

**TRANSFIGURAREA DIGITALĂ A INSTITUȚIILOR
MEDIA TRADIȚIONALE**

Daniela OSIPOVA

CZU: 070:004

96danielaosipova@gmail.com

The new information revolution appears with the advent of the Internet and online communication. This has led to changes in all areas of activity. People have access to a huge amount of information. The journalistic field fully felt these changes, and the introduction and use of the computer in the press activity improved the media product. A true industry of unlimited audio, photo or video recordings has been created.

Mass-media reprezintă o sursă importantă de informare și de cultivare a societății. Prin intermediul acesteia, sunt distribuite informații de actualitate și se creează tabloul zilnic al evenimentelor/faptelor sau al vieții cotidiene.

Adaptarea presei tradiționale la noile tehnologii și crearea de site-uri a dat curs comunicării la distanță și distribuirii informațiilor la un număr nelimitat de utilizatori. Internetul și dezvoltarea societății informaționale la etapa actuală are atât aspecte pozitive, cât și negative. Deseori, instituțiile media, în goana după audiență și sporirea numărului de vizualizări/tirajări, distribuie informații false în mediul on-line, iar internații le accesează și partajează, considerându-le adevăruri absolute.

Noile media, în general, presupun schimbări de la o zi la alta, care, la rândul lor, condiționează schimbări în diferite domenii, precum cel social, politic, economic și cultural. Odată cu această evoluție s-a creat și o nouă tehncultură care are efecte majore asupra individului, în particular, și asupra societății în general.

Jurnalismul Yves Agnes menționează în lucrarea sa *Introducere în jurnalism* că internetul realizează sinteza text-sunet-imagine, oferă consumatorului accesibilitatea la informație, indiferent de indicii temporali sau de spațiu. Este mult mai atractiv și presupune un feedback momentan.

Noile media s-au dezvoltat relativ recent, în condițiile unei economii progresiste și a tehnologiilor acestui secol. A ajuns să aibă un rol central în formarea de valori, comportamente și opinii despre



societatea în care trăim și activăm. În prezent, acestea reprezintă un fenomen ce are un caracter multidimensional, prezentând tot mai mult interes pentru cercetătorii din domeniul psihologic, sociologic, lingvistic, dar și mediatic. New media înglobează lumea virtuală, blogurile, podcasturile, jocurile video, enciclopediile online, dar și orice dispozitiv mobil, televiziunile interactive, chiar site-urile și email-ul, încurajând totodată formarea de comunități virtuale și rețele sociale [1].

În prezent, deținem ziare și reviste în format electronic care sunt omniprezente în mediul on-line și disponibile la orice oră. La fel se întâmplă și cu celelalte tipuri de media. Le putem găsi în mediul on-line oriunde și în orice clipă.

De la apariție și până la digitalizare, apogeul dezvoltării, presa trece printr-un proces de transformare continuă. Prezintă din cele mai vechi timpuri prin intermediul pliantelor, informația de presă circulă selectiv în așezările omenești. Ulterior, apariția unor buletine informaționale scrise au determinat o nouă perioadă. Anul 1440 este unul de referință, când mass-media tipărită trece la un alt nivel de dezvoltare din punctul de vedere al calității și mijloacelor de distribuție. Apariția radioului și a televiziunii înscrie o nouă etapă de dezvoltare a presei. Presa cunoaște o perioadă de maximă înflorire în a doua jumătate a secolului al XIX-lea și în primele decenii ale celui de-al XX-lea.

În prezent suntem în plină revoluție digitală. Nu există o definiție clară a termenului de „digitalizare”. Totuși, transfigurarea digitală a instituțiilor media este o provocare a secolului XXI și a declanșat un șir de schimbări logistice, dar și editoriale. Procesul de trecere a presei tradiționale în spațiul virtual a afectat fiecare instituție de media care a dorit să se mențină pe piața concurențială. Creatorii de new-media sunt influențați de ansamblul de concepții ale presei printate.

Mass-media digitală sporește participarea civică, le oferă oamenilor o voce și facilitează crearea de asociații [2]. Publicul noilor media îl reprezintă milioanele de internauți care zilnic accesează șirul de articole afișate pe banda informativă a site-ului. Măsurarea publicului se face prin intermediul mai multor metode și tehnici. Dacă la ziar, publicul este calculat în baza titrajului, în mediul online acesta este constatat după cifra accesărilor și vizualizărilor.

