NOILE MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA: EVOLUȚIE ȘI PERSPECTIVE

Irina SURUCEANU,
Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării

CZU: [070 + 659.3]:004 *j191suruceanuirina@gmail.com*

Fenomenul New Media și influența lui asupra practicilor jurnalistice este o temă deosebit de actuală, atât sub aspect teoretic cât și cu referință la practica jurnalistică. Tema Noile Media continuă să fie actuală, deoarece relațiile umane și cele de activitate profesională se schimbă permanent sub influența noilor tehnologii comunicaționale. Odată cu dezvoltarea noilor tehnologii, oamenii sunt și ei într-o mișcare continuă, astfel schimbându-se unele valori etice și morale ale societății. Mediul online a cunoscut în ultimii ani o evoluție deosebit de spectaculoasă la nivel mondial. Astfel, toate mijloacele de comunicare în masă au fost nevoite să se racordeze la noile mijloace tehnologice pentru a putea rămâne pe piață.

Lucrarea de față vizează nu doar descrierea noilor forme de reflectare a realității în lume, ci și modul în care acestea au evoluat pe parcurs și au generat perspectivele dezvoltării ulterioare ale new media. Schimbările provocate de internet sunt uneori comparate cu cele aduse de inventarea tiparului. În ambele cazuri, descoperirile tehnologice au generat noi modalități de distribuire a informației. Accesul la cunoaștere a devenit mai accesibil și mai ieftin, ceea ce a condus la educația în masă, la dezvoltarea economiei și chiar la revoluții sociale.

Noile media, este un termen al secolului XXI. Sintagma „new media" este o apariție relativ recentă a ultimilor ani. Există o tendință tot mai mare ca oamenii să se refugieze în mediul virtual. Dacă în anii 1999-2000 utilizatorii de Internet au fost concentrați în proporție de 88 la sută în țările industrializate, cărora le reveneau 15% din populația Terrei, atunci la 15 ani distanță, internetul, pe de o parte, a acoperit noi și noi regiuni ale lumii, iar, pe de alta, a devenit accesibil pentru un număr crescând de oameni. În 2005 numărul lor a atins cifra de 1 miliard, în 2010 – 2 miliarde. Potrivit datelor oferite de statisticile mondiale, în anul 2015, în raport cu 2000, gradul de penetrare a internetului în lume a crescut de șapte ori,

constituind la scară globală 42,4 la sută din populația lumii sau peste trei miliarde de oameni care au avut acces la internet[3, p.32].

Din perspectivă practic, în Republica Moldova avem mai multe portaluri informaționale care utilizează noile tehnologii pentru informarea publicului. Printre ele, portalurile de știri: agora.md și unimedia.md.

UNIMEDIA este un portal de știri din Republica Moldova.În acest moment este unul dintre cele mai cunoscute site-uri de știri, analize și comentarii din Republica Moldova cu sediul la Chișinău. UNIMEDIA face parte din grupul Interakt.

AGORA este un alt portal de știri care își propune să devină cea mai credibilă instituție media din Republica Moldova prin calitatea și diversitatea conținutului, scrie la rubrica „Despre noi" [1]. O comparație la prima căutare între Unimedia și Agora este că portalului de știri Unimedia îi lipsește rubrica „Despre noi", iar la Agora.md este prezentă. Considerăm că rubrica „Despre noi" este foarte importantă îndeosebi pentru cititorii care vin pe portal și își doresc să cunoască mai multe despre această echipă.Un criteriu important de comparație este analiza paginii de start pentru ambele site-uri. Urmează să observăm asemănările și deosebirile dintre rubricile acelor site-uri și să realizăm o analiză profundă a cromaticii. Culoarea roșie a portalului Agoraeste o culoare mult mai înțepătoare, iar dacă te afli foarte mult pe această pagină, culoarea roșie poate încorda ochiul, astfel te face să părăsești site-ul, pe când portalul de știri Unimedia are o culoare de albastru liniștit, este o culoare potrivită și favorabilă pentru citit. Totodată, venim și cu o analiză profundă a paginii de start, după care vom analiza fiecare opțiune de pe bara informațională, ce conține ea la un site și ce conține ea la celălalt site, cât de utilă este fiecare rubrică. O analiză trebuie să conțină și referințe la materialele publicate pe pagina de start. Pentru materialele publicate e necesar să selectăm un interval de timp de cel puțin, două săptămâni pentru a le urmări la aceeași oră și utiliza aceleași criterii de analiză. În urma acestei analize ne propunem să vedem care sunt subiectele zile la un portal și la altul. Avem titlu și lead pe ambele site-uri, totuși pe Unimedia avem un număr mai mare de materiale care apare pe pagina de start (în jur de 12), iar Agora are mai puține, (aproximativ 6).În schimb, apare mai multă publicitate. În general, interfața Agorei diferă de ceea ce oferă Unimedia. La Unimedia structura materialelor este de sus în jos, pe când Agora oferă și posibilitatea de a accesa materialele de la stânga spre dreapta, ceea

ce am observat că este destul de interesant și inovativ.Mai mult decât atât este și așa numita rubrică ,,Live text" în care se scriu știri de ultimă oră despre tensiunile la granița ruso-ucraineană. De asemenea,e necesar să pomenim într-o astfel de analiză și despre calitatea fotografiilor, calitatea materialelor (sursele prezentate în material, anumite link-uri) tipologia subiectelor și despre alte rubrici. Astfel, când deschidem rubrica „Sport" pe portalul de știri Agora, apar materialele informative din categoria corespunzătoare, o confuzie serioasă,în contextul în care atunci când se deschide „Sportul", pe prima pagină, în primul rând, îți apar materialele exclusive, ceea ce nu corespunde rubricii pe care ai accesat-o.

Au fost alese pentru analiză aceste două portaluri de știri deoarece sunt printre paginile cele mai accesate de către publicul larg în vederea informării.

Portalul de știri Agora este diferit de portalul de știri Unimedia, în primul rând după cromatică, volumul materialelor care apare pe prima pagină, precum am menționat mai sus. Agora are mai puține materiale, în schimb au mai multe opțiuni de interacțiune cu cititorii, ca de exemplu „Devino membru", „Contul meu", „Caută", etc. În schimb Unimedia deține rubrici cu denumiri care să atragă atenția, ca de exemplu „Shok". Conținutul rubricii Youtube&FB deloc nu corespunde cu denumirea acesteia[2]. La Agora găsim o rubrică nouă numită „Canalul nostru de YouTube".Mai sus de această rubrică jurnaliștii te îndeamnă să susții această redacție și să devii Fan sau Ambasador Agora pentru acces la materiale exclusive. Site-ul Agora este mult mai inovativ, pe când portalul Unimedia postează știri la minut.Tot pe acest site găsim știri scurte, flash, pe când la Agora materialele conțin mai multă informație. La Unimedia lipsesc materialele de opinie, în special editorialele, ceea ce constituie un lucru negativ.

***Surse bibliografice*:**

Site-uri:

1. Portalul informațional Agora.md.(citat 10.03.2022). Disponibil: https://agora.md/despre-noi.html
2. Portalul informațional Unimedia.md. (citat 10.03.2022). Disponibil: https://unimedia.info/

Materiale/teze de comunicare în congrese, conferințe:

3. STEPANOV G., TACU M. „New media: de la web 1.0 la web 4.0”. În: Valori ale Mass-mediei în epoca contemporană. Volumul VI, Chișinău: CEP USM.pp. 32-37.

Recomandat
Victoria BULICANU, dr., conf. univ.