

## **NEW MEDIA: ACCESIBILITATE ȘI INTERACȚIUNE**

*Mariana TACU*

*New media* este caracterizată de universalitatea informației, transmiterea în timp real a celor mai importante evenimente și capacitatea de integrare a unor instrumente, ce condiționează procesul de interacțiune dintre utilizatori, care reprezintă toate categoriile de public, deschise spre diverse forme inovative de comunicare și cunoaștere.

## ȘTIINȚE SOCIALE

### *Jurnalism și științe ale comunicării*

---

Pentru a satisface preferințele și nevoile publicului, platformele digitale încearcă să ghicească dorințele fiecăruia, în urma căutării anumitor informații și accesării anumitor site-uri, link-uri, în baza unui profil determinat de acțiunile precedente ale utilizatorilor în spațiul virtual. *World wide web* se transformă într-un asistent personal al fiecăruia dintre noi, astfel oferindu-ne informații complexe din diferite domenii, materiale distribuite de diverse mijloace de informare în masă și chiar sugestii pentru petrecerea timpului liber.

Spațiul virtual a oferit instituțiilor media noi posibilități de interacțiune cu publicul, schimbând modalitățile de informare, distribuire a informațiilor, imaginilor, dar și recepționarea unui feedback imediat. Noile forme de reflectare a realității au la bază următoarele caracteristici:

- ✓ posibilitatea de a procesa un volum nelimitat de informație (stocată în spații fizice mici și volum digital);
- ✓ interactivitatea în timp real (comunicare eficientă și multidirecțională între comunicatori și public);
- ✓ manevrabilitatea, schimbarea și adaptarea materialelor stocate, fără deteriorarea acestora;
- ✓ lanțul infinit de conectare a link-urilor, site-urilor și rețelelor cu un conținut informațional asemănător și/sau divers;
- ✓ densitatea informației, concentrată într-un text minimalizat pentru accesibilitate sporită;
- ✓ independență față de formă (criterii socioeconomice etc.) [1, p. 104].

Noile media au schimbat radical modul de viață al consumatorilor de informație. Metamorfozele generate de internet în societate au dus la aceea ca unii teoreticieni să facă o distincție clară între cei născuți până și după 1980. John Palfrey numește indivizii care s-au maturizat până la apariția internetului și au fost puțin influențați de acesta, drept imigranți digitali (*digital immigrants*) din cauza că modul de viață al acestora este puțin afectat de noile media. Ei sunt oamenii care consumă informația fără fanatism și nu au o cultură mediatică digitală bine pusă la punct. Cei născuți după anul 1980, când new media a început să domine spațiul informațional virtual, sunt nativi digitali (*digital natives*), adică persoane pentru care noile tehnologii sunt un

dat firesc și fac parte din viața lor atât de mult, încât deseori indivizii nici nu conștientizează acest lucru [2, p. 288].

*New media* au reușit să schimbe însăși percepția societății față de mijloace de informare în masă, apropiindu-le de publicul său țintă. În prezent, consumatorii de informații nu doar asimilează un conținut, dar și observă, participă nemijlocit la descoperirea anumitor detalii, redactarea, manevrarea și diseminarea acestuia. Publicul poate recepționa noutăți, indiferent de distanța la care s-au produs evenimentele și este pus imediat în contact cu acestea. Consumul de informații este tot mai mare, astfel că doar *new media* este capabilă să răspundă necesităților dinamice și mereu schimbătoare ale societății. Utilizatorul poate asimila mult mai ușor știrea, care îi este furnizată într-o formă interactivă, mobilă și accesibilă, condiționată de posibilitatea găsirii unui conținut interesant pentru fiecare persoană în parte, arhive imense de fotografii, video, navigare ușoară, și, nu în ultimul rând, gratuitatea informației, ceea ce facilitează accesul liber spre orice tip de conținut.

Grație accesibilității și posibilităților nelimitate, noile media s-au infiltrat rapid în toate sferele vieții, printre acestea se numără dimensiunea socială, politică, economică, culturală etc. În această ordine de idei, pe de o parte, putem susține că noile mijloace de informare în masă și rețelele sociale au contribuit la distrugerea barierelor social-politice, dar și de altă natură. „Media transpusă în spațiul virtual contribuie la crearea unui nou tip de ordine socială, în care distincțiile dintre copilărie și maturitate se reconstituie, statutul și rolurile sociale se contopesc, iar relațiile de putere și autoritate politică sunt reformulate într-un mod mai democratic” [3, p. 32]. Pe de altă parte, noile tehnologii pot ușor depersonaliza societatea, întrucât minimizează interacțiunea interpersonală, astfel încât oamenii preferă să-și exprime gândurile folosind mesajele instant preluate de pe rețelele sociale, decât să transmită direct o informație personală celui vizat.

