

IMPORTANȚA ȘI ROLUL PLATFORMELOR WEB DE PREZENTARE A ARIILOR PROTEJATE ÎN VALORIFICAREA POTENȚIALULUI TURISTIC AL ACESTORA

*The Importance and Role of Presentation Web Platforms of Protected Areas
in Valorification of Their Tourism Potential*

Nisipeanu Andreea-Elena
nisipeanuandreea20@stud.ase.ro

Coordonatorul lucrării
Conf. univ. dr. Albăstroiu Năstase Irina

Rezumat: Prezenta lucrare se focalizează pe evidențierea rolului platformelor web în promovarea potențialului turistic al ariilor protejate din România. Lucrarea include abordări conceptuale privind ariile protejate, dar și prezentarea platformelor web aferente acestor zone (portaluri web, canale de media socială, aplicații mobile, site-uri web etc.), urmată fiind de o analiză comparativă a site-urilor web dedicate ariilor protejate din regiunea Muntenia, cu scopul determinării bunelor practici și problemelor referitoare la design, conținut, accesibilitate și ușurința utilizării. Metoda de cercetare a constat într-un sondaj realizat prin intermediul unui chestionar distribuit tinerilor români, interesați de arii protejate, pentru a identifica percepția acestora asupra expunerii ariilor protejate în mediul online. În urma cercetării, am constatat că tinerii din România atribuie o importanță ridicată site-urilor web de prezentare a ariilor protejate, pe care le accesează regulat pentru turism și pentru activități școlare. Totuși, unele îmbunătățiri ar trebui aduse în privința designului și interactivității.

Cuvinte cheie: arie protejată; platforme web; potențial turistic, prezență online, tineri

Abstract: This paper focuses on highlighting the role of web platforms in promoting the tourism potential of Romania's protected areas. The paper includes conceptual approaches on protected area, along with the description of web platforms used to showcase these areas (web portals, social media channels, mobile apps etc.), followed by a comparative analysis of websites dedicated to protected areas in the Muntenia region, with the aim of identifying best practices and issues related to design, content, accessibility, and usability. The research method consisted of a survey conducted through a questionnaire distributed online to young Romanians, passionate and interested about protected areas, to identify their perception of the online exposure of these areas. The research found that young people in Romania assign great importance to websites that showcase protected areas, which they regularly access for tourism and educational activities. However, some improvements could be made in terms of design and interactivity.

Keywords: protected area; web platforms; tourism potential, online exposure, young people.

Clasificare JEL: L83, O33, Z32.

Clasificare REL: 14F, 18D.

Introducere

Lucrarea se focusează pe identificarea *importanței și rolului platformelor web* de prezentare a *ariilor protejate* în valorificarea *potențialului turistic* al acestora, având ca obiectiv principal creșterea gradului de conștientizare a tinerilor români cu privire la conservarea naturii, prin utilizarea platformelor populare în rândul acestora.

Odată cu apariția Internetului, au apărut și platformele online, care au evoluat în timp pentru a deveni instrumente puternice în promovarea diferitelor organizații, produse, servicii, activități. În prezent, există o gamă largă de platforme web, inclusiv motoarele de căutare, portalurile web, rețelele sociale, site-urile web de prezentare și aplicațiile mobile.

Platformele web pentru prezentarea ariilor protejate au un rol important în valorificarea potențialului lor turistic. Aceste platforme sunt importante pentru atragerea turiștilor și creșterea gradului de conștientizare cu privire la frumusețea și valoarea acestor zone. Fiecare arie protejată ar trebui să aibă un website de prezentare din diverse motive precum: vizibilitate - pentru a face cunoscute ariile protejate în rândul publicului larg; accesibilitate – indiferent de zi sau de oră, cu informații disponibile oricând și oriunde; informare - aspecte precum legislația, regulile de vizitare, reguli de comportament, dar și protecția mediului și a biodiversității.

Rețelele sociale precum Facebook, Instagram sau Twitter sunt alte instrumente importante de publicitate online întrucât sunt ușor de utilizat și sunt accesibile pentru orice persoană, majoritatea dintre noi având măcar un cont pe unul dintre aceste canale de social media, unde ne conectăm și interacționăm prin distribuirea unui conținut care generează comentarii și mesaje. Autoritățile responsabile cu marketingul ariilor protejate pot folosi rețelele sociale pentru a promova obiective turistice, traseele și caracteristicile unice ale florei/faunei, ținând spre construirea unei comunități pasionate de natură.

Aplicațiile mobile sunt un alt mod de promovare din ce în ce mai popular. Această metodă este caracterizată de interactivitate în atragerea turiști îndreptați spre conservarea naturii și este ațintită spre transmiterea unui comportament pro arii protejate în rândul vizitatorilor.

Motoarele de căutare, precum Google sau Bing, sunt unele dintre cele mai remarcabile instrumente de promovare online. Utilizatorii pot căuta informații pe Internet prin introducerea unui cuvânt cheie sau o expresie, urmând să se returneze o listă de site-uri web conexe. Pentru a obține o poziție favorabilă în rezultatele motoarelor de căutare, site-urile web ale ariilor protejate trebuie să fie optimizate prin tehnici SEO (Search Engine Optimization).

Lucrarea va conține o *parte teoretică*, în care se vor consemna informații relevante din literatura de specialitate cu privire la ariile protejate și la platformele web de prezentare a acestora, dar și o *parte practică*, care va cuprinde un studiu comparativ asupra site-urilor web ale ariilor protejate și o cercetare cantitativă de tip sondaj asupra percepției tinerilor români cu privire la expunerea în mediul online a ariilor protejate.

1. Revizuirea literaturii de specialitate privind prezentarea online a ariilor protejate

1.1. Aspecte generale privind ariile protejate

Ariile protejate au cunoscut încă din antichitate o valoare semnificativă, fiind considerate importante pentru conservarea resurselor naturale și bunăstarea generațiilor viitoare. Recunoscute ca și sanctuare de către diferite civilizații (perșii, grecii, romanii), acestea au fost întrebuițate ca locuri de refugiu și protecție pentru animale și oameni deopotrivă. (Gillespie, 2007, p. 7)

La momentul actual, în accepțiunea Uniunii Internaționale pentru Conservarea Naturii (IUCN), *aria protejată* este definită ca „o zonă de uscat și/sau apă dedicată protecției și

menținerii diversității biologice, a resurselor naturale și a celor culturale asociate, gestionată prin mijloace legale sau prin alte mijloace efective” (Dudley, 2008, p. 8). În această delimitare conceptuală, recunoscută la nivel internațional, se declară necesitatea gestionării ariilor protejate din punct de vedere legal, indiferent de cadrul ariei, terestru sau marin, pentru conservarea biodiversității și resurselor naturale și culturale.

De-a lungul timpului au fost conturate diferite terminologii ale conceptului de *arie protejată*, cum ar fi: parcuri naturale/naționale, rezervații naturale, sanctuare marine etc. Totuși, pentru a oferi o lămurire, IUCN a realizat o clasificare a ariilor protejate în șase categorii, după cum se poate vedea în tabelul de mai jos:

Tabel 1

Clasificarea ariilor protejate IUCN

Categorie		Descriere
I.a.	Rezervația naturală strictă	Protecția biodiversității și eventual geopatrimoniului.
I.b.	Zona de sălbăticie	Protecția zonelor naturale nemodificate sau ușor modificate.
II.	Parcul național	Protecția unui ecosistem și a proceselor ecologice la scară largă.
III.	Monument al naturii	Conservarea caracteristicilor naturale specifice.
IV.	Arie cu management activ al habitatului/speciei	Conservare cu prioritate pe management.
V.	Peisaj terestru/marin protejat	Protecția interacțiunii dintre om și natură.
VI.	Arie protejată cu utilizare durabilă a resurselor naturale	Utilizarea durabilă a ecosistemelor naturale.

