

# Internetul și schimbările în presa scrisă

**Îndrumător:** prof. univ. dr. Cseke Peter

**Doctorand:** Nicolae Urs

Această lucrare își propune să analizeze modurile în care apariția și dezvoltarea internetului au influențat presa scrisă.

Am început să lucrez la această teză în aceeași perioadă în care primele efecte ale crizei financiare își făceau simțite prezența atât Statele Unite cât și în România. Pe parcursul documentării, cercetarea și evenimentele de pe piața media și de cea a presei scrise în special m-au dus într-o altă direcție decât cea pe care am intenționat să o dezvolt inițial. Publicațiile au fost prinse în cercul vicios al tăierilor de cheltuieli (determinate de reducerea substanțială a bugetelor de publicitate), tăieri care duceau la scăderea calității, la scăderea vânzărilor și a veniturilor, întorcându-se apoi pentru reînceperea cercului la reducerile de cheltuieli. Această criză a presei scrise a făcut ca optimismul debordant pe care îl simțeam în ceea ce privește potențialele beneficii pe care internetul le-ar putea aduce jurnalismului în general să se transforme într-un pesimism relativ și circumspect.

Am încercat să aflu care sunt motivele pentru care internetul are un asemenea efect asupra presei tipărite, ce aduce el în plus în peisajul mediatic și ce zone ale jurnalismului sunt îmbogățite sau, dimpotrivă, sărăcite, odată cu conectarea la rețea a unui număr din ce în ce mai mare de oameni.

Am fost de asemenea interesat de modul în care au reacționat ziarurile atunci când au mai fost confruntate cu apariția unor tehnologii perturbatoare (telegraful, radioul, televiziunea). Răspunsul pe care presa tipărită l-a dat în acele situații ar putea să ofere unele idei pentru transformarea jurnalelor de astăzi.

Pentru a putea evidenția o eventuală legătură între apariția internetului și transformările pe care acesta le-a avut asupra modului în care ziariștii își scriu articolele și asupra subiectelor pe care aleg să le trateze în paginile jurnalelor, am ales 4 cotidiene naționale (**Adevărul**, **Cotidianul**, **Evenimentul Zilei** și **Ziua**) și am analizat edițiile tipărite din anii 1995, 2003 și 2010 (pentru 2010 doar **Adevărul** și **Evenimentul Zilei** au fost analizate în versiunea tipărită,

celelalte două ziare încetându-și apariția la sfârșitul anului 2009) și edițiile online ale acestor ziare din anii 2003 și 2010 (de asemenea, și ca un avertisment în ceea ce privește dezavantajul edițiilor digitale, în timpul efectuării cercetării, arhivele articolelor publicate în edițiile online din anul 2003 ale publicațiilor **Ziua** și **Cotidianul** au dispărut și nu am mai reușit să obțin acces pentru a le studia).

## Cadrul general

Ziarele și televiziunile au fost prea mult timp obișnuite să impună agenda publică. Cu această obișnuință a propriei importanțe (am putea spune chiar omnipotențe) pe scena mediatică, jurnaliștii și proprietarii trusturilor media au crezut că nimeni și nimic nu le poate amenința dominația. Apariția internetului a schimbat raporturile de putere în relația dintre mass-media și opinia publică, iar utilitatea jurnalistului profesionist a fost pusă în discuție. E adevărat că ziarele, televiziunile și radiourile au colonizat acest nou mediu de comunicare destul de rapid, dar multă vreme au părut incapabile să îi înțeleagă idiosincraziile, așa încât site-urile lor erau doar o extensie puțin importantă și erau tratate ca atare (materiale copiate din edițiile tipărite sau secvențe din emisiunile difuzate). Schimbarea adusă era însă profundă. Treptat, ziarele și televiziunile au realizat că nu mai erau singurele surse de informare cotidiene. Ezitant la început, apoi cu tot mai mult entuziasm, instituțiile de presă tradiționale au investit resurse – financiare, materiale și umane – din ce în ce mai importante în dezvoltarea edițiilor online. Pe măsură ce veniturile din publicitatea pe internet au început să crească, publicațiile exclusiv online au început și ele să atragă tot mai mulți utilizatori. Blogurile și rețelele sociale nu au făcut decât să aglomereze și mai mult această junglă informațională, în care găsirea informației a devenit problematică, nu din cauza sărăciei ofertei, ci din cauza abundenței ei. Iar aici cercul se închide, întrucât, pentru a ne descurca în acest ocean informațional, avem nevoie de oameni antrenați să trieze cantități uriașe de date și să extragă doar ce este relevant, important și interesant, într-un mod echilibrat și nepărtinitor. *Id est* definiția jurnalistului.

