

Libris.RO

Respect pentru oameni și cărți

Rodica Melinda Șuțu
Jurnalismul convergent

Copyright@ Rodica Melinda Șuțu
Copyright@ TRITONIC pentru ediția prezentă

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
ȘUȚU, RODICA MELINDA
Jurnalismul convergent / Rodica Melinda Șuțu
Editura Tritonic, București, 2019

ISBN: 978-606-749-422-8

Editor: Bogdan Hrib
Coperta: Alexandra Bardan
Tiparul realizat în România

Orice reproducere, totală sau parțială a acestei lucrări, fără acordul scris al editorului, este strict interzisă și se pedepsește conform Legii dreptului de autor.

RODICA MELINDA ȘUȚU

JURNALISMUL CONVERGENT

București 2019



CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	9
Capitolul 1 INTRODUCERE	11
1.1 Dezvoltarea tehnologiei	16
1.2 Oportunități și dificultăți	18
Capitolul 2 DIRECȚII DE CERCETARE	21
2.1. Teoriile relevante	21
2.2 Delimitări ale domeniului	36
2.3 Modele aplicative	48
Capitolul 3 JURNALIȘTII ȘI NOILE TEHNOLOGII	63
3.1 Abordări conceptuale	66
3.2. Convergența media pentru jurnaliști	78
3.3 Noi practici, roluri și ritualuri	107
3.4 Provocări și efecte negative	129
Capitolul 4 REDACȚIA DE ȘTIRI CONVERGENTĂ	171
4.1 Competențe și abilități necesare	172
4.2 Schimbări în cultura organizațională	179
4.3 Etape de implementare a noilor tehnologii.....	199
4.4 Norme pentru manageri	224
Capitolul 5. CONCLUZII	240
REFERINȚE	254

Evident că pe lângă avantajele vizibile pentru industria media și public au apărut și noi provocări la adresa identității, culturii și valorilor profesionale, rolurilor și practicilor de lucru. Ceea ce contează este calitatea informației, sursele din care aceasta provine, contextul în care este plasată, acuratețea și echilibrul știrii, susțin jurnaliștii. Însă este greu de evaluat în ce măsură publicul mai este interesat de știrile produse și scrise de profesioniști, în manieră profesionistă. Există pericolul să dispară jurnalismul, prin înlocuirea lui cu circulația liberă a informației, pe o piață media unde oricine are acces la tehnologie poate transmite mesaje și influența opiniei? Însuși titlul volumului sugerează rezolvarea acestei dileme.

CAPITOLUL 1 INTRODUCERE

Jurnaliștii de azi au ajuns în situația de a nu mai fixa termenelimită în activitatea lor, pentru că trăiesc o continuă stare de *breaking news*. Reporterii postează informația mai întâi în rețelele sociale, televiziunile difuzează din ce în ce mai des imagini trimise de telespectatori, organizațiile de presă sau jurnaliștii independenți folosesc noile tehnologii pentru promovarea știrilor, iar publicul se implică din ce în ce mai mult în modelarea conținutului media și în structurarea modului în care informația este selectată, ierarhizată și livrată. Folosirea mai multor tipuri de media în sistem convergent a influențat decisiv vizibilitatea în spațiul public a unor evenimente naționale majore de tipul alegerilor prezidențiale din 2014, protestelor anti-corupție din 2018, alegerilor euro-parlamentare din 2019 și vizitei Papei Francisc în România în 2019.

Dezvoltarea tehnologiei a dat un nou sens relației dintre jurnaliști- public și a provocat, la nivel global, mai mult ca oricând în istorie, transformări radicale în activitățile de zi cu zi ale celor care activează în instituțiile

de presă. La modul general, convergența înseamnă a practica jurnalismul și a produce și difuza știri în mediul cel mai potrivit pentru evenimentul relatat (Quinn & Filak, 2005). Cercetătorii și practicienii din domeniul mass-media au definit convergența ca modalitate inovatoare de practicare a jurnalismului, prin deschiderea spre nou, spre diversitate, prin împărtășirea de idei și asumarea de riscuri din partea jurnaliștilor și companiilor media care vor să satisfacă nevoile și cerințele publicului (Kolodzy, 2009).

La nivelul individual al jurnalistului, convergența media îl vizează pe profesionistul multispecializat, care are capacitatea de a colecta, redacta, edita și transmite informație de tip text și imagine (Bulla, 2002; Pavlik, 2001). La nivel organizational, conceptul de convergență se referă la munca de echipă a jurnaliștilor care în trecut au lucrat doar pentru presa scrisă, televiziune sau radio, care folosesc în comun informațiile colectate, în cadrul unor parteneriate prin care reporterii și editorii produc conținut de tip text sau audio-video pe care îl distribuie pe platforme de știri multiple (Singer, 2004; Dailey *et al.*, 2004; Kraepelin & Criado, 2009).

