

DIMENSIUNI ALE PRESEI ONLINE PENTRU TINERI: CONȚINUTURI ȘI FORME CULTURALE

Cristina PLATAȘ,

studentă, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării,
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 070(478):004.738.5-053.6

E-mail : cristina.platas03@gmail.com

Odată cu dezvoltarea tehnologiei informațiilor și comunicațiilor, omenirea a intrat într-o nouă eră – era digitală. Aceasta a eliminat complet barierele tradiționale impuse de spațiu și timp, influențând puternic cursul lucrurilor. Astfel, începând cu anii '80 ai secolului trecut, s-a schimbat modul în care oamenii comunică și interacționează cu lumea din jur, modul în care aceștia învață, lucrează, se distrează și chiar modul în care se informează. Respectiv, în ultimii ani, unul dintre cele mai populare elemente ale sistemului mass-media a ajuns să fie presa online, apărută „ca o alternativă a presei tipărite și audiovizuale tradiționale” [Stepanov 2018, p. 28]. Aceasta include instituțiile media în format digital și variantele online ale instituțiilor media tradiționale, desfășurându-se prin intermediul unei noi platforme – internetul.

În lucrarea „Manualul de jurnalism online global”, se subliniază ideea că jurnalismul online se referă la conținutul informativ produs, distribuit și consumat prin intermediul internetului. Potrivit autoarelor cărții, acesta integrează elemente multimedia, permite interactivitatea și este în continuă evoluție datorită inovațiilor tehnologice. În același timp, Mark Deuze, în lucrarea sa „Modelarea primei generații de instituții media de știri pe World Wide Web”, afirmă că „jurnalismul online este al patrulea tip de jurnalism, care se deosebește prin caracteristicile sale față de tipurile tradiționale de jurnalism”. [Deuze 2001]. În ceea ce privește funcțiile jurnalismului online, acestea nu diferă de cele ale presei tradiționale, dar se realizează, uneori, prin modalități mai complexe. De exemplu, cercetătoarea Georgeta Stepanov, în lucrarea sa „Bazele jurnalismului”, reliefează cinci funcții ale mass-media: de informare, de interpretare (de persuasiune, de motivație), de socializare, de educație sau de culturalizare și de divertisment. Așadar, chiar dacă funcțiile și obiectivele rămân aceleași, caracteristicile nu sunt neapărat identice. Jurnalismul online are mai multe particularități specifice care îl diferențiază de presa tradițională. Acestea țin atât de suportul digital pe care operează (interactivitatea, viteza de actualizare), cât și de noul comportament al publicului, obișnuit să acceseze informații în timp real, în formate vizuale.

Câteva dintre avantajele mediului online au fost menționate de către cercetătoarea Laura Tugarev, în articolul său „Reportajul în mediul online”. Potrivit autoarei, este vorba despre: materiale atractive și creative realizate cu ajutorul elementelor multimedia, care captează atenția; impact rapid și direct, care permite unui număr mare

de oameni să vizualizeze materialul într-un timp scurt; multiple opțiuni de aranjare a paginii, care oferă flexibilitate în structura prezentării. De asemenea, în online există posibilitatea de a personaliza formatarea textului (culoarea, tipul, stilul și mărimea fontului), iar materialele pot fi distribuite pe mai multe pagini, în grupuri, ceea ce le permite să ajungă în noi „habitate”. În plus, arhivarea articolelor și utilizarea cuvintelor-cheie sau hashtag-urilor facilitează găsirea rapidă a acestora, iar linkurile active permit redirecționarea către alte surse relevante, îmbogățind experiența utilizatorului [Tugarev 2020, p. 115].

Sub influența mediului digital, și jurnalismul cultural a fost supus unui proces complex de adaptare, în care limitele genurilor clasice sunt tot mai frecvent depășite. Aceste schimbări sunt reflectate atât în formatul materialelor, cât și în conținutul lor, care acum poate include videoclipuri, interviuri interactive și analize, toate combinate. De exemplu, un interviu cu un artist poate include nu doar întrebări și răspunsuri scrise, ci și fragmente video ale creațiilor acestuia sau chiar o discuție mai amplă despre contextul cultural al lucrării sale.

În general, jurnalismul cultural, numit și „art jurnalism” în literatura de specialitate, a fost analizat de mai mulți cercetători și jurnaliști din întreaga lume, inclusiv de către Ioana Bâldea Constantinescu. În articolul său „Dincolo de portocali spre jurnalismul cultural”, jurnalista susține că art jurnalismul „este o zonă mică și vizitată de un public mai puțin numeros, dar exclusivist, care are așteptări importante”. Potrivit ei, acesta atrage în măsura în care este făcut cu amprenta personală a fiecăruia și cu multă responsabilitate, iar frumusețea sa constă în libertatea pe care o oferă, în posibilitatea reporterilor de a se concentra pe acele aspecte care îi pasionează cu adevărat.

Pe de altă parte, în lucrarea „Art jurnalismul în presa din Republica Moldova”, jurnalismul cultural este definit drept „produs rezultat din convergența fenomenului mediatic cu cel cultural, care reflectă, analizează și interpretează realitatea din domeniul culturii și transmite maselor valori, practici și experiențe culturale. Identitatea lui rezidă în caracteristicile, rolurile și funcțiile pe care le realizează, în mijloacele de exprimare a conținuturilor și în formele de expresie ale materialelor pe care le pune în circuitul informațional” [Stepanov și Tugarev 2019, p. 5]. Altfel zis, art jurnalismul combină mass-media și cultura pentru a transmite valori și experiențe culturale publicului larg.

