

REFLECTAREA TURISMULUI ÎN MEDIUL ON-LINE

Laura TUGAREV

Odată cu dezvoltarea mediului on-line s-a schimbat nu doar paradigma gândirii, schimbării au fost supuși totodată și parametrii comunicaționali, astfel, jurnalismul tradițional migrează spre platformele on-line. Informația este imperativul acestui secol, iar evoluția noilor tehnologii a condus la schimbări substanțiale în această

ȘTIINȚE SOCIALE

Jurnalism și științe ale comunicării

zonă, care premergător, au produs metamorfoze și au scos în evidență perspective noi asupra percepției și nevoilor informaționale ale individului în particular, dar și a societății în ansamblu.

Dezvoltarea noilor tehnologii informaționale și evoluția *world wide web* au făcut ca și jurnalismul să cunoască nu doar o nouă și rapidă formă de distribuire a informațiilor, dar au contribuit și la sporirea interacțiunii cu consumatorii produselor mediatică, conectându-i la un fel de sistem informațional global. În acest context, cercetătoarea Mariana Tacu în articolul „*New Media: de la WEB 1.0 la WEB 4.0*” scria: „Noile tehnologii informaționale, devenite rapid un aliat de încredere al sistemului mass-media, reprezintă o forță absolută și omniprezentă care s-a impus ca un sistem cu o putere de influență deosebită, având un impact major asupra aspectelor psihologice, sociale, economice, politice, culturale și educaționale ale vieții individului” [1, p. 64].

Așadar, mecanismele spațiului on-line repede au fost asimilate de către instituțiile mediatică, așa încât acest spațiu virtual să constituie o bună și eficientă platformă de răspândire a informațiilor cu valențe sociale, economice, politice, culturale etc.

Dacă ne referim la jurnalismul on-line, importanța acestuia nu poate fi diminuată, ci, dimpotrivă, acesta îi oferă individului posibilitatea prin conexitate să fie conectat cu rețeaua digitală care pune la dispoziție o „bandă” amplă cu informații din diverse domenii, inclusiv și din cel al culturii, având scopul de a mediatiza fenomenul cultural în diversitatea formelor și expresiilor sale.

Turismul face parte din paleta multidimensională și multiaspectuală a culturii, în Legea Culturii elaborată în anul 1999 [2] se stipulează reglementarea activităților culturale a mai multor domenii, printre care și turismul cultural. La rândul său, noțiunea de turism poate fi definită din mai multe perspective. În Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova [3] turismul este definit ca – „ansamblu de relații și fenomene ce rezultă din deplasarea și sejurul persoanelor în orice loc, altul decât locul lor de reședință, pe o perioadă mai mică de un an și în alt scop decât desfășurarea unei activități remunerate în locul vizitat”.

totodată, turismul nu poate fi limitat doar la „ansamblu de relații și fenomene ce rezultă din deplasarea și sejurul persoanelor”, pentru că el este o manifestare a culturii, turismul și cultura sunt două variabile ce țin de identitatea unui popor. În acest context, mass-media tradițională, dar și cea on-line are rolul de a reflecta și de a informa publicul despre turism, tipurile acestuia, despre organizarea și coordonarea activității turistice, cât și despre formele de turism, obiectivele turistice, despre crearea și activitatea zonelor turistice naționale, dar și a celor internaționale.

Presa este un instrument solid în distribuirea informațiilor, una din funcțiile sale de bază este cea de informare, în acest context, mass-media poate contribui nemijlocit la dezvoltarea și promovarea turismului. Pentru a vedea dacă presa online își îndeplinește funcțiile, vom lua spre analiză două portaluri de știri din Republica Moldova: moldova9.com și www.unimedia.info.

Moldova9.com este un portal de știri, realizat de A.O. „Academia de Creație și Inovații Mediatică”, apare la Chișinău în anul 2014 cu sloganul „Informația care TE PRIVEȘTE”. În anul 2015 este creată pagina de Facebook, iar în 2019 numără 1.580 de aprecieri, devenind un instrument de distribuire a articolelor cu scopul de a mări numărul de vizualizări.

În partea de sus a site-ului Moldova9.com poate fi găsită sigla și sloganul, cât și un banner care te redirecționează spre site-ul <http://www.twentytu.md/>. Tot aici, există o bară care include cinci rubrici: *Moldova zi de zi*, *Campanii Moldova9*, *Vocile Moldova9*, *Călătorii cu gust* și *Contacte*. Fiecare rubrică delimitează domenii, spre exemplu, rubrica *Moldova zi de zi* cuprinde 9 domenii: Politic, Economic, Justiție, Social, Cultură, Sport, Internațional, Star news și IT& life style.