Sursa: Adaptare după Dudley, 2008, p.14

La nivel internațional, mai sunt recunoscute și alte clasificări ale ariilor precum: situri ale patrimoniului mondial, geoparcuri, arii RAMSAR, rezervații ale biosferei, situri Natura 2000. Indiferent de clasificare, toate ariile protejate trebuie să fie îndreptate spre atingerea unor obiective precum: conservarea naturii, prevenirea oricărei activități dăunătoare mediului și îndemnarea turiștilor și localnicilor la intensificarea ocrotirii. (Worboys et al., 2015, pp. 22-24)

Scopul principal al acestor *zone protejate* este de a asigura continuitatea habitatelor naturale, iar acest lucru a dus odată cu intensificarea turismului la dezvoltarea ecoturismului, care presupune o formă de desfășurare a activităților în mod sustenabil. Desfășurarea *activităților turistice* în ariile protejate poate aduce atât influențe benefice cum ar fi cele economice (creșterea locurilor de muncă, vânzarea produselor locale), cele sociale (ex: îmbunătățirea standardelor de viață ale localnicilor, intensificarea conștientizării valorilor zonei) sau cele de mediu (promovarea unei politici antipoluante, educarea oamenilor în aprecierea naturii), cât și impact negativ (degradarea aerului, apei și solului). Managementul ariilor protejate trebuie să se alinieze cu răspunsul la potențialele impacturi negative ale turismului pentru a asigura atingerea obiectivelor ariilor protejate. (Leung et al., 2018, p. 28)

Astfel, putem afirma că ariile protejate sunt locuri unice din punct de vedere al florei, faunei și peisajului, care sunt îndreptate spre conservarea naturii în mod sustenabil, reprezentând un cadru benefic desfășurării unei forme de turism durabile și care trebuie gestionată de o autoritate cu un plan de management corespunzător obiectivelor ariei.

1.2. Importanța prezentării ariilor protejate în cadrul portalurilor de ecoturism, canalelor de media sociala și platformelor web dedicate

Prezentarea *ariilor protejate* în cadrul portalurilor de ecoturism, canalelor de media socială și platformelor web dedicate este importantă atât prin prisma promovării și protejării acestora, cât și a necesității expunerii în această manieră, dată fiind expansiunea Internet-ului și a tendințelor turiștilor de a se informa prin intermediul acestor platforme.

Metode de promovare menționate conduc spre un concept, anume *marketingul digital*, „un termen pentru produse și servicii de marketing care utilizează tehnologii, instrumente și canale digitale pentru a atrage publicul țintă și conținutul acestuia” (Chaikovska et al., 2022, p. 154). Pe măsură ce populația lumii și economia se orientează din ce în ce mai mult către mediul online, utilizarea instrumentelor de marketing digital cunoaște o creștere semnificativă. În contextul actual, digitalul reprezintă viitorul, astfel încât orice mesaj relevant trebuie să beneficieze de o prezență puternică pe acest canal pentru a-și atinge obiectivele. (Veríssimo, 2021, p. 4)

Site-urile web sunt date combinate precum cele de text, video sau grafică, sub forma unor pagini web, care prin combinare pot aduce informații relevante publicului vizat și au un rol definitoriu în marketing (Albăstroi, 2017, p.47). Conținutul website-urilor exprimă identitatea ariei și servesc la gestionarea dezvoltării, la atragerea traficului, la conturarea branding-ului, dar și la poziționarea și comunicarea cu publicul țintă. (Chaikovska et al., 2022, p. 155)

Portalurile web sunt punctele centrale de acces la o varietate de resurse și servicii în mediul online, care au rezultat din motoare de căutare (Albăstroi, 2017, p. 175). Astfel, putem spune că portalurile de ecoturism sunt website-uri care oferă informații despre destinații ecoturistice, practici sustenabile ale turismului, activități și resurse. Un exemplu la nivel internațional de portal ecoturistic cu importanță relevantă în prezentarea ariilor protejate este Protected Planet, gestionat de IUCN în colaborare cu alte organizații și este disponibil la www.protectedplanet.net, iar la nivel național, un portal ecoturistic important este www.eco-romania.ro, gestionat de Asociația de Ecoturism din România (AER).

Canalul de media socială (Internet social) este un concept deseori perceput cu termenul Web 2.0 și se referă la un set de tehnologii, aplicații și instrumente online care permit utilizatorilor să creeze, să împărtășească, să schimbe conținut și informații cu alți utilizatori prin rețele sociale, portaluri, bloguri, forumuri etc. (Albăstroi, 2017, p. 173). Hausmann et al. (2018) susține că rețelele sociale pot fi folosite ca o modalitate eficientă din punct de vedere al costurilor de a explora și pentru o monitorizare mai continuă a preferințelor pentru biodiversitate și activităților umane din zonele protejate. Într-o lucrare asupra impactului platformelor Facebook și Twitter, abordată de Luque-Martínez, Faraoni și Doña-Toledo (2019), s-a arătat că rețelele sociale au potențialul de a crește gradul de conștientizare și implicare în turismul durabil, precum și de a oferi informații și sprijin pentru practicile de turism durabil, sugerându-se că poate fi un instrument valoros pentru promovarea ariilor protejate. Veríssimo (2021, p. 2) susține că rețelele sociale au posibilitatea de a reduce amenințările la adresa naturii cauzate de comportamentul uman. Rețelele sociale domină publicitatea datorită capacității lor de a ajunge și de a segmenta publicul.

Aplicațiile mobile (de pildă, jocurile) sunt o formă de software dezvoltată pentru a fi utilizată pe dispozitive mobile, cum ar fi smartphone-uri sau tablete. Aceste aplicații sunt concepute pentru a oferi utilizatorilor funcționalități similare cu cele disponibile pe computere, fiind de obicei unități software mici și individuale cu funcționalități limitate (Rouse, 2020). Într-un studiu pe baza jocului de conservare Kakapo Run, dezvoltat de organizația On the Edge Conservation, se susține că jocurile mobile concentrate pe conservarea speciilor pot promova comportamente pro-conservare în rândul jucătorilor, inclusiv poate crește donațiile

în scopuri caritabile (Dunn and Veríssimo, 2020, p. 2). Progresele tehnologice ale hardware-ului ar putea face ca jocurile care folosesc realitatea augmentată și virtuală să fie mai accesibile, permițând utilizatorilor să experimenteze biodiversitatea într-un mod realist fără a fi necesar să părăsească confortul casei. Cu toate acestea, încă există o lipsă de înțelegere a rentabilității acestor experiențe în ceea ce privește conservarea biodiversității, din cauza costului mare de dezvoltare. (Veríssimo, 2021, p. 2)

Utilizarea *inteligenței artificiale* reprezintă o nouă abordare în promovarea conservării biodiversității din ariile protejate. Veríssimo (2021, p.3) susține că *influencerii virtuali*, creați prin intermediul CGI (Computer Generated Imagery) sau AI (Artificial Intelligence), pot fi un mod de promovare al ariilor protejate, însă trebuie abordată problema autenticității lor percepute. În UK, organizația On the Edge Conservation a introdus trei influenceri virtuali sub formă de animale pentru a atrage atenția asupra speciilor pe cale de dispariție. Unul dintre beneficiile creatorilor în utilizarea influencerilor virtuali este că au control complet asupra mesajelor și acțiunilor lor (Veríssimo, 2021, p.3). În ceea ce privește beneficiile pentru ariile protejate, pot afirma că influencerii virtuali reprezintă un mod interactiv de relaționare cu potențialii turiști.

În concluzie, prezentarea ariilor protejate pe portalurile de ecoturism, canalele de media socială și platformele web dedicate este esențială pentru promovarea și protejarea acestora, atragerea de vizitatori responsabili și informarea publicului larg despre importanța conservării acestor zone, fiind o modalitate ușoară și accesibilă în cele mai multe cazuri.

2. Studiu comparativ privind prezentarea în mediul online a ariilor protejate din regiunea Muntenia

2.1. Scopul și obiectivele studiului

Scopul studiului comparativ privind prezentarea în mediul online a ariilor protejate este acela de a evalua modalitatea în care aceste zone protejate sunt promovate și expuse pe platformele web specializate, pentru a identifica cele mai bune practici și a determina eventuale probleme.

Obiectivele studiului vizează:

- analiza și compararea website-urilor ariilor protejate din România, în vederea identificării celor mai bune practici și problemelor în prezentarea online a acestora;
- investigarea accesibilității și ușurinței de utilizare a site-urilor web ale ariilor protejate de către utilizatori;
- evaluarea conținutului prezentat pe site-urile web ale ariilor protejate, mai ales a informațiilor despre biodiversitate, turism, protecția mediului etc.;
- evaluarea designului și examinarea utilizării instrumentelor multimedia, cum ar fi videoclipuri, tururi virtuale și hărți interactive în prezentarea online a ariilor protejate;
- propunerea unor soluții pentru rezolvarea problemelor website-urilor identificate în prezentarea și promovarea ariilor protejate.;

În general, studiul comparativ ar putea fi util pentru îmbunătățirea strategiilor de promovare a ariilor protejate în mediul online și pentru creșterea gradului de conștientizare și apreciere a importanței lor în ceea ce privește protecția biodiversității și a mediului.