Și în România convergența media a modificat semnificativ organizarea internă a instituțiilor de presă, procesele de producție și difuzare a știrilor, a multiplicat platformele de distribuție a informației și a influențat radical felul în care profesioniștii din media se raportează

la publicul lor. Jurnaliștii care lucrează independent sau în cadrul unor instituții media, precum și coordonatorii redacțiilor de știri din România au fost nevoiți să traverseze diverse etape de integrare a noilor tehnologii și adaptare la noile fluxuri de producție. Lucrările anterioare ale autoarei acestui volum au abordat convergența atât din punctul de vedere al jurnaliștilor care lucrează pentru platforme media multiple cât și al managerilor care se ocupă cu transformarea redacției de știri tradiționale într-un spațiu de lucru multimedia. Rezultatele au evidențiat aspecte diverse ale convergenței media, de la aplicarea unor modele de analiză construite de cercetători americani asupra unor companii media românești (2011), până la etnografii ale unor organizații media care au realizat convergența totală, prin digitalizarea și integrarea tuturor activităților de presă online, de televiziune și radio într-o redacție comună (Șuțu, 2015).

Aceast volum explică ce reprezintă convergența atât pentru jurnaliști și manageri de presă, cât și pentru consumatorii de media, ce este jurnalismul de tip convergent și de ce este relevant în acest moment, cum ne afectează pe fiecare dintre noi, și care sunt mecanismele prin care îi conectează pe toți cei care au contact cu diverse forme ale informației.

Pentru a înțelege cum funcționează aceste concepte pe piața media, este necesară prezentarea cadrului teoretic în care a fost definită și analizată convergența media, precum

și a studiilor anterioare despre experimentele de jurnalism convergent. În acest sens, volumul aduce în prim plan teoriile relevante care au dus la conturarea și stabilirea direcțiilor de cercetare în domeniul convergenței media. De asemenea, în prima parte a acestei cărți sunt descrise și explicate modelele operaționale construite de cercetătorii americani care au studiat dinamica implementării convergenței și care pot fi aplicate asupra organizațiilor media românești care au făcut trecerea de la redacția de știri tradițională la cea de tip convergent.

Însă partea cea mai consistentă, care dă greutate volumului, sunt mărturiile profesioniștilor media din Statele Unite ale Americii și din România, pe care autoarea i-a intervievat în perioada 2014-2019. Ei lucrează sau au lucrat în organizații tradiționale (TVR, CNN, The Washington Post), regionale și locale (Centrul de Inovație Media, Radio Reșita, Sarasota Herald Tribune) sau exclusiv online (hotnews, g4media.ro). Toți au trecut prin diverse etape de adoptarea a noilor practici și strategii de lucru în sistem digital și pot vorbi, din experiența, despre avantajele și provocările jurnalismului convergent.

Volumul de față vine cu o abordare practică, necesară pentru literatura de specialitate și industria media din România, care duc lipsă de analize punctuale și ghiduri de lucru pentru activitățile jurnalistice convergente din organizațiile cu echipe mici, independente sau din cadrul redacțiilor multimedia ale instituțiilor de presă cu

vechime și tradiție în industrie. Mărturiile jurnaliștilor români din organizații media aflate în diverse etape de adoptare a noilor tehnologii documentează schimbările survenite la nivel individual și organizațional, alături de rezultatele obținute de autoare prin observarea directă a activităților din redacțiile de presă scrisă, online, radio și de televiziune. De asemenea, interviurile cu jurnaliștii americani documentează experiența aplicării unor modele de convergență media din diverse companii și ilustrează rezultatele diferite obținute prin folosirea unor strategii diverse de adoptare și implementare a noilor tehnologii în redacțiile de știri din Statele Unite ale Americii.

Acest volum are capacitatea de a atrage un public divers, de la profesioniștii din mass media până la studenții și profesorii de la facultățile de jurnalism, comunicare, management și sociologie. Cartea se adresează în același timp mediului academic, aflat în situația de a face tranziția de la programa tradițională la cea de tip multimedia, cercetătorilor care analizează schimbările din profesie și din cultura organizațională, și managerilor și jurnaliștilor din instituțiile mass-media, confrunțați cu provocările generate de trecerea de la redacția de știri clasică la cea care funcționează în sistem convergent.

Dezvoltarea tehnologiei digitale s-a dovedit o forță considerabilă în poziționarea convergenței ca fenomen care traversează granițele între diverse tipuri de media. O mare parte din definițiile convergenței media s-au concentrat pe dimensiunea tehnologică, cum este cazul lui Grant (2006) sau al lui Burnett și Marshall (2003), care au văzut-o ca pe un melanj între mass-media și industriile telecomunicațiilor și computerelor, care formează împreună o tehnologie mediată, aflată la intersecția dintre tehnologiile media, industriei, conținut și public. Mark Deuze (2007) consideră convergența tehnologică o unificare a elementelor de imagine, sunet, telecomunicații și date pe o platformă comună, proces posibil datorită digitalizării acestor tehnologii până atunci separate.