Pe lângă lucrurile benefice pe care internetul le aduce în domeniul jurnalismului, acest nou mediu de comunicare în masă, care tinde să le înglobeze, de fapt, treptat, pe toate celelalte, aduce și amenințarea dispariției presei scrise așa cum o cunoaștem astăzi. Această amenințare este cu atât mai importantă cu cât este coroborată cu perioada de criză economică și financiară prin care trec țările dezvoltate. Chiar dacă, în acest moment, doar jurnalele tipărite par a avea

probleme care să le pună în discuție existența, posturile de televiziune și cele de radio vor simți și ele, foarte probabil, aceleași efecte, odată cu modificarea preferințelor de consum mediatic ale publicului.

Scăderea numărului de jurnaliști din cadrul redacțiilor ziarelor, falimentul și dispariția unui număr impresionant de publicații stârnesc așa de multă îngrijorare în lumea jurnaliștilor pentru că redacțiile de presă scrisă au realizat și realizează încă marea majoritate a muncii de teren, cea care duce la descoperirea subiectelor potențial interesante pentru public; pe aceste subiecte, găsite de reporterii ziarelor, se bazează în mare parte jurnalismul celorlalte medii de difuzare în masă: televiziuni, radiouri sau site-uri, bloguri și forumuri de discuții. Criza prin care trece presa tipărită pune în discuție capacitatea jurnalismului de a-și îndeplini în continuare rolul social.

## **Structura lucrării**

În prima parte a lucrării am făcut o succintă prezentare a revoluției informaționale determinată de apariția internetului. Modul în care tehnologia influențează dezvoltarea societăților umane este un subiect fascinant; înțelegerea modului în care informația este stocată, transmisă sau manipulată este capitală pentru analizarea evoluției civilizației. Comunicarea mediată de calculator aduce cu sine o revoluție informațională de nivelul celei determinate de răspândirea presei tipografice în Europa, în secolele XV și XVI. Această nouă formă de comunicare afectează substanțial relația, stabilă de secole, dintre jurnalist și public.

A doua parte a lucrării este rezervată unei prezentări a jurnalismului online, a caracteristicilor lui și a diferențelor față de jurnalismul tradițional, în special față de presa scrisă. Jurnalismul online a pornit la început ca o pasișă a presei tipărite, dar s-a transformat și continuă să se transforme, sub presiunile venite din partea publicului, a rigorilor economice și a jurnaliștilor, într-o altă formă de jurnalism, mult mai diversă, care tinde să împrumute fără regrete caracteristici din celelalte medii de informare în masă.

A treia parte a lucrării am rezervat-o unei treceri în revistă a legislației, eticii și deontologiei care se aplică în cazul jurnalismului online. Internetul se bazează pe dezvoltări tehnologice care evoluează neîncetat și într-un ritm foarte alert. Această viteză cu care se schimbă aproape totul pe internet duce la dificultăți legate de normele, codurile de conduită și

legile care ar trebui să guverneze presa online. De modul în care aceste probleme vor fi rezolvate depinde în bună măsură și modul în care va evolua jurnalismul online.