2.2. Analiză comparativă a platformelor web dedicate ariilor protejate

Motivul principal pentru care am ales regiunea Muntenia în realizarea analizei comparative a site-urilor ariilor protejate este acela că zona prezintă o varietate mare de arii protejate (parcuri naționale, rezervații naturale etc.) și cu o mare diversitate biologică, care oferă

oportunitatea de a examina mai multe tipuri de arii laolaltă. Totodată, regiunea este una dintre cele mai mari din țara noastră (52.486 km²), poziționându-se pe locul al doilea după Transilvania (57.807 km²), fiind și una dintre zonele cele mai prospere economic din România.

În cele ce urmează, se va realiza *analiza comparativă a website-urilor ariilor protejate din regiunea Muntenia* pe baza unui model tabelar, site-urile fiind analizate din perspectiva criteriilor *accesibilitate și ușurință în utilizare (usability), design și conținut* pentru a identifica relevanța acestor platforme web în promovarea ariilor.

Tabel 2

Analiza comparativă - platforme web arii protejate (Regiunea Muntenia)

Aria Protejată	Accesibilitate și ușurința în utilizare	Design	Conținut
<p>Parcul Național Piatra Craiului https://www.pcr.ai.ro/</p>	<ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este accesibil, fiind prima opțiune apărută în motorul de căutare Google. Website-ul parcului este accesibil și ușor de utilizat de orice persoană, indiferent de vârstă, prin prezența meniului clar și a butoanelor. Site-ul are și o variantă în limba engleză pentru posibilități turiști străini. Viteza de încărcare a site-ului este de 2,1 secunde, care intră în standardul de 3 secunde. 	<ul style="list-style-type: none"> În general predomină nuanțe de negru și alb, iar pe alocuri verde și roșu pentru evidențierea butoanelor. Textul se poate distinge ușor în contrast cu fundalul. Textul este lizibil, fiind folosit pentru titluri fontul <i>Inherit</i> de mărime 24, iar pentru conținut fontul <i>Raleway</i> de mărime 12. Prezența imaginilor clare cu funcție de zoom, 360 de grade, dar și videoclipuri clare și calitative. Logo-uri atractive pentru parc și autoritățile partenere. (Administrația PNPC, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> Meniul site-ului este orientat pe orizontal, structurat pe 8 categorii (Acasă, Parcul, Vizitarea, Informații publice, Reglementari, Proiecte, Centru vizitare, Actualități). Sunt prezente modalități de cumpărare a biletelor de vizitate (fizic la anumite centre, prin sms sau online pe site). Sunt prezente informații despre parc, termeni și condiții, comunitatea locală/tradiții, condiții meteo, contact, echipa parcului, centrul de vizitare, program, turism, harta, protecția mediului, biodiversitate Este prezent un buton spre pagina de Facebook
	<ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este accesibil, fiind prima opțiune apărută în motorul de căutare Google. 	<ul style="list-style-type: none"> În general predomină nuanțe de verde, gri, maro și alb, iar pe alocuri negru. Culorile din fundal și din 	<ul style="list-style-type: none"> Meniul site-ului este orientat pe orizontal, structurat pe 5 categorii (Acasă, Despre noi, Explorează, Atracții, Contact).

Aria Protejată	Accesibilitate și ușurința în utilizare	Design	Conținut
<p>Parcul Natural Bucegi https://bucegipark.ro/ro/</p>	<ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este accesibil și ușor de utilizat de orice persoană, indiferent de vârstă, prin prezența meniului clar și a butoanelor. Site-ul are și o variantă în limba engleză și germană pentru posibilitatea turiștilor străini. Viteza de încărcare a site-ului este de 1,3 secunde, care intră în standardul de 3 secunde. 	<p>prim-plan nu au un raport de contrast suficient.</p> <ul style="list-style-type: none"> Textul este lizibil, în general, fiind folosit pentru titluri fontul <i>Inherit</i> de mărime 30, iar pentru conținut fontul <i>Segoe UI</i> de mărime 12. Prezența imaginilor și a videoclipurilor clare și calitative. Logo-uri atractive pentru parc și autoritățile partenere. (Administrația PNB, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> Sunt prezente modalități de cumpărare a biletelor de vizitate (fizic de la rangeri, online- Easy2visit) Prezența informațiilor despre parc, politica de confidențialitate, puncte de informare, condiții meteo, contact, echipa parcului, localnici, turism, harta, protecția mediului, biodiversitate. Sunt prezente butoane către paginile Facebook, Twitter, Instagram, și Youtube.
<p>Parcul Natural Comana https://comanaparc.wixsite.com/parc-comana</p>	<ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este prima opțiune apărută în motorul de căutare Google. Website-ul parcului este accesibil pentru turiștii români, dar nu este ușor de utilizat de orice persoană, indiferent de vârstă, întrucât textul nu poate fi distins ușor de fundal. Site-ul are variantă doar în limba română restrâns în acest caz. Viteza de încărcare a site-ului este de 3,2 secunde, 	<ul style="list-style-type: none"> În general predomină nuanțe de verde, albastru și alb, iar pe alocuri negru pentru pictograme. Textul nu se poate distinge ușor în contrast cu fundalul. Fontul pentru titluri și conținut este <i>Arial</i>, de mărimi variabile, neproporționale. Prezența unor imagini și videoclipuri clare și calitative. Logo-uri atractive pentru parc și autoritățile partenere. (Administrația PNC, 2021) 	<ul style="list-style-type: none"> Meniul site-ului este orientat pe vertical structurat pe 9 categorii (Acasă, Echipa, Plan, Utile, Proiecte, Calendar, Carieră, Contact, Altele...). Sunt prezente modalități de cumpărare a biletelor de vizitate (fizic, online sau transfer bancar). Sunt prezente informații despre parc, comunitatea locală, condiții meteo, contact, program, turism, harta, protecția mediului, biodiversitate Sunt prezente butoane spre pagina de

Aria Protejată	Accesibilitate și ușurința în utilizare	Design	Conținut
<p>Parcului Natural Balta Mică a Brăilei https://bmb.ro/</p>	<p>care nu intră în standardul de 3 secunde.</p> <ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este accesibil, fiind prima opțiune apărută în motorul de căutare Google. Website-ul parcului este accesibil și ușor de utilizat de orice persoană, indiferent de vârstă, prin prezența meniului clar și a butoanelor. Site-ul are și o variantă în limba engleză pentru posibilități turiști străini. Viteza de încărcare a site-ului este de 4,8 secunde, care nu intră în standardul de 3 secunde. 	<ul style="list-style-type: none"> În general predomină nuanțe de verde, albastru negru și alb, Textul se poate distinge ușor în contrast cu fundalul. Textul este lizibil, fiind folosit pentru titluri fontul <i>Crete Round</i> de mărime 25, iar pentru conținut fontul <i>Open Sans</i> de mărime 13. Prezența imaginilor clare cu funcție de zoom, dar și videoclipuri clare și calitative. Logo-uri atractive pentru parc și autoritățile partenere. (Administrația PNBMB, 2021) 	<p>Facebook și Instagram a parcului.</p> <ul style="list-style-type: none"> Meniul site-ului este orientat pe orizontal, structurat pe 7 categorii (Home, Arii protejate, Noutăți, Info publice, Turism, Reglementări, Contact). Sunt prezente modalități de cumpărare a biletelor de vizitate (doar fizic). Sunt prezente informații despre parc, termeni și condiții, comunitatea locală, centrul de informare, contact, program, turism, harta, protecția mediului, biodiversitate Sunt prezente butoane spre paginile de Facebook și Youtube.
<p>Parcul Natural Văcărești https://parcnaturalvacaresti.ro/</p>	<ul style="list-style-type: none"> Website-ul parcului este accesibil, fiind prima opțiune apărută în motorul de căutare Google. Website-ul parcului este accesibil și ușor de utilizat de orice persoană, indiferent de vârstă, prin prezența meniului clar. 	<ul style="list-style-type: none"> În general predomină nuanțe de verde și albastru, negru și alb Textul se poate distinge ușor în contrast cu fundalul. Textul este lizibil, fiind folosit pentru titluri fontul <i>Troika</i> de mărime 25, iar pentru conținut fontul <i>Open Sans</i> de mărime 13. 	<ul style="list-style-type: none"> Meniul site-ului este orientat pe orizontal, structurat pe 7 categorii (Despre parc, Despre noi, Proiecte, Hai în parc!, Fabrica de viață, Noutăți, Susține-ne). Sunt prezente informații despre parc, termeni și condiții, contact, echipa parcului, turism, harta, protecția mediului,

Aria Protejată	Accesibilitate și ușurința în utilizare	Design	Conținut
	<ul style="list-style-type: none"> Site-ul are variantă doar în limba română, iar posibilități turiști străini au acces restrâns în acest caz. Viteza de încărcare a site-ului este de 2 secunde, care se încadrează în standardul de 3 secunde. 	<ul style="list-style-type: none"> Prezența imaginilor clare cu funcție de zoom și a clipurilor video clare și calitative. Prezența logo-ului parcului. (Administrația PNV, 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> biodiversitate, donații. Sunt prezente butoane către pagina de Youtube Facebook, Instagram, Soundcloud a parcului, dar și spre aplicația mobilă Parcul Natural Văcărești.

