent ca proces și produs; elucidarea efectelor tranziției la redacția convergentă și analizarea gradului de influență a noilor tehnologii și tehnici de lucru asupra valorilor, rolului și identității profesionale a jurnalistului.

Obiectivele cercetării: dezvăluirea esenței jurnalismului convergent ca fenomen mediatic cu identitate distinctă; evidențierea aspectelor structurale și compoziționale ale redacțiilor convergente; analiza conținutului jurnalistic produs în mediu convergent, în Republica Moldova; analiza opiniilor jurnaliștilor autohtoni despre convergența mediatică.

Noutatea și originalitatea științifică: elucidarea specificității activității jurnalistice în redacție convergentă, precum și în identificarea tendințelor de dezvoltare a jurnalismului convergent în Republica Moldova.

Rezultatul obținut care contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante constă în fundamentarea din punct de vedere științific și metodologic a fenomenului convergenței mediatice, ceea ce a condus la identificarea opțiunilor și tendințelor jurnalismului convergent în Republica Moldova, fapt ce a permis determinarea influenței adoptării și implementării convergenței media asupra identității, valorilor și practicilor profesionale ale jurnaliștilor și elucidarea specificității produsului mediatic realizat în sistem convergent.

Semnificația teoretică a tezei rezidă în crearea unui cadru teoretic de analiză a convergenței mediatice din perspectivă conceptuală, structurală și funcțională.

Valoarea aplicativă a lucrării este atât de natură științifico-didactică, cât și practică. În plan teoretic, studiul poate servi în calitate de punct de reper pentru cercetări științifice noi, iar sub aspect didactic, va fi util pentru conceptualizarea și elaborarea unor cursuri academice noi. În plan practic, concluziile și recomandările pot fi aplicate de către jurnaliștii și managerii instituțiilor media pentru eficientizarea activității în redacțiile convergente.

Implementarea rezultatelor științifice: rezultatele științifice au fost implementate prin publicarea a 15 articole și studii și prin contribuții la conferințe naționale și internaționale.

АННОТАЦИЯ

Автор: ГУГУЛАН Мария. **Конвергентная журналистика как медийный феномен: особенности и тенденции.** Диссертация на соискание степени доктора коммуникационных наук, Кишинёв, 2021.

Структура диссертации: введение, три главы, общие выводы и рекомендации, библиография (256 наименований), 145 страниц основного текста, 6 таблиц, 5 приложений.

Ключевые слова: медиаконвергенция медиа, конвергентная журналистика, конвергентная редакция, медиа, цифровые технологии, традиционная журналистика, мультимедиа, кросс-медиа, трансмедиа.

Цель и задачи диссертации: определение специфики конвергентной журналистики как процесса и продукта; выяснение последствий перехода к конвергентному редакционному анализу степени влияния новых технологий и методов работы на ценности, роль и профессиональную идентичность журналиста.

Новизна и научная оригинальность заключаются в выяснении специфики журналистской деятельности в конвергентной редакции, а также в выявлении тенденций развития конвергентной журналистики в Республике Молдова.

Полученный результат, способствующий решению важной научной проблемы заключается в научно-методологическом обосновании феномена конвергенции СМИ, что привело к выявлению вариантов и направлений конвергентной журналистики в Республике Молдова, что позволило определить влияние принятия и внедрения конвергенции. СМИ о личности, ценностях и профессиональной практике журналистов и выяснение специфики медиа-продукта, реализованного в конвергентной системе.

Теоретическая ценность заключается в создании теоретической основы для анализа конвергенции СМИ с концептуальной, структурной и функциональной точки зрения.

Практическая ценность. Теоретически, исследование может служить отправной точкой для новых научных исследований, и с дидактической точки зрения оно будет полезно для концептуализации и разработки новых академических курсов. В практическом плане выводы и рекомендации могут применяться журналистами и руководителями медийных учреждений для упорядочения их деятельности в конвергентных редакциях.

Внедрение научных результатов: научные результаты, полученные в ходе исследований, были использованы при написании 15-ти статей и исследований, а также путем участия в национальных и международных конференциях.

ANNOTATION

Author: GUGULAN Maria. **Convergent journalism as a media phenomenon: particularities and trends.** PhD thesis in communication sciences at the specialty 571. 01 - Journalism and media processes. Chisinau, 2021.

Thesis structure: introduction, 3 chapters, general conclusions and recommendations, bibliography of 256 titles, 145 pages of main text, 6 tables and 5 annexes.

Keywords: media convergence, convergent journalism, convergent newsroom, mass media, digital technology, traditional journalism, multimedia, cross-media, transmedia.

Field of study: Communication Sciences.

The aim of the work: determining the specificity of convergent journalism as a process and a product; elucidating the effects of the transition to the convergent newsroom and analyzing the degree of influence of the new technologies and working techniques on the journalist identity.

Objectives: revealing the essence of convergent journalism as a media phenomenon with a distinct identity; identifying the benchmarks and functional options of convergent journalism in the Republic of Moldova; studying the structural and compositional aspects of convergent newsrooms; analysis of the journalistic content produced in a convergent environment; analysis of the opinions of local journalists on media convergence.

Scientific novelty consists in elucidating the specificity of the journalistic activity in the convergent newsroom, as well as in identifying the trends of development of convergent journalism in the Republic of Moldova.

The obtained result that contributes to the solution of an important scientific problem consists in the scientific and methodological foundation of the phenomenon of media convergence, which led to the identification of the options and trends of convergent journalism in the Republic of Moldova, which allowed to determine the influence of the adoption and implementation of the convergence media on the identity, values and professional practices of journalists and elucidation of the specificity of the media product realized in convergent system.

The theoretical significance of the thesis lies in the creation of a theoretical framework for analyzing media convergence from the conceptual, structural and functional perspective.

The value of the work: implementation of the proposed recommendations can make efficient convergent journalism in Moldova, and the scientific results can serve as a methodological basis for developing the editorial policies of media institutions.

Implementation of scientific results: Scientific results have been implemented through the publication of 15 articles, studies and contributions to national and international conferences.

GUGULAN MARIA

**JURNALISMUL CONVERGENT CA FENOMEN MEDIATIC:
PARTICULARITĂȚI ȘI TENDINȚE**

571. 01 JURNALISM ȘI PROCESE MEDIATICE

Rezumatul tezei de doctor în științe ale comunicării

Aprobat spre tipar: 13.04.2021

Formatul hârtiei 60x84 1/16

Hârtie offset. Tipar offset.

Tiraj 35 exemplare

Coli de tipar: 2.1

Comanda nr. 61

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
Str. Al. Mateevici, 60. Chișinău, MD 2009