În a patra parte a tezei am analizat cauzele crizei prin care trece presa scrisă în această perioadă, criză determinată de amenințarea dublă din partea internetului și a recesiunii economice. Sistemul economic și cel editorial pe care ziarele s-au bazat sute de ani nu mai sunt în acest moment viabile pentru majoritatea publicațiilor din statele dezvoltate, iar căutarea unor alte moduri prin care jurnalismul poate ajunge la public și își poate realiza în continuare rolul în societate este abia la început.

În partea de cercetare am încercat să determin dacă influența internetului și a crizei a avut vreo influență asupra calității jurnalismului practicat de cotidienele naționale din România. Cercetarea vizează detectarea efectelor folosind metode și instrumente sociologice: analiza articolelor apărute în paginile cotidianelor tipărite și din edițiile online ale aceluiași ziar. Au fost incluse în cercetare și edițiile online pentru că, pe de o parte, deși numărul de utilizatori de internet în țara noastră este la coada clasamentului în Uniunea Europeană, România este constant pe primele locuri în topul vitezei conexiunilor la rețea, iar în cazul zonelor urbane, procentul de conectare trece de 60%. De asemenea, două din ziarele analizate au renunțat la ediția tipărită și s-au mutat exclusiv online, ceea ce mi-a dat posibilitatea să analizez diferențele pe care trecerea la un mediu de difuzare exclusiv electronic le are asupra materialelor publicate.

## **Comunicarea mediată de calculator**

Odată cu apariția comunicării mediate de calculator și a internetului, omenirea experimentează o nouă revoluție informațională. Abilitățile oamenilor de a stoca și a distribui informație au crescut la niveluri de neimaginat acum două decenii. Acest lucru a adus schimbări în toate domeniile. Oamenii pot să se informeze mult mai ușor, să compare costuri, caracteristici sau performanțe, să ia parte în comunități virtuale construite în jurul unei idei, a unei pasiuni, a unui interes comun. Comunicarea mediată de calculator (CMC) contribuie substanțial la alunecarea în irelevanță a granițelor între țări și poate apropia oameni în pofida distanțelor sau a obstacolelor geografice.

Unul dintre domeniile care au resimțit din plin această schimbare este presa, în special presa tipărită. În această lucrare voi puncta cele mai importante schimbări apărute în peisajul

informațional actual, creat și extins zi de zi de CMC și internet. Obișnuite cu un cvasi-monopol al informației de calitate, ziarele trebuie să se adapteze la această situație, în care nu mai sunt sursa principală de informație, ci doar una dintre multe altele. De această adaptare depinde viitorul presei așa cum o cunoaștem astăzi. Dezbateră cu privire la viitorul ziarelor tipărite este în plină desfășurare. Opiniile variază, de la autori care consideră că jurnalismul nu se va transforma fundamental, ci va încorpora doar elementele multimedia pe care calculatoarele și internetul le facilitează, la cercetători care consideră că dezvoltările tehnologice nu au fost încă înțelese și integrate de instituțiile de presă. Există și susținători ai reconfigurării întregului peisaj media, odată cu democratizarea producerii și distribuției de informații.

De asemenea, voi prezenta principalele accepțiuni și modele de lucru din domeniul comunicării mediate de calculator vrând să arăt de ce ea nu se aplică doar la calculatoarele personale, ci la o multitudine de dispozitive electronice (telefoane mobile, tablete, mp3-playere, televizoare, console de jocuri) care au pătruns în toate aspectele cotidiene ale vieții noastre.