Sursa: Realizat de autor

Cele mai bune practici:

- Din punct de vedere al *accesibilității și al ușurinței în utilizare (usability)*, website-urile *Parcului Național Piatra Craiului* (Anexa 1), *Parcului Natural Bucegi* (Anexa 2), *Parcului Natural Comana* (Anexa 3), *Parcului Natural Balta Mică a Brăilei* (Anexa 4) și *Parcului Natural Văcărești* (Anexa 5) sunt optimizate pentru a fi ușor de găsit, fiind primele opțiuni în motorul de căutare Google, fără a implica vreo contravaloare pentru utilizarea lor. Site-urile sunt ușor de folosit de către orice persoană, indiferent de vârstă, datorită meniului clar și a butoanelor interactive. Totodată, limba în care este conceput și tradus site-ul este un element de acces pentru toți vizitatorii, majoritatea website-urilor având conținutul tradus în limba engleză, iar în cazul *Parcului Natural Bucegi* și în germană.

- Site-urile web au un *design* atractiv datorat concordanței cu tema de ecoturism ce se asociază, în principal, cu nuanțe de verde, cu formatarea proporțională a textului de titlu și conținut, cu prezența unor imagini și videoclipuri calitative care evidențiază frumusețea și importanța acestor arii protejate, dar și prezența logo-urilor atractive ale parcurilor și ale partenerilor.

- Din punct de vedere al *conținutului*, site-urile web ale ariilor protejate din Muntenia oferă informații complete și actualizate despre ariile protejate, inclusiv despre biodiversitate, atracțiile turistice și regulile de vizitare. Sunt furnizate hărți și indicații clare pentru a ajuta vizitatorii să se orienteze. De asemenea, în toate cazurile, modalitățile de plată ale taxelor parcului se pot achita atât în mediu fizic, cât și în mediul online, iar în cazul *Parcului Natural Bucegi* se lucrează la plata cu Bitcoin și Revolut. Totodată, prezența în mediul online a ariilor protejate este semnalată pe site-uri prin link-uri către platforme precum Facebook, Instagram, Twitter Sau Youtube. Am identificat și un avantaj pentru *Parcul Natural Văcărești* și anume, acesta este singurul care dispune de o platformă de Soundcloud unde postează podcasturi și de o aplicație mobilă de explorare a locației.

Probleme potențiale:

- Din punct de vedere al *accesibilității și al ușurinței în utilizare*, un criteriu important este viteza de încărcare a unui site și presupune încadrarea într-un standard de 3 secunde, la care anumite arii protejate, precum *Parcul Natural Comana* și *Parcul Natural Balta Mică Brăilei* nu se încadrează, cu 3,2 și 4,8 secunde, în urma testului online. Viteza de încărcare poate fi îmbunătățită prin optimizarea dimensiunea imaginilor. De asemenea, site-ul *Parcului*

Natural Comana are o variantă doar în limba română care poate fi o problemă în promovarea ariei la nivel internațional, deci ar trebui să se lucreze la traducerea site-ului măcar într-o limbă de circulație internațională.

- O problemă identificată asupra *design-ului* anumitor arii protejate din regiunea Muntenia este raportul de contrast insuficient între culorile din fundal și cele din prim-plan identificat în cazurile Parcului Natural Comana și Parcului Natural Bucegi. Administrația site-ului trebuie să lucreze la atribuirea culorilor din fundal în mod rațional.

- Din punct de vedere al conținutului, acesta diferă de la site la site. Meniul website-urilor ariilor protejate din Muntenia variază de la 5 la 9 categorii, având efecte asupra informațiilor prezente, care în cazul Parcului Natural Bucegi nu sunt suficiente, fapt posibil și din cauza procesului de modernizare în care se află site-ul, deci nu va fi aceasta forma finală. Totodată, o problema identificată este aceea a plății, care se poate face doar fizic în cazul Parcului Natural Balta Mică a Brăilei. Administrația site-ului parcului ar trebui să lucreze la introducerea unui procesor de plăți rapid și securizat pentru o experiență mai bună a vizitatorilor.

Pentru a îmbunătăți website-urile ariilor protejate din România, administrația parcului ar trebui să lucreze constant pentru a transforma problemele identificate în cele mai bune practici.

3. Cercetare vizând percepția tinerilor români asupra expunerii în mediul online a ariilor protejate din România

3.1. Metodologia cercetării

Scopul cercetării a fost studierea percepției tinerilor români cu privire la expunerea în mediul online a ariilor protejate din țara noastră și identificarea preocupării acestora în utilizarea platformelor web de prezentare pentru informare sau pentru o ulterioară vizitare a ariilor protejate.

Obiectivele cercetării au vizat:

- identificarea celor mai utilizate surse de informare cu privire la ariile protejate;
- stabilirea celor mai vizitate platforme web aferente ariilor protejate și a motivelor accesării acestora;
- identificarea importanței atribuite de respondenți diferitelor aspecte privind accesibilitatea, designul și conținutul platformelor web de prezentare a ariilor protejate;
- determinarea gradului de satisfacție a respondenților cu privire la aspecte vizând accesibilitatea, designul și conținutul platformelor web de prezentare a ariilor protejate din țara noastră;
- determinarea rolului acordat de respondenți platformelor web în promovarea ariilor protejate.

Cercetarea, derulată în *perioada 24.03-29.03.2023*, a fost *cantitativă, exploratorie*, sub forma unei *anchete de tip sondaj*.

Instrumentul folosit pentru colectarea datelor a fost un *chestionar*, conceput cu ajutorul *Google Forms* și transmis prin e-mail, Whatsapp și platforme de social media (Facebook și Instagram) către colegi, prieteni, rude și cunoștințe, în special persoane pasionate de ecoturism, membre ale unor grupuri dedicate ariilor protejate.

Cercetarea a avut un *eșantion* de 101 persoane, care nu are reprezentativitate statistică, ținând cont de numărul restrâns al respondenților.

În urma cercetării, au fost conturate rezultate relevante în atingerea obiectivelor stabilite și vor fi prezentate în cadrul următoarei secțiuni.

3.2. Rezultate și discuții

Chestionarul aferent cercetării a fost format din 15 întrebări, care au fost transmise unor persoane pasionate de ariile protejate. Dintre acestea, primele 10 întrebări au avut rolul de atingere a obiectivelor propuse anterior pentru identificarea importanței platformelor de prezentare a ariilor protejate în promovarea și vizitarea zonelor protejate, iar ultimele 5 întrebări au avut rol de a contura profilul respondenților din punct de vedere al vârstei, venitului, statutului socio-profesional, studiilor și genului.

După cum se poate observa în tabelul următor, *eșantionul cercetării* a fost format din 101 respondenți, cu următorul *profil socio-demografic*:

Tabel 3

Profilul socio-demografic al respondenților

Criteriu de clasificare	Categorii	Procentaj (%)
Gen	Feminin	59,4
	Masculin	40,6
Vârsta	18 – 24 ani	72,5
	25 – 30 ani	9,9
	31 – 35 ani	14,9
Venitul	Sub 2.000 lei	22,8
	2.000 – 3.500 lei	33,7
	3.501 – 5.000 lei	6,9
	5.001 – 6.500 de lei	5,9
	Peste 6 500 de lei	3
	Fără venit	27,7
Statutul socio-profesional	Elev/student	52,5
	Angajat	38,6
	Antreprenor/întreprinzător	2
	Liber profesionist	5,9
Ultima formă de învățământ absolvită	Șomer	1
	Liceu	81,2
	Facultate	11,19
	Masterat	4
	Fără studii	3

Sursa: Realizat de autor pe baza rezultatelor cercetării

Majoritatea respondenților sunt *femei* (59,4%), iar cei mai mulți dintre respondenți se încadrează în *segmentul de vârstă 18-24 de ani* (72,5%). În ceea ce privește *venitul*, procentul cel mai mare al respondenților (33,7%) se încadrează în categoria 2.000 – 3.500 lei. De altfel, majoritatea respondenților fac parte din categoria elev/student (52,5%), iar ultima formă de învățământ absolvită fiind liceul (81,2%).

