PORTALURILE INFORMATIVE GENERALISTE ÎN CONTEXTUL MEDIATIC CONTEMPORAN

Alisa TANAS

070:654.1:004 j201tanasalisa@gmail.com

Contemporary reality and the constant development of information technologies has made journalism redefine itself and take on new forms. The traditional mass media, under the pressure of the intense digitization process, migrated to the virtual space, thus the information reaches a more diverse and vast audience. The digitization process has given birth to new information and communication platforms specific to this space marked by technological progress, such as general and specialized information portals, social networks, blogs, etc., all of which are considered mass media, natively digital.

Revoluţia digitală aduce cu sine schimbări semnificative în ceea ce priveşte modul în care primim informaţii în viaţa de zi cu zi. Realitatea contemporană, dar şi cercetările din domeniul comunicaţional, ne sugerează că noile mijloace de informare în masă au pătruns adânc în societate şi au modificat din scoarţă felul în care se produce şi se percepe informaţia. Încă acum o jumătate de secol filosoful canadian, Marshall McLuhan, vorbea despre puterea şi influenţa pe termen lung a noilor tehnologii asupra societăţii. Acesta motiva şi explica necesitatea adoptării şi implementării convergenţei media [1].

Odată cu dezvoltarea intensă a noilor tehnologii informaţionale, mass-media a trecut printr-un proces amplu de transformare şi digitalizare. Chiar dacă rolul mediei tradiţionale este încă unul foarte important şi necesar pentru întreaga societate, aceasta totuşi nu mai deţine monopolul asupra pieţei media, nici la nivel internaţional, şi nici la cel naţional. Mass-media tradiţională a fost nevoită să treacă prin transformări esenţiale şi să-şi construiască un brand propriu pentru a putea supravieţui şi a genera profit.

Tot mai mult se conturează prezenţa unui alt tip de media, secundat de posiblităţile Internetului de a asigura oportunităţi de excepţie în cuprinderea realităţii. Acest lucru generează necesitatea studierii atente a elementelor noului, care vin să îmbogăţească peisajul mediatic, transformând însăşi concepţia despre rolul şi locul mediei în societatea contemporană [7, p.91].

Principalele diferenţe dintre noile media şi media tradiţionale rezidă în câteva trăsături esenţiale: a) noile media sunt media digitale; b) toate formele mediei digitale servesc comunicării mediate de calculator care funcţionează precum un dispozitiv multimedia; c) noile media permit accesul liber şi rapid la datele stocate în calculator; d) spre deosebire de mass-media analogică, unde informaţia este păstrată secvenţial, noile media permit accesul la informaţie în mod direct; e) media digitală permite copierea de nenumărate ori a informaţiei, fără ca aceasta să fie deteriorată; f) noile media sunt interactive [3, p. 49].

Aşadar, conform cercetătorilor şi studiilor făcute pe acest subiect, distigem cele mai importante caracteristici ale new media:

Digitalizare. Această caracteristică tehnică permite stocarea unei cantităţi enorme de informaţie şi, de asemenea, permite transmiterea aproape instantanee a informaţiilor prin cablu şi satelit.

Interactivitate. Aşa cum media tradiţională este în mare măsură una de tip unidirecţională, cu public care recepţionează pasiv conţinutul media, new media este mai mult o afacere în două sensuri şi le permite consumatorilor şi utilizatorilor să se implice mai mult, reprezentând o formă de comunicare în două sensuri.

Hipertextualitate. Hipertextul sau „link-urile” sunt o caracteristică comună a noilor media, care oferă utilizatorilor mai multă libertate de alegere asupra modului în care navighează în diferitele surse de informaţii disponibile.

Reţele globale. Datorită dezvoltării tehnologiilor a crescut şi globalizarea culturală – acum interacţionăm mult mai mult la nivel global.

Website-urile şi mesageria instantanee au marcat perioada de început a comunicării on-line, oferind utilizatorilor noi posibilităţi de cunoaştere şi de exprimare a opiniilor. Spre deosebire de mass-media tradiţională, aceste instrumente de comunicare în reţea au deschis calea comunicării nelimitate în timp şi spaţiu, a difuzării rapide şi masive a informaţiilor către un public mult mai numeros.

Conform celor mai recente sondaje ale Barometrului Opiniei Publice din Republica Moldova, realizate la sfârşitul anului 2022, cei mai mulţi dintre respondenţi, 45,2% se informează, în primul rând, din Internet. Acest indice conturează importanţa portalurilor informative generaliste în contextul mediatic contemporan din ţara noastră [4]. Totodată, potrivit datelor Indicelui de Credibilitate a Portalurilor Informaţionale, de cea mai multă încredere se bucură site-urile de ştiri agora.md, newsmaker.md, moldova.org şi diez.md [5]. Portalurile de ştiri autohtone generaliste selectate pentru analiză sunt *agora.md* şi *diez.md*. Alegera acestor două site-uri a fost făcută din perspectiva popularităţii pe care o au pe piaţa media din Republica Moldova, dar şi datorită credibilităţii de care se bucură în rândul consumatorilor.