Călătorii cu gust cuprinde articole din domeniul turismului, cel mai des articolele sunt semnate de către jurnalistul Vitalie Guțu și Diana Botnaru. În anul 2019 au fost publicate 11 materiale jurnalistice toate fiind însoțite de fotografii, diferite ca gen, de la știri, reportaje până la analize și statistici. Din cele 11 articole doar unul a reflectat realitatea internațională, restul 10 au fost axate pe reflectarea potențialului turistic autohton: „HODINA 2019” – Cinci mii de oameni au

ȘTIINȚE SOCIALE

Jurnalism și științe ale comunicării

făcut yoga, au pictat și s-au tolănit în hamace toată ziua (20 august 2019); Călătorii cu Gust: Satul Carbuna – un tezaur al Moldovei rurale (13 august 2019); FOTO: O incursiune în istorie. Povestea Conacului Manuc Bei. Impresii și imagini INEDITE (publicat pe 09 iulie 2019). Numărul de vizualizări variază între 85 și 562.

Unimedia.info este la fel un portal de știri din Republica Moldova, fondat în anul 2005 cu denumirea uni.md., iar în 2007, site-ul a fost relansat. Pe site-ul oficial sloganul este „UNIMEDIA, partenerul oamenilor puternici și informați”. Pagina de Facebook a fost creată în anul 2011, iar în 2019, aceasta are 97.292 de urmăritori.

Partea de sus al site-ului cuprinde sigla, meteo, curs valutar, fiind urmată de o bară reprezentativă cu 13 rubrici: *Politic, Social, Economic, Tech/Media, UE/Externe, Diaspora, Wine of Moldova, Cultură/Turism, Sport, Auto, Monden/Altfel, YouTube&FB, Toate știrile*.

Cultură/Turism este rubrica care însumează articole mai mult cu tentă informativă din domeniul culturii și turismului, deseori într-un articol regăsându-se elemente din sfera socială, economică interferând cu cele din turism, fiind dificilă o divizare/clasificare strictă a acestora.

În anul 2019 au fost publicate circa 26 de articole despre turism care au oglindit realitatea națională cum ar fi: „#Hai la mine acasă: Dacă te întorci acasă în luna August însoțit de prietenii tăi din străinătate, poftim ce ai «De încercat în Moldova»” (21 august 2019), „Festivalul Bostaniada revine și anul acesta, în Bălăbănești” (05 august 2019), „Circa cinci mii de oameni au făcut yoga, au pictat, au făcut kayaking pe Nistru și s-au tolănit în hamace toată ziua. Vezi cum a fost la HODINA – cea mai mare reuniune de familie” publicat la 20 august, eveniment care a fost mediatizat și pe site-ul Moldova9.com.

Numărul de articole care acoperă realitatea internațională pe Unimedia.info este mai mare, deseori acestea sunt preluate de pe digi24.ro. „Reguli noi pentru turiștii care vizitează Roma” (09 august 2019), „Orașul turistic european unde nu e indicat consumul de alimente pe stradă” publicat pe 09 februarie 2019, un articol despre Veneția, „O nouă taxă pentru turiștii care vizitează Amsterdamul” (14 mai 2019). De menționat faptul că toate materialele au inserat și imagini foto, iar unele din ele au fost completate și cu imagini video.

Un alt aspect diferențial este faptul că pe Unimedia.info, numărul de vizualizări per articol poate ajunge până la 2000.

În concluzie, dincolo de Agenția Turismului a Republicii Moldova cu toate derivatele activității acesteia, presa și-a asumat și ea nobila misiune de a reflecta sfera turismului. De menționat faptul că puține site-uri au separat rubrica turism, cum sunt cele menționate mai sus, deseori aceste articole sunt încadrate în rubrica social sau divertisment. Așadar, presa on-line are tendința de a oglindi acest domeniu mai mult prin genul informativ, materialele mereu fiind însoțite de imagini foto, acoperind atât realitatea națională, cât și cea internațională.

Putem spori interesul și prestigiul Republicii Moldova, inclusiv prin fortificarea acestui domeniu; obiectivele turistice fiind elementele de bază ale patrimoniului cultural, astfel, mass-media, îndeplinind funcția de informare și cea de culturalizare, nu trebuie să se depărteze de practica de a mediatiza sfera turismului, fapt care ne poate apropia mai mult de spațiul patrimoniului cultural european.

Referințe:

1. TACU, Mariana. *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Vol. VI. Ed: CEP USM. Chișinău, 2016.
2. *Legea culturii*.
Disponibil:<http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=311664> (accesat 23.08.2019)
3. *Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova* Disponibil:http://lex.justice.md/document_rom.php?id=0B88BC64:70678DCD (accesat 23.08.2019)