Tradițional	VS Virtual
<p>Mass-media tradițională</p>  <p><i>Imagine simbol</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Costisitoare - Cuvânt scris sau vorbit - Trasmitere întârziată - Bariere temporale - Limitări în spațiu - Impact profund/major - Feedback întârziat
<p>Noile media</p>  <p><i>Imagine simbol</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eologică - Utilizează toate modurile de expunere - Difuzare instantă - Spațiu nelimitat de stocare - Fișiere audio/video - Informație gratuită - Feedback rapid

Mass-media tradițională VS noile media:
 caracteristici și particularități
Sursa: Elaborat de autor.

Practic, oricine poate să aibă propriul canal de expunere mediatică online în care să transmită orice tip de mesaje. Înainte de apariția internetului era dificil, din punct de vedere financiar, economic și logistic, înființarea unei publicații, astăzi însă orice utilizator poate avea un blog sau un site. Multe din articolele publicate în edițiile online ale ziarelor sunt postate pe rețele sociale, precum Facebook, Twitter sau LinkedIn. Avantajul acestui proces este că vor fi utilizate cantități mai mici de hârtie decât anterior. Administratorii site-urilor de știri oferă posibilitate cititorilor să distribuie articolele pe diverse platforme sociale, mărindu-se astfel și numărul de cititori – utilizatori [3]. Avantajele unui portal web:

- a) oferă o gestionare mai ușoară a unui conținut;
- b) permite interacțiunea cu utilizatorii sau clienții;
- c) este integrat cu sistemul de gestiune a documentelor existente;
- d) interfața poate fi simplu modificată din administrare [4].

Dezavantajele presei se referă și la faptul că mass-media, indiferent de format, poate fi utilizată ca mijloc de influență în masă a opiniei publice, în special observăm acest fapt în campaniile electorale. Prin multitudinea de știri negative poate induce panică sau frica în rândul oamenilor. Publicul poate fi expus la imagini cu puternic impact emoțional, video sau fotografii ce prezintă violența, imoralitatea. Putem remarca faptul că jurnalismul online ar trebui să fie reglementat de legi, norme de conduită sau prevederi deontologice.

Transfigurarea în mediul virtual necesită o perioadă de pregătire, în special – tehnică. Inițial este realizat un studiu de fezabilitate, care va determina dacă ideea de extindere este rezonabilă. Cercetarea va permite analiza condițiilor în care trebuie întreprinse schimbările în instituție și identifică factorii care le fac imposibile. Astfel, diminuând riscurile, reușim să evităm cheltuieli impunătoare. În urma acestora poate fi analizat profilul publicului, dar și imaginea organizației.

Pentru a avea succes pe piața concurențială, instituțiile media trebuie să aibă un plan de afaceri adaptat la noile cerințe și realități comerciale. Riscurile care pot afecta buna funcționare a acestora pot fi prevenite printr-un management eficient și stabilirea unui plan financiar bine calculat. Este foarte important ca instituția să cucerească segmentul de piață mai puțin populat de concurență. Produsul din mass-media on-line trebuie să fie atractiv, documentat și ușor de consumat. În același timp, produsul mediatic trebuie să fie adaptat cerințelor pieței și intereselor publicului.

Referințe:

1. Noile oportunități de business. [Accesat 24.06.2020]. Disponibil: <https://sales-hub.ro/outbound/cercetare-de-piata/>
2. Internetul în Moldova. [Accesat 07.06.2020]. Disponibil. https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_in_Moldova
3. Interacțiune și socializare în mass-media și în new media. [Accesat 14.06.2020]. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/310800359_Interactiune_si_socializare_in_mass-media_si_in_new_media?fbclid=IwAR27MSRuG3_jtYRk_Pclq1TR57tayiWxXIO36LIUy3QhuzfmwbFcIwx1rf0
4. Portalul web, componente și avantajele acestuia. [Accesat 24.06.2020]. Disponibil: <https://www.siteweb.md/blog/item/74-portalul-web-componente-si-avantajele-acestuia>