Comunicarea mediată de calculator a determinat schimbări într-o mulțime de domenii. Proiecte industriale de anvergură, cum ar fi construirea avioanelor Airbus, au devenit fezabile din punct de vedere economic odată ce echipele care produceau diferitele componente au putut să comunice constant în timp real și să lucreze simultan cu aceleași baze de date. Cei plecați în străinătate sau aflați departe de familii au descoperit un nou mod de a comunica, rapid, simplu și ieftin prin intermediul internetului, așa încât relațiile din cadrul unei familii sau a unei comunități se pot păstra indiferent de locul fizic în care se află oamenii. Colaborarea academică, unul dintre scopurile originale ale creării primei rețele de calculatoare, ARPANET, precursora internetului, a devenit astăzi mult mai facilă, comunicarea între cercetători și publicarea ulterioară a rezultatelor cercetării fiind mult ușurată de rețelele de comunicații moderne și în special de internet (vezi numărul mare de baze de date online, care reunesc articole din reviste științifice și academice, mare parte dintre ele publicate doar pe internet).

Jurnalismul a resimțit din plin schimbările pe care acest nou tip de comunicare le-a adus, mai ales în cazul presei scrise. Ziarele, colonizând internetul, au descoperit un public potențial imens, dar și faptul că nu mai aveau monopolul informației cu care au fost obișnuite zeci de ani. Au realizat că, pe internet, pot face mai mult cu imagini și text decât pe hârtie, dar și că internetul le distruge modelul economic vechi de sute de ani. Au înțeles treptat că pot folosi noua putere a maselor, cu fiecare om care are la el un telefon cu o cameră foto un potențial reporter, dar au

realizat și că internetul oferă cititorilor posibilitatea să aleagă ce articole vor să citească, în felul acesta distrugând tiparul încetățenit în care secțiunile de ziar cele mai citite (sport, monden) plăteau pentru investigații prelungite sau reporteri în străinătate.

Presa este într-un moment de cumpănă. Dacă ziaristii vor putea pune concepe noi modele economice și vor putea determina publicul să consume materiale de calitate, analize aprofundate sau investigații serioase, iar problemele legate de anonimitate și de pierderea monopolului dintr-o anumite zonă geografică vor fi depășite, jurnalismul de presă scrisă va supraviețui și va prospera. Dacă aceste probleme se vor demonstra prea complicate, ziarele așa cum le cunoaștem astăzi vor dispărea treptat, iar oamenii vor fi siliți să caute și să inventeze alte instrumente pentru a acoperi rolurile lăsate libere în societate.

Redacțiile și patronii ziarelor tipărite ar trebui să își schimbe modul de gândire despre produsul muncii lor. Acesta nu ar trebui să fie ziarul tipărit, ci informația, independent de mediul de difuzare. Ineficiența distribuției ziarelor, costul mare per exemplar și schimbarea modului în care publicul își obține informațiile – în Statele Unite internetul a depășit ziarele ca sursă de informații curente, iar în cazul tinerilor de până în 30 de ani se plasează chiar pe primul loc, înaintea televiziunii<sup>1</sup> – va duce inevitabil la restrângerea drastică a numărului de cititori al ziarelor tipărite. O speranță există însă, dar este legată, ironic, tot de dezvoltarea unor noi tehnologii (*e-paper*, accesul la internet de bandă largă facil și ieftin) care ar putea prelua avantajele ambelor medii de difuzare – tipărit și online – și să le îngemăneze într-un produs nou. Viitorii câțiva ani ne vor arăta dacă această idee va deveni realitate.

## **Legislație, etică și deontologie**

Internetul, ca nou mediu de informare, a năvălit peste utilizatori fără manual de utilizare, fără reguli clare de folosire și fără o autoritate centrală care să decidă ce e bine și ce e rău. Informația a devenit aproape peste noapte disponibilă tuturor, de cele mai multe ori gratuit. Regulile de comportament în societate, rafinate în sute de ani, puteau fi aruncate la gunoi din umbra anonimității oferite de un nickname pe un forum. Trăiam cu toții epoca vestului sălbatic

---

<sup>1</sup> The Pew Research Center for the People and the Press, *Internet Overtakes Newspapers As News Outlet*, <http://people-press.org/report/479/internet-overtakes-newspapers-as-news-source> (pagină accesată în data de 20 aprilie 2009)

pe internet. Deși pentru noi, împătimiții de navigare, internetul pare că a existat dintotdeauna, adevărul e că această rețea globală abia și-a depășit copilăria tumultuoasă.