Din punct de vedere tehnologic, convergența media este definită ca proces inovator de punere în comun a resurselor jurnalistice, prin dezvoltarea de versiuni multiple ale aceleiași informații în știri pentru online, televiziune, radio și presa tipărită, în cadrul aceleiași organizații media sau a unor instituții media partenere. Convergența apare ca o construcție a unui sistem tehnologic nou de producție a știrilor, care implică adoptarea și implementarea unui proces de producție și distribuție digitală, redefinește practicile și așezarea în spațiu a redacției de știri, regândește rolurile și valorile

jurnalistice și multiplică platformele de publicare (Boczkowski, 2004; Mico *et al.*, 2013; Rabasca, 2001; Larrondo *et al.*, 2016).

Din perspectiva jurnalistică, convergența este definită ca abordare nouă a selectării, producției și difuzării de știri, prin utilizarea tuturor tipurilor de media la potențialul lor optim, cu scopul de a atrage un public divers și din ce în ce mai dispersat (Kolodzy, 2009; Deuze, 2007).

Jane Singer (2004) vine cu o abordare mai inclusivă: o perspectivă care combină profesia, tehnologia și disponibilitatea spațială din redacțiile tradiționale de presă scrisă, audiovizuală și online. Atunci când se referă la convergența media, Kraeplin și Criado (2009) accentuează folosirea în comun a conținutului provenit din media tradiționale, prin realizarea de parteneriate în care jurnaliștii din online, audiovizual și presa tipărită lucrează împreună și difuzează conținut pe platforme multiple.

Cele mai multe încercări de a defini convergența media au venit din rândul cercetătorilor care au avut nevoie de un cadru teoretic în care să-și dezvolte studiul sau din partea profesioniștilor media care au furnizat recomandări și sfaturi despre cele mai bune practici în redacția multimedia (Dailey *et al.*, 2005). În multe cazuri autorii au construit modele sau tipologii care funcționează pe post de abordări teoretice, în scopul de a ilustra sau de a descrie aspecte diferite ale convergenței media (Gordon, 2005; Dailey *et al.*, 2005; Dupagne & Garrison, 2006; Carr, 2007).

Dezvoltarea tehnologiei digitale a determinat transformări semnificative în structura și practicile redacțiilor de știri și a modificat substanțial modalitățile prin care jurnaliștii își colectează informația și își elaborează, promovează și difuzează mesajele. Profesioniștii din mass media românească și internațională au fost nevoiți să adopte, în ritmuri diferite și la niveluri diferite, convergența media, ca pe o consecință firească a dezvoltării tehnologiei. În mod evident, schimbările din peisajul tehnologic au antrenat importante transformări sociale și culturale.

Managerii și jurnaliștii români și americani pe care autoarea acestui volum i-a intervievat pe parcursul a 5 ani de investigație științifică au oferit definiții complexe și au interpretat în mod diferit consecințele convergenței. Însă toți au înțeles atât avantajele cât și provocările pentru piața media și pentru profesie și au acceptat ca iminentă adoptarea convergenței media la diverse niveluri ale redacției de știri. Astfel, organizațiile media din România își mută conținutul pe online, iar cele din Statele Unite au construit redacții unitare, în care posturile de televiziune și radio, alături de site-urile web, funcționează integrat, în regim de redacție multimedia. Atât jurnaliștii americani cât și cei români își promovează produsele mediatice prin

rețelele de socializare de tip Facebook, în România, și Twitter, în Statele Unite. Atât unii cât și alții au fost nevoiți să folosească instrumentele tehnologice și editoriale specifice unor tipuri de media pe care le considerau concurente în perioada presei tradiționale. Mai mult, au învățat să-și gândească, scrie și difuzeze produsele jurnalistice pe mai multe platforme simultan.

În acest volum sunt analizate procesele prin care trec jurnaliștii profesioniști și modalitățile prin care valorile, rolurile și identitatea profesională sunt influențate sau transformate în cadrul schimbărilor radicale survenite prin adoptarea și implementarea noilor tehnologii și tehnici de lucru. Profesioniștii din industria mass-media sunt puși în situația de a-și extinde competențele dobândite prin activitatea în redacțiile de știri tradiționale într-un mediu nou, în care sunt nevoiți să lucreze în echipă cu jurnaliști din media diferite, cu care au fost în competiție în trecut. La nivelul organizației media, sunt analizate efectele tranziției de la redacția tradițională de presă scrisă sau audio-vizuală, în care jurnaliștii lucrează pentru un singur tip de media, la redacția convergentă, unde jurnaliștii trebuie să furnizeze simultan conținut pentru media diferite. De asemenea, sunt analizate reacțiile jurnaliștilor independenți sau colaboratori ai diverselor organizații media, care trebuie să-și adapteze mentalitatea și practicile de lucru la noile cerințe ale pieței media.

Obiectivul principal al acestui volum este identificarea