În parametrii sistemului politic, *new media* a reușit să fie atât inamicul, cât și aliatul acestuia. Avantajele utilizării unei forțe nelimitate în timp și spațiu au fost evidente, astfel că adaptarea la noile standarde ale tehnologiilor informaționale a avut loc foarte rapid.

## ȘTIINȚE SOCIALE

### *Jurnalism și științe ale comunicării*

---

În mediul online, fiecare politician, partid politic are câteva pagini oficiale pe rețelele sociale, dar și un site sau blog. În condițiile realității actuale, aceste platforme digitale sunt percepute drept surse de informare de încredere și directe, iar informația prezentată, de cele mai multe ori, nu necesită o verificare suplimentară. Beneficiile utilizatorilor constau în accesibilitate și interacțiune în timp real, dar și participarea directă la luarea deciziilor importante, datorită pluralismului politic și libera manifestare a mass-mediei.

Până la apariția *new media*, agenții economici au fost nevoiți să plătească pentru a difuza informații despre afacerile lor. Acum, această practică a rămas actuală, doar că fiecare companie deține practic propriile strategii de informare, unde sunt mult mai puține bariere financiare în procesul de comunicare cu clientul/publicul. Acest fapt a permis micilor afaceri să capete un acces mai larg către piață și în același timp a dat naștere unei concurențe de tip constructiv. Astfel, un brand local poate concura direct cu unul internațional, dacă este corect susținut de mijlocele de informare, atât în spațiul real, cât și cel virtual. Noile media s-au transformat treptat și într-o imensă platformă economică, convenabilă nu doar instituțiilor mediatice, dar și tuturor companiilor.

Cu privire la coraportul new media-cultură, cel mai frecvent păreri sunt împărțite. În timp ce unii consideră că mass-media modernă este departe de a fi educativă și de a promova valori pozitive, aceasta oferă posibilități infinite oamenilor cu resurse economice reduse de a privi un spectacol, citi o carte sau efectua excursii virtuale în cele mai renumite muzee din lume. Indivizii învață unul de la altul, întrucât sunt încurajați de rețelele sociale și de bloguri să-și împărtășească propria experiență. Dezvoltarea personală a devenit mai accesibilă ca oricând, ultimele tendințe ale new media presupun desfășurarea trainingurilor, lecțiilor în mediul online, în cadrul cărora personalități notorii din cele mai diverse domenii sunt pregătite să-i educe pe ceilalți în mod gratuit (de cele mai multe ori, acest lucru se face în scopul promovării persoanei sau a instituției a căreia îi aparține inițiativa).

Noile media au dat naștere și conceptului de cultură informațională digitală, care presupune cunoașterea modului de utilizare corectă a

noilor tehnologii. Cultura informațională presupune studiul credibilității și originii sursei de informație, structurii acesteia, decodificarea și diferențierea dintre mesajele directe și indirecte, idei și informații, dar și adaptarea la un anumit context pentru o comunicare eficientă.

New media condiționează interacțiunea dintre oameni și contribuie semnificativ la crearea unei realități sociale, la care participă oricine are acces la rețeaua globală. Ultima revoluție tehnologică, internetul mobil, schimbă tot mai mult ceea ce înseamnă jurnalism și media. Aceasta oferă șansa de a accesa și interacționa mult mai rapid decât a fost vreodată posibil. Informația străbate mii de kilometri în doar câteva secunde și este publicată instant. Caracterul global al internetului duce spre o dinamizare și metamorfoză a mijloacelor de comunicare, astfel că jurnaliștii găsesc noi forme și metode de reflectare a realității, mult mai convenabile publicului eterogen.

**Referințe:**

1. ГОНЧАРОВ, М.В. *Введение в интернет. Часть 6. Интернет для средств массовой информации*. Москва. 2001, 40 с.
2. MANOVICH, L. *The Language of New Media*. London: MIT Press, 2002. 400 p.
3. LULL, J. *Mass-media, comunicare, cultură*. Oradea: Imprimeria de Vest, 1999. 208 p.