Prima întrebare a cercetării s-a focalizat pe *gradul de familiarizare a respondenților cu site-urile web de prezentare a ariilor protejate din țara noastră*. Se poate observa din figura următoare că majoritatea, 46,5%, este foarte familiarizată cu subiectul.

1. Precizați în ce măsură sunteți familiarizat/ă cu site-urile web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate din țara noastră, folosind ...arte puțin familiarizat/ă, 5 – foarte familiarizat/ă):

101 responses

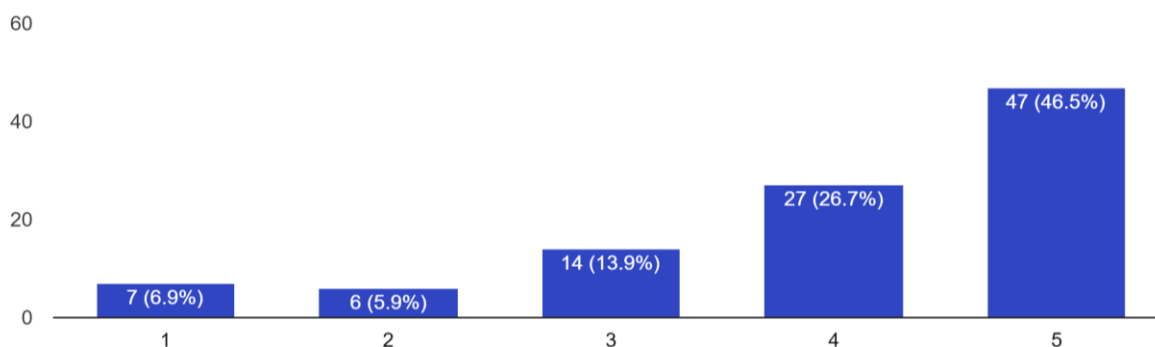


Fig. 1. Familiarizarea cu site-urile web ale parcurilor naturale/ariilor protejate

Sursa: Rezultatele chestionarului

În ceea ce privește *frecvența de utilizare a site-urilor web aferente ariilor protejate*, se distinge faptul că respondenții utilizează foarte des aceste platforme - 36.6% (Fig. 2.).

2. Precizați care este frecvența cu care accesați site-urile web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate din țara noastră, folosind ...lă de la 1 la 5 (unde 1 – foarte rar, 5 – foarte des):

101 responses

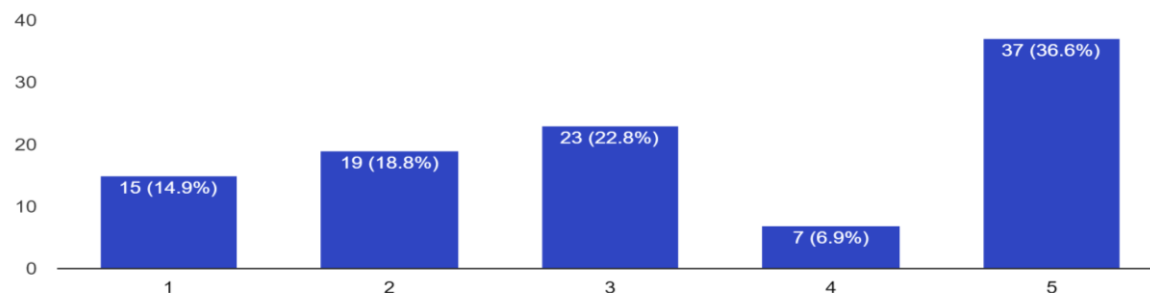


Fig. 2. Frecvența accesării site-urilor web ale ariilor protejate

Sursa: Rezultatele chestionarului

Respondenții au trebuit să menționeze *ariile protejate ale căror site-uri web le-au vizitat în ultimul an*, cele mai multe răspunsuri fiind înregistrate în favoarea Parcului Natural Bucegi, Rezervației Naturale a Biosferei Delta Dunării, Parcului Național Piatra Craiului, Parcului Național Ceahlău și Parcului Natural Văcărești.

În ceea ce privește *motivul principal al vizitării site-urilor web ale ariilor protejate* menționate anterior, respondenții au răspuns cu motive precum: vizitare/turism, proiecte școlare, pentru a afla informații despre locație, obiectivele turistice, pentru informare despre trasee, pentru a afla programul și tarifele, chiar și din curiozitate.

Pentru a afla *sursele de informare* la care apelează respondenții cu privire la ariile protejate, o întrebare a chestionarului a vizat metode/canale relevante de informare posibil a fi utilizate, site-urile web fiind varianta cu cel mai mare procentaj, anume 82,2%, (Fig. 3.).

5. În general, la ce surse de informare cu privire la parcurile naționale/ariile protejate apelezi?

101 responses

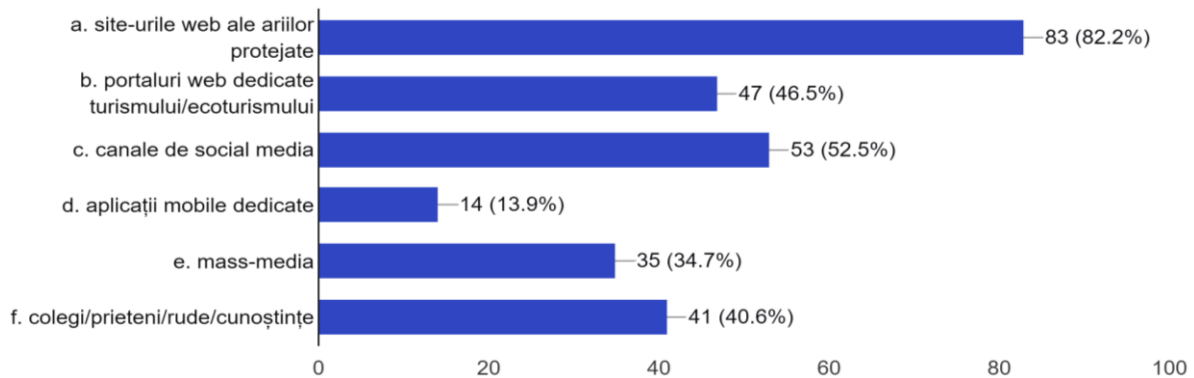


Fig. 3. Sursele de informare cele mai utilizate de respondenți

Sursa: Rezultatele chestionarului

Respondenții au trebuit să desemneze importanța acordată mai multor *aspecte cu privire la website-urile ariilor protejate* (accesibilitatea; optimizarea pentru dispozitivele mobile; design-ul; sistemul de navigare; structurarea conținutului; relevanța și actualitatea informației; modalitatea de expunere a conținutului – textual, grafic, video, audio etc.; interactivitatea; originalitatea manierei de prezentare). Respondenții au atribuit o *relevanță foarte mare* tuturor acestor aspecte în prezentarea ariilor în mediul online (Fig. 4.).

6. Menționați în ce măsură considerați relevante/importante următoarele aspecte privind site-urile web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc important, 5 – foarte important

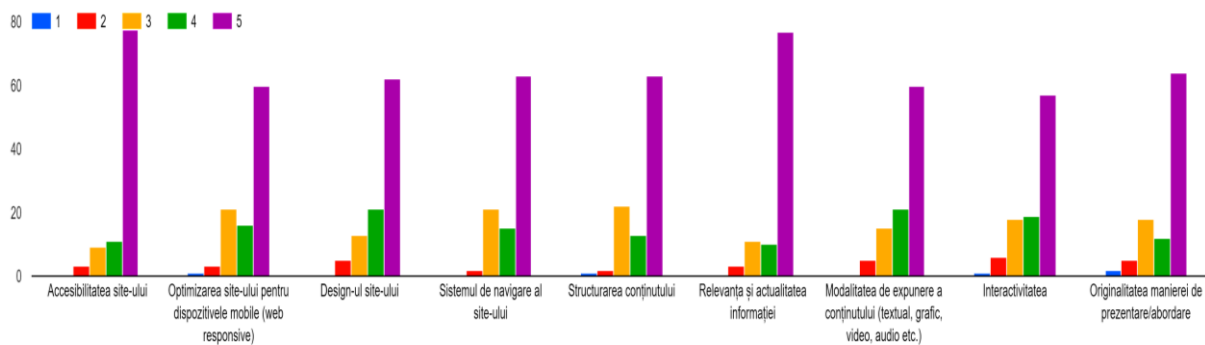


Fig. 4. Aspecte ale web site-urilor și gradul de importanță atribuit de respondenți

Sursa: Rezultatele chestionarului

În ceea ce privește măsura în care respondenții sunt *satisfăcuți de aceleași aspecte cu privire la website-urile ariilor protejate din România* (accesibilitatea; optimizarea pentru dispozitivele mobile; design-ul; sistemul de navigare; structurarea conținutului; relevanța și actualitatea informației; modalitatea de expunere a conținutului – textual, grafic, video, audio etc.; interactivitatea; originalitatea manierei de prezentare), aceasta este abordată în cadrul unei alte întrebări a chestionarului. Conform rezultatelor, expuse în figura următoare, tinerii români sunt foarte mulțumiți de toate aspectele site-urilor web ale ariilor protejate din țara noastră.