În presa online din Republica Moldova, temele culturale sunt frecvent neglijate, fiind înlocuite de știri din domeniul social, politic sau economic. Majoritatea instituțiilor media în format digital acordă spațiu limitat subiectelor culturale, preferând teme care atrag trafic rapid și vizibilitate sporită. Deseori, e vorba de scandaluri, evenimente politice sau crize sociale. Astfel, reportajele, dar și celelalte tipuri de materiale jurnalistice despre literatură, artă, muzică sau patrimoniu cultural sunt rare. Această tendință se explică, în parte, prin resursele limitate de care dispun redacțiile și prin percepția că publicul larg este mai puțin interesat de conținuturi culturale.

Există, totuși, câteva instituții media în format digital care publică sistematic diverse materiale despre cultură. Una dintre ele este #diez, fondată în 2013 cu scopul

„de a îmbunătăți viața de zi cu zi a tinerilor cu un semiton”. Jurnaliștii #diez acordă atenție evenimentelor culturale contemporane, artei alternative, noilor creații muzicale și literare, obiectivelor turistice din țară și din afară și diferitelor subiecte inovatoare. Special pentru acestea, pe site-ul #diez există și o rubrică specială – „Cultură”. Printre exemplele de articole reprezentative publicate în rubrica respectivă se numără interviuri cu artiști locali (muzicieni, actori, regizori, producători, pictori, scriitori, poeți etc.), reportaje despre spectacole de teatru, expoziții de artă contemporană, festivaluri de film și lansări de carte. De asemenea, sunt evidențiate povești inspiraționale despre tineri care transformă spațiul cultural prin proiecte independente sau colaborări cu instituții de cultură.

CULTURĂ

(foto) Moldova participă la cel mai mare festival de design din România...

Cultură

3 ore în urmă



A fost lansat un concurs pentru alegerea numelui Vinului Spumant c...

Advertorial

11 ore în urmă



„Tu, iarbă, tot ai mamă?” Programul activităților din cadrul Festivalului...

Evenimente

1 zi în urmă



În concluzie, mass-media are un rol esențial în procesul de culturalizare a publicului, contribuind la formarea gustului estetic, la transmiterea valorilor identitare și la stimularea spiritului critic. Iar în contextul mediului digital, acest rol capătă o dimensiune extinsă și mult mai dinamică. Motivul este simplu: mediul digital nu doar că oferă acces la o varietate mai mare de conținuturi culturale, dar permite și prezentarea acestora într-un mod mult mai atractiv și interactiv. În acest context, jurnaliștii care activează în mediul digital ar trebui să acorde o importanță sporită jurnalismului cultural autentic, valoros și bine documentat, în detrimentul materialelor superficiale, axate doar pe senzaționalism sau pe câștigul de trafic imediat.

Referințe:

• În limba română:

1. STEPANOV, G. 2018. *Bazele jurnalismului*. Chișinău: CEP USM. 194 p. ISBN 978-9975-142-74-8.
2. STEPANOV, G., TUGAREV, L. 2019. *Art jurnalismul în presa din Republica Moldova*. Chișinău: CEP USM. 236 p. ISBN 978-9975-142-94-6.
3. TUGAREV, L. 2020. *Reportajul în mediul online. Conferința științifică națională cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare”*, USM, 10-11 noiembrie 2020. Chișinău: CEP USM, pp. 112-115. ISBN 978-9975-152-48-8.

• În limba engleză:

4. SÎAPERĂ, E., VEGLÎS, A. (eds.) 2012. *The Handbook of Global Online Journalism*. Chichester: Wiley-Blackwell. 530 p. ISBN 978-1-4443-3855-3.
5. WARD, M. 2002. *Journalism Online*. Londra: Routledge. 222 p. ISBN 9780240516103.

• Surse electronice în limbile română și engleză:

6. BÂLDEA CONSTANTINESCU, I. 2016. *Dincolo de portocali spre jurnalismul cultural*, 1 aprilie 2016 [citată la 25.03.2025]. Disponibil la: <https://societatesicultura.ro/2016/04/interviu-ioana-baldea-constantinescu/>
7. DEUZE, M. 2001. *Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web*, octombrie 2001 [citată la 25.03.2025]. Disponibil la: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/893/802?inline=1#d2>
8. „Dintr-un site de știri pentru tineri ne transformăm în...tr-un site de știri pentru tineri,” diez.md, 16 ianuarie 2024 [citată la 25.03.2025]. Disponibil la: <https://diez.md/2024/01/16/dintr-un-site-de-stiri-pentru-tineri-ne-transformam-in-tr-un-site-de-stiri-pentru-tineri/>
9. „Jurnalismul cultural, cel care ne aduce normalitatea”, 28 martie 2017. [citată la 25.03.2025]. Disponibil la: <https://old.mediacritica.md/ro/jurnalismul-cultural-cel-care-ne-aduce-normalitatea/>
10. „Politica editorială”, diez.md [citată la 25.03.2025]. Disponibil la:

Recomandat:

Laura TUGAREV, dr., conf. univ.