Odată cu timpul au început să apară reglementări ale modului în care putem folosi internetul. Statele au reacționat până la urmă și au început să creeze legislația necesară, utilizatorii diferitelor comunități și-au creat seturi de reguli pentru comportamentul în spațiul virtual iar subiectul nostru de studiu, ziarele online, au început să hotărască ce e acceptabil și ce nu în munca pe internet.

În esență, jurnaliștii care lucrează pentru ediții online se confruntă cu aceleași probleme ca și colegii lor din presa scrisă sau audiovizuală. După o perioadă de început, mai sălbatică, legislația relevantă a început treptat să fie adaptată pentru uzul pe internet. Din ce în ce mai mult instanțele de judecată văd internetul ca pe o evoluție a celorlalte medii de informare și creează, prin deciziile lor, precedentele, jurisprudența necesară pentru aplicarea legilor și în cazul publicațiilor online.

Cu toate acestea, această evoluție nu înseamnă ca internetul nu pune probleme de interpretare în ceea ce privește aplicarea legilor existente sau crearea unora noi. Aparenta ubicuitate a internetului, ușurința accesării informațiilor, posibilitatea apariției și a dispariției aproape instantanee a datelor creează noi dificultăți, atât legale cât și etice.

Codurile deontologice, legislația și practica judiciară trebuie adaptate acum unui alt mediu de informare în masă. În sine această adaptare nu ar fi nimic nou, același lucru întâmplându-se și la apariția radioului sau a televiziunii. Diferențele constau în audiența globală, viteza și fluiditatea mediului online. În doar 15 ani s-a trecut de la ediții statice ale ziarelor tipărite la bloguri, jurnalism colaborativ, televiziuni online, acoperire mediatică neîntreruptă, fluxuri rss, convergență media și veșnice discuții apocaliptice despre moartea presei tipărite. Mediul este într-o schimbare perpetuă, iar practicile judiciare sau codurile de conduită, prin definiție create și adoptate într-o perioadă mai lungă de timp, se străduiesc să se adapteze din mers acestei continue schimbări.

Mai mult, aceste modificări de legislație și deontologie trebuie gândite, pentru prima dată, în contextul unei audiențe care depășește granițele naționale. Publicul potențial global al unui site sau blog aduce cu el probleme inedite pentru legislatori sau deontologi, care trebuie să conceapă legi și reguli aplicabile în cazuri în care jurisdicția este neclară. Aceste dificultăți sunt

recunoscute și de actorii acestui nou mediu de comunicare (bloggeri, jurnaliști care lucrează pentru publicații online), astfel apărând și încercările de auto-reglementare.

Direcția în care vor merge aceste încercări legislative sau etice nu poate fi prevăzută, la fel cum nu poate fi anticipată nici direcția de dezvoltare a internetului. Cei care participă la această dezbateră și încearcă să creeze instrumentele de reglementare pot fi asemănați cu surferii, care, deși se află pe creasta valului, nu îl controlează și nu știu încotro îi va purta. De un singur lucru putem fi siguri: acest val al schimbării în media, adus de explozia internetului, nu își va încetini înaintarea.