7. Menționați în ce măsură sunteți satisfăcut/ă de următoarele aspecte privind site-urile web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate din țara noastră, utilizând o scală de la 1 la 5, unde 1 – deloc mulțumit/ă, 5 – foarte mulțumit/ă

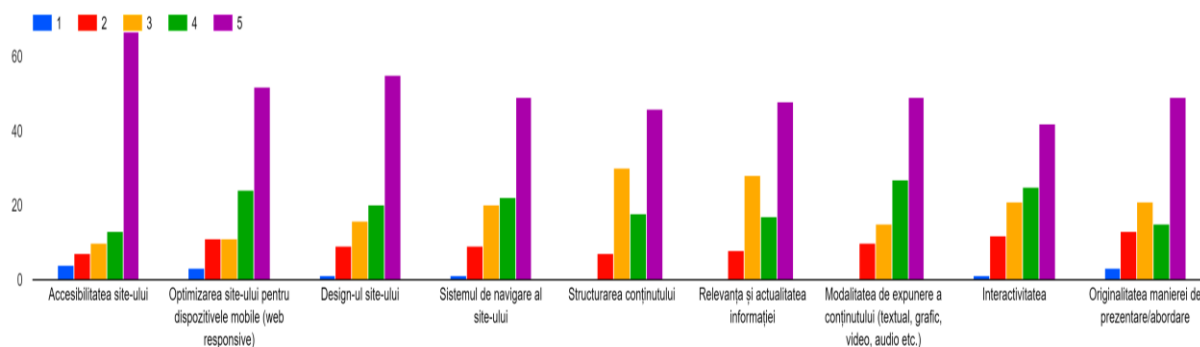


Fig. 5. Gradul de satisfacție al tinerilor români cu privire la unele aspecte ale website-urilor ariilor protejate

Sursa: Rezultatele chestionarului

În continuare, cercetarea s-a focusat pe identificarea *informațiilor* pe care tinerii români le consideră *importante și necesare* în cadrul unui site web dedicat unei arii protejate. În figura următoare, rezultatele arată că cele ele mai importante aspecte, se referă la localizare (94,1%), reguli și tarife (79,2%) și trasee (70,3%).

8. Principalele informații/aspecte pe care le căutați sau doriți să le regăsiți în cadrul site-urilor web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate vizează:

101 responses

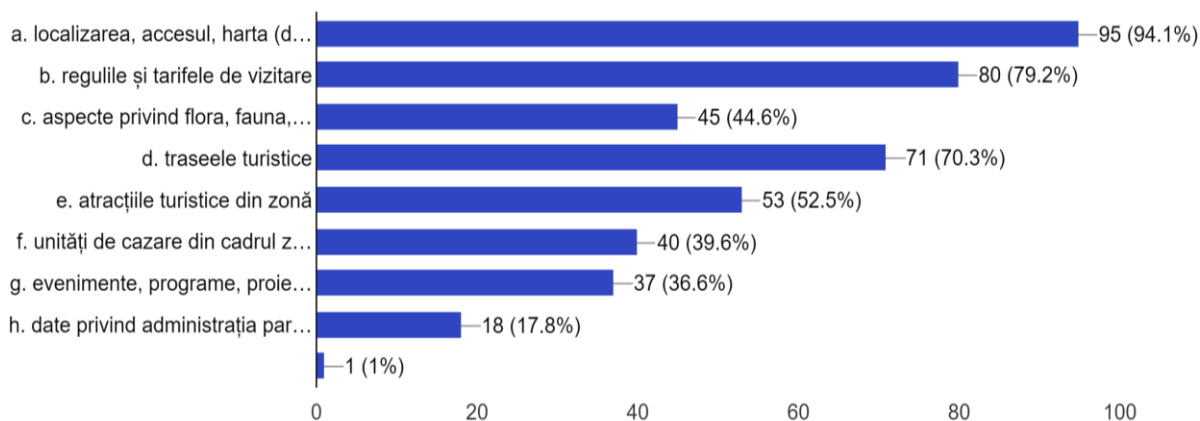


Fig. 6. Informații/aspecte importante din cadrul site-ului ariei protejate

Sursa: Rezultatele chestionarului

Totodată, respondenții au trebuit să aleagă măsura în care informațiile prezente în mediul online (site-uri dedicate, canale de social media, portaluri de turism etc.) privind ariile protejate din România le *influențează decizia de vizitare* în ariile protejate din România. Figura 7. surprinde faptul că respondenții sunt influențați într-o măsură foarte mare (54,5%) de mediul online în vizitarea zonelor naturale protejate.

9. Precizați în ce măsură considerați că informațiile pe care le regăsiți în mediul online (site-uri dedicate, canale de social media, portaluri de turis... 1 la 5, unde 1 – deloc, 5 – în foarte mare măsură:
101 responses

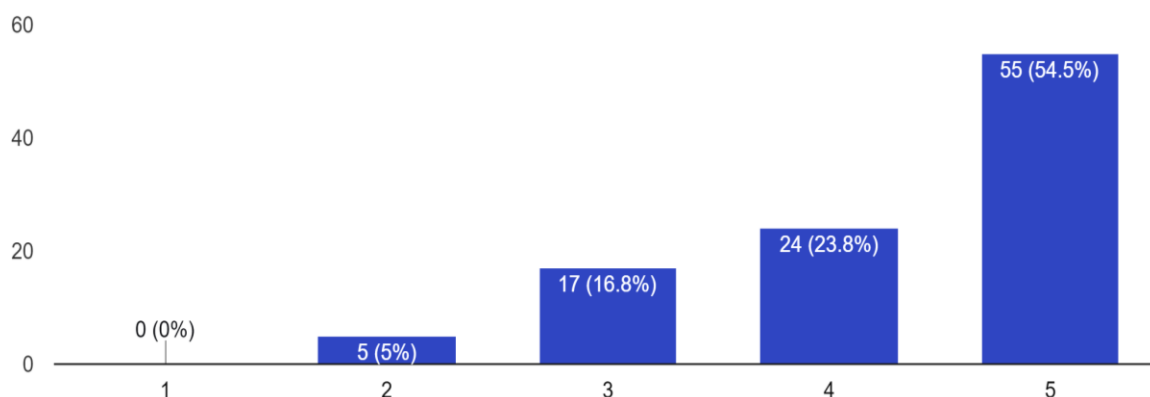


Fig. 7. Măsura în care informațiile din mediul online determină vizitarea ariilor protejate
Sursa: Rezultatele chestionarului

De asemenea, ultima întrebare a avut rolul de a identifica percepția respondenților asupra *importanței site-urilor web în promovarea ariilor protejate din țara noastră*. Cei mai mulți dintre respondenți (67,3%), au apreciat faptul că website-urile sunt *foarte importante în promovarea turistică a zonei* (Fig. 8.).