Ambele portaluri s-au dezvoltat în perioada creşterii utilizării internetului în Republica Moldova şi a nevoii publicului de informaţii rapide şi de calitate. Acestea reprezintă exemple de succes în ceea ce priveşte adaptarea la noile cerinţe ale publicului şi la mediul digital, oferind informaţii într-o varietate de formate şi integrându-se în conceptul de new media.

Diez.md este un portal de ştiri generalist ce creează conţinut pentru tineri, lansat pe piaţa mediatică autohtonă în anul 2013 de către Alexandru Lebedev, cu sloganul „Ştiri pentru tineri” [6]. Acesta este unul dintre cele mai populare site-uri de ştiri, interviuri şi materiale pentru tineri din Republica Moldova, înregistrând un trafic de aproximativ 600 de mii de vizitatori pe lună.

Diez.md crează conţinut pentru toţi tinerii din Republica Moldova, inclusiv vorbitorii de limbă rusă, portalul informativ având şi varianta în limba rusă. Totodată, site-ul este destinat tinerilor din toate regiunile din ţară, dar şi din diasporă, promovând valorile şi viziunile acestora.

Zilnic sunt plasate în medie 30–35 de materiale noi în format text, video, audio, foto, infografic, structurate în cadrul a 12 rubrici. În weekend se plasează pe site în medie 15 ştiri. Publicul ţintă îl reprezintă tinerii, de la 14 la 30 ani. Tirajarea pe reţelele sociale este una eficientă, întrucât echipa e foarte activă şi interacţionează cu cititorii.

Agora.md este, de asemenea, un portal de ştiri generalist, care a fost fondat în februarie 2014. Acesta se axează pe informarea cotidiană a publicului despre evenimentele şi subiectele de actualitate, atât din ţară, cât şi din afară [7]. Este un site multimedia ce oferă noutăţi în format text, video, audio, foto şi infografic. Zilnic sunt distribuite în medie 20 materiale originale, structurate în cadrul a zece categorii. În weekend se publică 5-7 materiale ample. Suplimentar, Agora publică analize, comentarii, interviuri şi podcast-uri. Mai nou, portalul publică ştiri la minut la categoria PeScurt, care reprezintă informaţii preluate de pe alte portaluri şi distribuite sub forma unor fragmente de texte informative. Publicul ţintă sunt prepondernet adulţii. Conform datelor prezentate pe site-ul www.trafic.md, portalul Agora.md este accesat zilnic de circa 22 000 de vizitatori unici.

Pe lângă faptul că sunt prezenţi pe toate reţelele sociale populare în rândul consumatorilor din Republica Moldova, Agora.md are şi o aplicaţie mobilă, care poate fi descărcată gratuit de pe App Store şi Google Play. Acolo publică toate ştirile care sunt prezente pe site şi pot fi citite oriunde şi oricând, doar fiind conectat la internet.

Apariţia noilor media a avut un impact direct asupra domeniului mediatico-comunicaţional. Acestea au adus schimbări semnificative în felul în care oamenii transmit, recepţionează informaţiile şi interacţionează în comunităţile virtuale unde se discută cele mai actuale evenimente, fenomene mediatizate. Drept rezultat al evoluţiei web-ului şi a nevoii de a organiza şi oferi acces facil la o gamă largă de informaţii într-un singur loc au apărut *portalurile informative*. Astfel, acestea au apărut ca o soluţie pentru a facilita accesul la informaţii într-un mod centralizat şi organizat, oferind utilizatorilor o experienţă mai convenabilă şi eficientă în navigarea pe web.

Referinţe:

1. PINTILII, I. Comunitatea globală şi noile forme de comunicare. În: Creativitatea în jurnalism: Conferinţa ştiinţifică naţională, 12 februarie 2020. Vol.3, USM
2. SĂLCUDEAN, M. New media, social media şi jurnalismul actual. Bucureşti: Tritonic, 2015. 210 p.
3. MIRON, A-D. Semantic Web scurtă introducere. [citat 01 martie 2023] Disponibil: https://www.todaysoftmag.ro/article/82/semantic-web-scurta-introducere
4. Barometrul Opinie Publice din Republica Moldova. [citat 01 martie 2023]. Disponibil: http://bop.ipp.md/
5. Platforma de monitorizare şi evaluare a portalurilor media din Republica Moldova. [citat 01 martie 2023]. Disponibil: https://radar.mediacritica.md/ro/?fbclid=IwAR10kkwbPilLGR9qOisLQRvTjz7fyc5rR_DawoT7Ldiq4l6ZmT6BSO1uyY8
6. Portalul generalist diez.md. [citat 03 martie 2023]. Disponibil: https://diez.md/
7. Portalul generalist agora.md. [citat 03 martie 2023]. Disponibil: https://agora.md/

Recomandat

***Mariana TACU,** dr., conf. univ.*