## **Schimbările din presă determinate de internet**

Trecerea de la o societate industrială la una informațională a modificat fundamental modul în care informația ajunge la oameni. Ziarul (cotidianul, mai ales) era instrumentul potrivit pentru a livra informație către un număr foarte mare de cititori într-un timp rezonabil. Apărut odată cu revoluția industrială, a împrumutat din atributele producției de masă: conținutul era fix (aceleași pentru toți), multiplicat într-un număr imens de exemplare, livrat printr-o rețea complexă de distribuție pe o suprafață care putea atinge dimensiunile unui stat. Acest model de realizare și distribuție a ziarului (unicul viabil în acea perioadă) a dus la multe dintre regulile ”imuabile” ale jurnalismului (cum ar fi *deadline*-ul sau nevoia de încadrare a textelor într-un anumit spațiu limitat). Aceste reguli, stabilite în urmă cu sute de ani, sunt încă urmate de presa tipărită, deoarece, în esență, nimic nu s-a schimbat în modul de împachetare și livrare a informațiilor către cititori față de acum 200 de ani. Produsul (articolul, ziarul) trebuia să fie terminat pentru a putea fi tipărit și distribuit.

Radioul și televiziunea au preluat în mare parte același model, cu tot cu temutul *deadline*, pentru că sunt și ele canale unidireționale de transmitere a informației, cu prea puțină interactivitate. La urma urmei, un reportaj trebuie finalizat pentru a fi difuzat pe post.

Internetul este primul mediu de difuzare a informației, după Agora elenă, care profită de pe urma interactivității. Una dintre caracteristicile esențiale ale internetului – faptul că e online, că e disponibil tot timpul, că e conectat întotdeauna – face ca *deadline*-ul să nu mai existe. Presiunea de a publica primul crește enorm. Asta înseamnă că noii diseminatori de informație (bloggeri în special) nu își mai văd articolele ca finalizate, iar jurnalismul (dacă suntem de acord



că cel puțin o parte din bloguri sunt presă) devine un proces care nu livrează un produs finit, ci invită la discuție. Procesul e în cazul acesta produsul pe care blogerii îl dau către public, iar acest proces este îmbunătățit de contribuțiile celor care participă la dezbateri. În acest caz, cel ce scrie articolul furnizează informațiile de context, datele disponibile și explică ce nu se știe, bazându-se pe contribuțiile comunității pentru a îmbunătăți materialul. Ușurința cu care, pe internet, se poate actualiza și completa un articol, este esențială pentru ca acest sistem să poată funcționa. Ziarele tipărite nu au acest lux; odată tipărit articolul, el nu mai poate fi modificat (decât în societatea distopică imaginată de George Orwell în 1984).

Putem spune că jurnaliștii tradiționali își văd produsul ca final în timp ce mulți blogeri și jurnaliști online consideră că materialele lor sunt într-un perpetuu stadiu beta. O problemă a acestei transformări este că, sute de ani, oamenii au fost antrenați să vadă un articol de ziar ca fiind versiunea finală. Această obișnuință se aplică și articolelor apărute în jurnale online sau bloguri. Dezobișnuirea, de-învățarea, va lua timp.

Apariția ziarului tipărit a dus la instituționalizarea distribuției, pentru că această distribuție era scumpă. Instituțiile de presă și-au construit un capital de încredere, care era de altfel principalul lor mijloc de atragere și menținere a audienței. Odată cu ieftinirea până aproape de gratuitate a distribuției, adusă de răspândirea internetului, se afirmă un nou model de jurnalism, cel cooperativ, în care încrederea poate fi acordată nu doar unei instituții (produsului acelei instituții, de pildă cotidianul *New York Times*), ci procesului prin care informația este publicată și verificată. Nu există vreun blog care să poată face concurență ziarului *New York Times*, dar un grup de bloguri, împreună cu o listă de oameni pe *Twitter*, poate face acest lucru.

Ziarele tipărite din țările dezvoltate se confruntă cu o serie de probleme complicate, care le amenință, în ultimă instanță, însăși existența. Dintre toate mediile de comunicare în masă, ziarele au cei mai mulți reporteri, descoperă cele mai multe subiecte originale, au cea mai mare influență în impunerea unor subiecte pe agenda publică. Un studiu<sup>2</sup> al *Pew Center for Excellence in Journalism* arată că, într-un oraș mare ca Baltimore, cele două ziare importante (unul generalist și celălalt specializat pe economie și justiție) sunt încă responsabile de 61% dintre subiectele jurnalistice noi. Posturile de televiziune au 28%, posturile de radio 7% iar New-media aduce doar 4% dintre subiectele noi.