10. Menționați în ce măsură considerați important rolul site-urilor web de prezentare a parcurilor naționale/ariilor protejate din țara noastră în prom... 5, unde 1 – deloc important, 5 – foarte important
101 responses

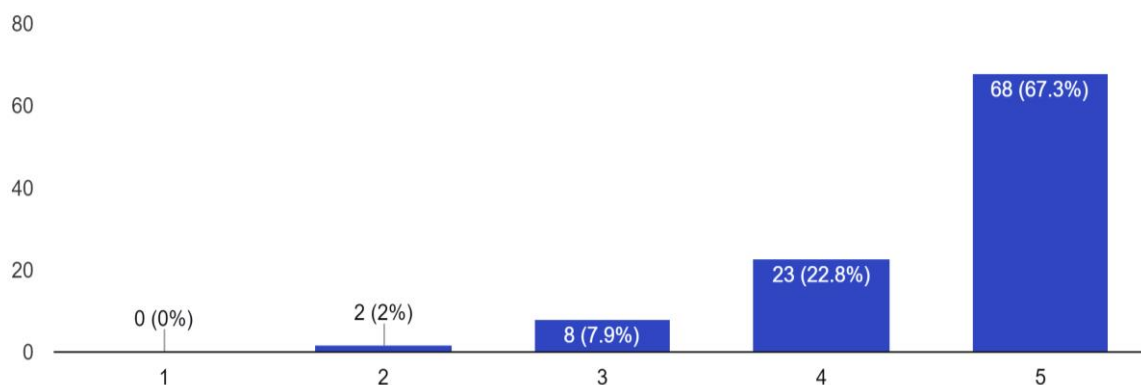


Fig. 8. Importanța site-urilor web de prezentare a ariilor protejate în promovarea lor
Sursa: Rezultatele chestionarului

Per total, în urma întrebărilor anterioare, pot spune că tinerii români încă sunt pasionați de conservarea naturii și mai mult ca niciodată aceștia au la îndemână metode variate de informare în mediul online, precum site-uri web și canale de media socială pe care le utilizează în scopuri benefice ariilor protejate din țara noastră.

Concluzii și propuneri

În concluzie, *platformele web de prezentare a ariilor protejate* sunt un instrument crucial în promovarea turismului în aceste zone. Platformele web ajută la creșterea gradului de conștientizare a importanței conservării, la vizibilitate, facilitează planificarea vacanțelor și excursiilor și promovează turismul responsabil și dezvoltarea zonei. Având în vedere analiza derulată și rezultatele cercetării, putem afirma că tinerii români utilizează platformele web de prezentare în mod corect, informându-se despre potențialul ariilor, acordând o importanță deosebită prezenței în mediul online a ariilor protejate.

Totuși, în urma studiului comparativ, dar și a cercetării cantitative derulate, s-a constatat existența unor aspecte privind platformele web aferente ariilor protejate din țara noastră ce necesită îmbunătățiri. Astfel, *propunerile* formulate vizează:

- administrația ariilor protejate ar trebui să mai lucreze la designul site-urilor web întrucât, în cazul site-urilor din Muntenia, am constatat o problemă în ceea ce privește contrastul, care este un impediment în lizibilitatea textului. Pentru a îmbunătăți contrastul trebuie să se lucreze la culorile din fundal și din prim plan.
- site-urile web ale ariilor protejate ar trebui traduse măcar într-o limbă de circulație internațională (de pildă, limba engleză) deoarece contribuie la accesibilitatea turiștilor străini potențiali și la promovarea la nivel internațional a ariilor;
- modernizarea site-urilor ar fi benefică pentru a da o notă de originalitate. Unele site-uri se înscriu într-un design standard, iar administrația site-urilor web ar trebui să dea o notă de unicitate prin animații, asistenți virtuali sau realitatea augmentată;
- implementarea de tehnologii interactive precum tururile virtuale, care ar putea ajuta utilizatorii la înțelegerea ariei protejate și la conectarea cu natura. Tururile virtuale pot consta în previzualizarea traseelor și a obiectivelor turistice din zonă;
- toate website-urile ariilor protejate ar trebui să aibă prezent un sistem de cumpărare online a biletelor. Sistemul de plată trebuie să fie securizat, ușor de utilizat, optimizat pentru diferite dispozitive (telefon, tabletă, calculator), să suporte mai multe valute și să ofere suport pentru cumpărătorii biletelor;
- pentru a spori interactivitatea cu turiștii, crearea de aplicații mobile pentru fiecare arie protejată ar fi benefică. Funcționalitățile aplicațiilor pot consta în: hărți interactive care să-i ajute pe utilizatori să obțină informații despre trasee, puncte de acces sau obiective turistice; localizare GPS pentru ca turiștii să poată naviga cu ușurință în ariile protejate; realitate augmentată care prin ajutorul ecranului telefonului mobil pot vedea animale specifice zonei în orice loc. Aplicațiile mobile pot cuprinde jocuri de învățare a florei și a faunei ariei, jocuri de construire și administrare a propriului parc pentru a ajuta turiștii să privească pozitiv conservarea naturii.

Mulțumiri

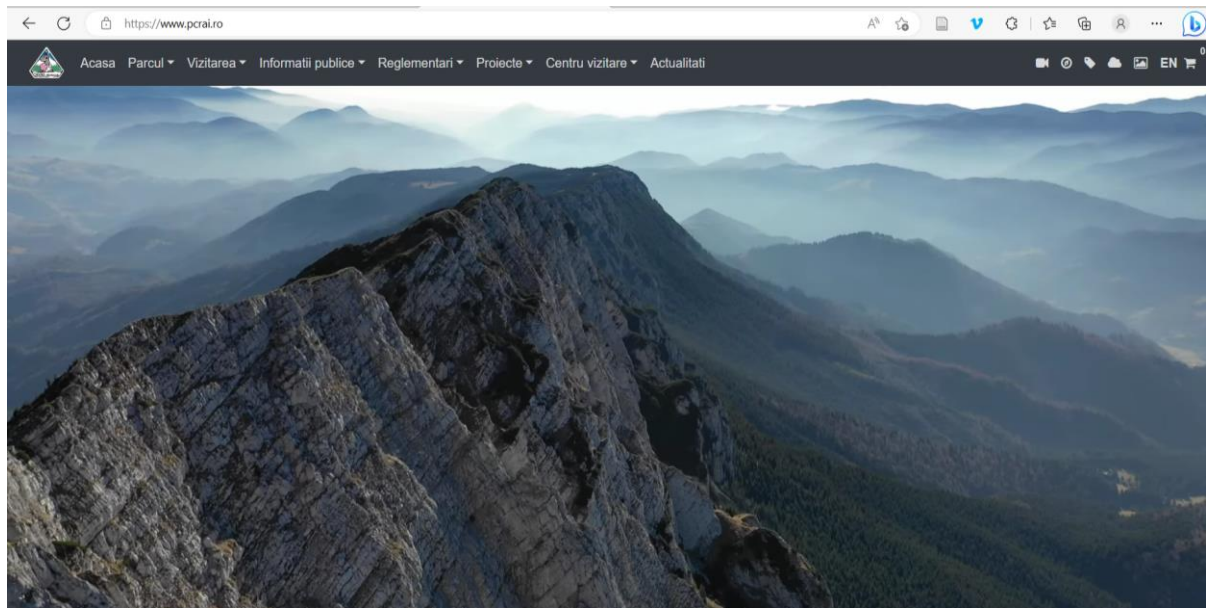
Cu această ocazie, doresc să îi mulțumesc doamnei conf. univ. dr. Albăstroiu Năstase Irina pentru coordonarea prezentei lucrări, dar și pentru susținere și încredere.

Bibliografie

1. Administrația PNB, 2023. *Parcul Natural Bucegi*. Available at: <<https://bucegipark.ro/>> [Accessed 3 April 2023].
2. Administrația PNBMB, 2021. *Parcul Natural Balta Mică a Brăilei*. Available at: <<https://bmb.ro/>> [Accessed 3 April 2023].

3. Administrația PNC, 2021. *Parcul Natural Comana*. Available at: <<https://comanaparc.wixsite.com/parc-comana>> [Accessed 3 April 2023].
4. Administrația PNPC, 2023. *Parcul Național Piatra Craiului*. Available at: <<https://www.pcr.ai.ro/>> [Accessed 3 April 2023].
5. Administrația PNV, 2023. *Parcul Natural Văcărești*. Available at: <<https://parcnaturalvacaresti.ro/>> [Accessed 3 April 2023].
6. Albăstroiu, I., 2017. *e-Business: elemente fundamentale*. București: Editura ASE. Available at: <http://opac.biblioteca.ase.ro/opac/bibliographic_view/221684?pn=opac%2FSearch&q=e-business> [Accessed 2 April 2023].
7. Chaikovska, M., Mashika, H., Mankovska, R., Liulchak, Z., Haida, P. and Diakova, Y., 2022. Digital Marketing Tools for Managing the Development of Park and Recreation Complexes. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(5), pp.154–162. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.5.23>.
8. Dudley, N., 2008. *Guidelines for applying protected area management categories*. Gland, Nyon: IUCN Publications Services, 21. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2008.PAPS.2.en>.
9. Dunn, M. and Veríssimo, D., 2020. *Evaluating the impact of a mobile conservation game on players' support for nature conservation (pre-print)*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xuvd4>.
10. Gillespie, A., 2007. *Protected Areas and International Environmental Law*. Leiden: Martinus Nijhoff Publishers.
11. Hausmann, A., Toivonen, T., Slotow, R., Tenkanen, H., Moilanen, A., Heikinheimo, V. and Di Minin, E., 2018. Social Media Data Can Be Used to Understand Tourists' Preferences for Nature-Based Experiences in Protected Areas. *Conservation Letters*, 11(1), p.e12343. <https://doi.org/10.1111/conl.12343>.
12. Leung, Y.-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G. and Buckley, R. eds., 2018. *Tourism and visitor management in protected areas: guidelines for sustainability*. 1st ed. Gland, Nyon: IUCN Publications Services. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en>.
13. Luque-Martínez, T., Faraoni, N. and Doña-Toledo, L., 2019. Auditing the Marketing and Social Media Communication of Natural Protected Areas. How Marketing Can Contribute to the Sustainability of Tourism. *Sustainability*, 11(15), p. 4014. <https://doi.org/10.3390/su11154014>.
14. Rouse, M., 2020. Mobile Application. *Techopedia*. Available at: <<https://www.techopedia.com/definition/2953/mobile-application-mobile-app>> [Accessed 20 March 2023].
15. Veríssimo, D., 2021. Trends in Digital Marketing for Biodiversity Conservation. *Revista CEA*, 7(14), p.e-1957. <https://doi.org/10.22430/24223182.1957>.
16. Worboys, G.L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S. and Pulsford, I., 2015. *Protected Area Governance and Management*. Canberra: ANU Press.