---

<sup>2</sup> Pew Center for Excellence for Journalism, *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of One American City*, 2010, pp. 1-3.

Pe lângă dominația ziarelor în găsirea subiectelor demne de a fi relatate, un studiu realizat de Klaus Schönbach, Ester de Waal și Edmund Lauf<sup>3</sup> arată că dacă sunt comparate cu jurnalele online, ziarele tipărite sunt mai eficiente în deschiderea orizonturilor celor care le citesc, în familiarizarea lor cu subiecte sau evenimente de care nu s-ar fi interesat altfel. Această calitate a presei tipărite se adaugă celei de cenzor și critic al puterii (administrative, politice, comerciale) și ne arată importanța rolului pe care ziarele și-au construit-o în societățile democratice în ultimele patru secole.

## Cercetarea

Alegerea criteriilor pentru evaluarea ziarelor analizate a fost una dintre cele mai dificile sarcini pe care am întâmpinat-o în această cercetare. Datorită metodei de cercetare alese (analiza de documente) am fost limitat la evaluarea unor variabile intrinseci ale ”produsului jurnalistic”. O cercetare ulterioară poate completa acest tablou prin folosirea unor variabile extrinseci (de pildă cantitatea de conținut scrisă de un ziarist sau modul de organizare al redacției).

Calitatea jurnalistică nu este determinată de preferințele consumatorilor<sup>4</sup>. Distincția între un ziar tabloid (care, după Dicționarul Oxford, este un ziar ce conține în special articole senzaționaliste, ajutate de multe imagini și elemente grafice) și unul *quality* (despre care tot Dicționarul Oxford ne spune că este un ziar care tratează serios probleme serioase și are standarde editoriale înalte) este dată tocmai de calitate, atât a articolelor cât și a ziarului ca întreg.

Variabilele urmărite sunt:

1. Pagina pe care este tipărit articolul (doar pentru edițiile tipărite)
2. Prezența sau absența imaginii
3. Tipul materialului (Știre, Relatare, Editorial, Comentariu, Feature, Reportaj, Anchetă, Interviu)
4. Sursa informațiilor (primare, secundare – agenții de presă, alte ziare/site-uri/televiziuni)
5. Localizarea (național sau internațional)

---

<sup>3</sup> Klaus Schönbach, Ester de Waal and Edmund Lauf, *Online and Print Newspapers: Their Impact on the Extent of the Perceived Public Agenda*, în *European Journal of Communication*, 20 (2005), pp. 245-258.

<sup>4</sup> Martin A. Leroy și Christian M. Wellbrock, *Saving newspapers with public grants – The effects of press subsidies on the provision of journalistic quality*, în *Information Economics and Policy*, 23, 2011, p. 281.

6. Editorializarea (termenul poate fi înlocuit cu obiectivitate)
7. Omogenitatea (termenul poate fi înlocuit cu echilibru)

Pentru a realiza o evaluare unitară a ziarelor și pentru a vedea evoluția calității în timp, am încercat realizarea unei formule care să cuprindă variabilele analizate. În dezvoltarea formulei a devenit evidentă nevoia separării între calitatea articolelor și calitatea ziarelor în ansamblu. Pentru a obține acest lucru, am conceput de fapt două formule, una care privește calitatea articolelor, cealaltă referindu-se la calitatea publicației.

Pentru calitatea articolelor, variabilele folosite au fost sursa informației, editorializarea și omogenitatea (analizată ușor diferit pentru tipuri de articole).

În ceea ce privește calitatea ziarului în ansamblu, am folosit ca și elemente în formulă tipul de material de pe primele 4 pagini, proporția genurilor nobile și a relatărilor, numărul articolelor cu imagine și numărul de materiale cu subiect internațional raportat la numărul total de articole.

## Rezultate

În cercetarea de față am dorit să vedem care a fost evoluția a patru cotidiene naționale din România între 1995 și 2010.

Întrebările de pornire a cercetării au fost:

1. A scăzut calitatea jurnalistică a cotidienele naționale românești odată cu apariția, mai apoi impunerea internetului ca nou mediu de comunicare în masă?
2. Există o diferență semnificativă între calitatea jurnalistică a ziarelor tipărite față de edițiile online ale aceluiași ziar?
3. Trecerea de la o publicație tipărită la una exclusiv online influențează în vreun fel calitatea jurnalistică?

La prima întrebare răspunsul este nuanțat. Pentru a putea face o analiză am împărțit calitatea unei publicații în două: calitatea articolelor și calitatea ziarului în ansamblu.

Analiza calității articolelor a dezvăluit, pentru cele patru ziare urmărite, o evoluție diferențiată. Singurul ziar care a avut o scădere constantă de calitate a fost **Ziua**. **Cotidianul** și **Evenimentul Zilei** au avut o creștere a calității articolelor în 2003 dar au regresat în 2010. **Adevărul** a parcurs drumul invers, cu o scădere a calității în 2003 și o creștere a acesteia în 2010.

În ceea ce privește calitatea ziarelor în ansamblu, aceasta a crescut în general, dar această creștere este, pentru trei din cele patru ziare (**Adevărul**, **Cotidianul** și **Ziua**), de folosirea mai sistematică a elementelor grafice, pentru că altfel, calitatea editorială a ziarelor (excluzând partea de imagine) a scăzut accentuat între 2003 și 2010 la toate ziarurile în afară de **Evenimentul Zilei**.

A doua întrebare la care am căutat răspuns este dacă există o diferență semnificativă între calitatea edițiilor online față de cele tipărite ale aceluiași ziar.

Din cauza dispariției arhivelor anului 2003 pentru două dintre ziarurile studiate (**Cotidianul** și **Ziua**), răspunsul nu este unul definitiv deoarece se bazează pe analiza a doar două cotidiane, **Adevărul** și **Evenimentul Zilei**. În cazul acestor două ziare, calitatea articolelor a fost constant ușor mai bună în cazul edițiilor online față de cele tipărite. Articolele din edițiile online au fost, în general, mai echilibrate, au avut mai multe surse și au prezentat evenimentele din mai multe unghiuri. Diferențele nu sunt, e adevărat, foarte mari, dar ele există.

În ceea ce privește calitatea ziarelor în ansamblu, ambele cotidiane au înregistrat scoruri mai bune în 2010 față de 2003, dar, dacă în cazul **Evenimentul Zilei** această creștere este bazată pe îmbunătățirea mai multor parametri (procentul de articole de substanță, numărul mai mare de articole care tratau subiecte internaționale, folosirea sistematică a elementelor grafice pentru susținerea articolelor), în cazul **Adevărul** scorul mai bun se datorează în exclusivitate folosirii imaginilor pentru potențarea materialelor publicate – la celelalte elemente din formulă scorul ziarului **Adevărul** a scăzut între 2003 și 2010).

A treia și ultima întrebare pe care am formulat-o la începutul cercetării este dacă renunțarea la ediția tipărită și trecerea la o ediție exclusiv online are vreo influență asupra calității ziarului. Pentru acest lucru am ales, de la început, să analizez două ziare (**Cotidianul** și **Ziua**) care au făcut această trecere la sfârșitul anului 2009.

Din cercetarea noastră a reieșit că renunțarea la ediția tipărită și păstrarea exclusiv a unei ediții online duce la o scădere a calității materialelor și a conținutului editorial, dar la o creștere a numărului de articole care se bazează în relatarea subiectului, pe lângă text, pe imagini și alte elemente grafice.