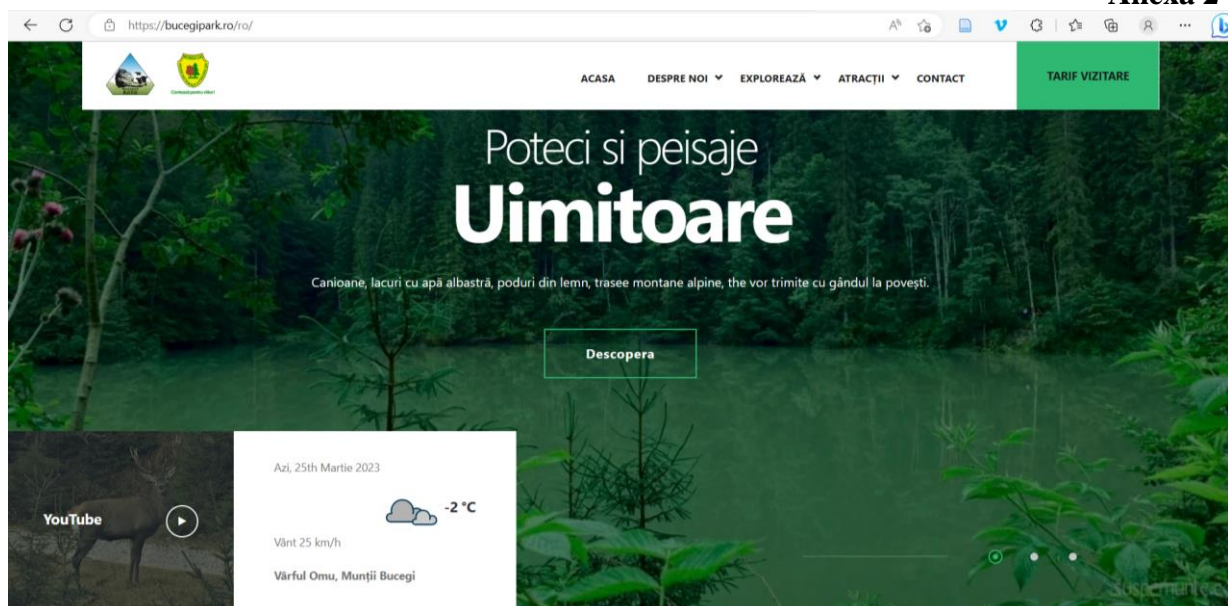
Anexa 1



Website-ul Parcului Național Piatra Craiului

Sursa: <https://www.pcr.ai.ro/>

Anexa 2

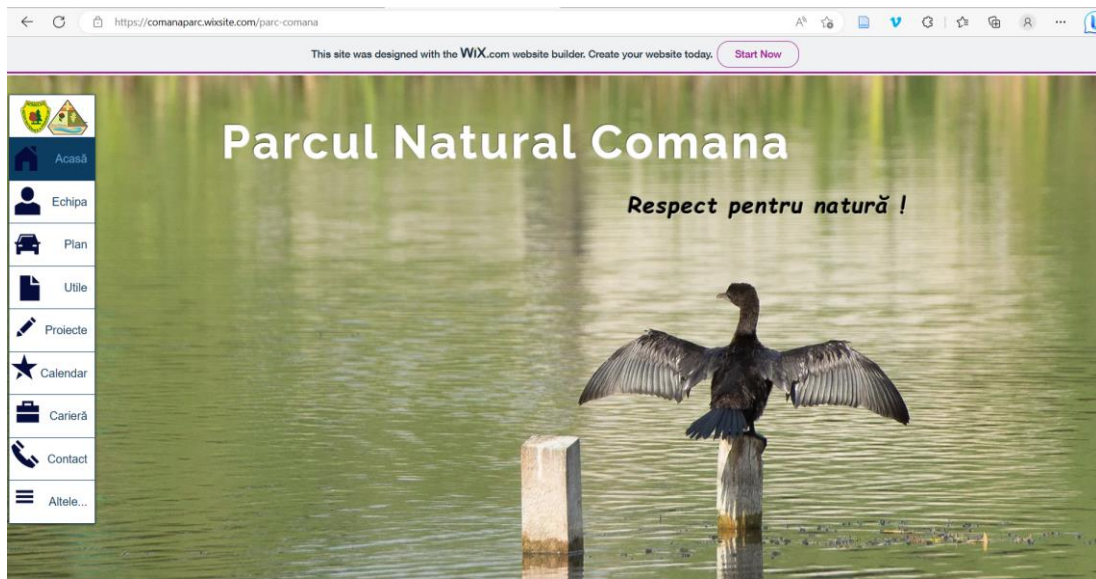


Website-ul Parcului Natural Bucegi

Sursa: <https://bucegipark.ro/ro/>

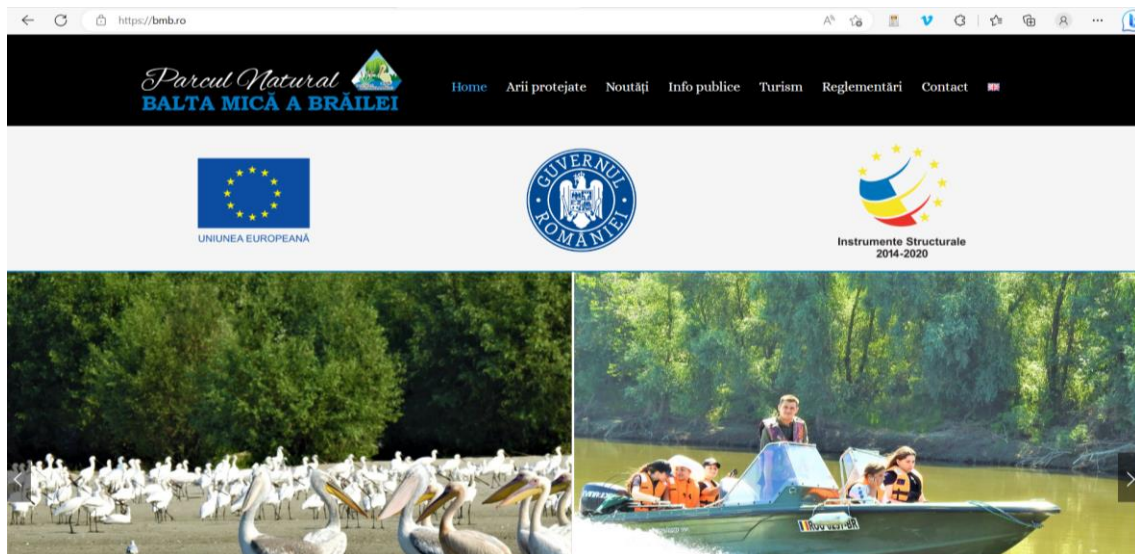
Anexa 3

Web
site-
ul



Parcului Natural Comana
Sursa: <https://comanaparc.wixsite.com/parc-comana>

Anexa 4



Website-ul Parcului Natural Balta Mică a Brăilei
Sursa: <https://bmb.ro/>

Anexa 5



Website-ul Parcului Natural Văcărești

Sursa: <https://parcnaturalvacaresti.ro/>