

Tehnologiile reportericești sincronizate la performanțele tehnice

Boris PARFENTIEV

Departamentul Radio și Televiziune,
Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării,
Universitatea de Stat din Moldova.
bparfentiev@gmail.com

Abstract - Radio and TV, thanks to the new information technologies, has seen a continuous development. The image, sound and audio-visual transmission are optimized. Another determining factor is the content quality, which depends, in particular, on journalism. But the TV product is a convergence between technical processes and journalistic creation. Therefore new forms of improvement of educational processes, training of specialists, who would know both the reporter technologies and the new information technologies, and vice versa, must be sought.

Keywords - new information technologies, journalism, Radio and TV, journalistic genres, television broadcasting functions, master programs.

Inovațiile în domeniul tehnologiilor informației și comunicării și pătrunderea acestor tehnologii în toate domeniile vieții: la locul de muncă, în comunicare, în serviciile publice, în viața de familie, în petrecerea timpului liber, obligă cadrele didactice de la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova, să promoveze tehnologiile noi, să participe la implementarea lor, să le încorporeze în formarea studenților, să beneficieze cât mai repede de avantajele oferite de aceste tehnologii.

Dacă ne referim la performanțele tehnice ale televiziunii, atunci vom menționa că doar în câteva decenii au fost dezvoltate numeroase soluții tehnice și oferte noi de tehnologie, fiecare din ele modificând într-o formă sau alta audiovizualul:

Una dintre cele mai importante tehnologii, ce ține încă de anii '80 ai secolului trecut, este televiziunea prin cablu (CATV). Televiziunea prin cablu permite transmisia, la început analogică și unidirecțională, dinspre o stație centrală către abonați, pe o infrastructură special construită, de semnal multiplexat care include mai multe canale de televiziune.

Prin această tehnologie i se oferă telespectatorului posibilitatea de a alege dintre multe sute de programe pe care le recepționează concomitent pe televizor. Răspândirea CATV conduce la o creștere explozivă a pieței de televiziune și permite o largă diversificare a acesteia. După cum conchid specialiștii, „se poate afirma că acesta a fost momentul în care televiziunea ajunge la deplina maturitate ca industrie și mediu de comunicare, consolidându-și poziția în stadiul în care conținutul programelor primează”[1].

Un alt pas decisiv în tehnologiile audiovizuale - videorecorderul și casetele video, care scot din zona exclusiv profesională posibilitatea de stocare pe suport magnetic a conținutului și permit publicului să înregistreze programe pentru uz propriu (pentru arhivare și/sau redare ulterioară momentului difuzării/achiziționării). Practic telespectatorul poate din acest moment să decidă când anume urmărește un anumit program/ produs audiovizual.

Camera video din clasa consumer (generația următoare de tehnologie după aparatele de filmat de amatori pe 8 sau 16 mm.), - o altă pagină importantă din istoria televiziunii. Camera video consumer oferă pentru prima oară publicului mediu o soluție simplă și ușor de utilizat pentru realizarea de mici producții video nepretențioase de uz personal.

Televiziunea digitală prin satelit: oferă imagine și sunet superioare calitativ celei analogice, întreg lanțul producție/ postproducție/ difuzare fiind digital. Avantajul imediat al tehnologiei constă în faptul că permite transmisia simultană într-o lărgime de bandă dată a mult mai multor canale decât în cazul transmisiei analogice: inițial telespectatorul poate avea acces la pachete de 300 de programe TV, în prezent pachetele conțin chiar și peste 1000 de programe. Segmentarea pieței și concurența ajung la dimensiuni extreme.

Televiziunea de înaltă definiție HDTV — «high definition television»: este generația următoare a

televiziunii digitale, comparabilă ca și calitate a imaginii și sunetului cu cinematograful. Rezoluția imaginii este încă mai mică decât cea oferită de peliculă dar este foarte aproape de limita de la care ochiul uman nu mai poate face diferențieri (de altfel această tehnologie permite chiar producția de film în condiții de reducere a bugetului necesar pentru că întreaga producție se realizează digital și abia la finalizare se realizează eventual transpunerea pe peliculă). Sunetul este stereo, identic cu cel dintr-o sală de cinema. Chiar și ecranele televizoarelor ajung la diagonale de peste un metru datorită tehnologiilor LCD și cu plasmă. Este cinematograful de acasă, care se va extinde pe scară largă în viitorul apropiat.

Și una din sarcinile/obligațiile jurnaliștilor este să cunoască posibilitățile tehnice ale noilor echipamente, ale noilor tehnologii informaționale. Pentru facilitarea acestor procese, la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova, se predau mai multe cursuri, cum ar fi „Tehnologia Informației și Comunicării”, „Platforme mediatice digitale”, „Imaginea video și montajul”, „Editarea emisiei radio”. Spre exemplu, în cadrul cursului „Imaginea video și montajul” sunt studiate așa teme, ca „Echipamentul de producere video”, „Lumina și culoarea la producerea video”, „Imaginea video: tehnici de realizare”, „Editarea imaginilor” ș.a. Pe parcursul orelor se accentuează faptul, că există o diferență în activitățile de filmare și de editare în conformitate cu formatul emisiunii, cu genurile jurnalistice, care doar în televiziune sunt circa 20. Doar o succintă enumerare a lor: știrea, reportajul, interviul, darea de seamă, discursul în cadru – țin de genurile informative [2]. Comentariul, trecerea în revistă, discuția, interviul de problemă, dezbateră, dezbateră electorală, talk-show-ul – sunt genuri analitice. Din cele publicistic-artistice fac parte schița, eseul, foiletonul, pamfletul, recenzia, documentarul de televiziune și altele, care sunt studiate la cursul de „Jurnalism TV”.

În interiorul fiecărui gen publicistic putem găsi diferite divizări ale fiecăruia în funcție de domeniul pe care îl abordează; știri politice, sociale, economice, culturale, sportive, mondene etc.

În practica jurnalismului de televiziune se întâlnește din ce în ce mai des metoda îmbinării, interferenței dintre genurile publicistice (reportajul-anchetă, interviul pamflet, ancheta pamflet, știrea-relatare). Toată această îmbinare duce la construcția unui jurnal televizat care are capacitatea să informeze, emoționeze și să distreze [3].

Și un simplu interviu de televiziune, după tipologia sa, poate fi de informare, de interpretare, de opinie, de atmosferă, de promovare, interviu portret, interviu emoțional etc. Fiecare din aceste tipuri de interviu își are specificul, ineditul, originalitatea sa, care trebuie să fie cunoscute de responsabilii de imagine, de sunet, de editare, dar și de staful tehnic.

Or, pentru cei veniți la televiziune din alte instituții de învățământ, cu profil tehnic, această materie este mai puțin cunoscută, însă ea este necesară pentru că noi spunem că produsul televizual este o convergență, o sumabilă între procesele tehnice și cele de creație jurnalistică.

La Universitatea Tehnică din Moldova există așa programe de master: „Comunicații multimedia”, „Tehnologii multimedia pentru producția de conținut în domeniul audiovizualului și comunicațiilor”, la Universitatea de Stat – „Managementul instituției media”, „Talk-show-ul radiotelevizat”, „Managementul instituției infodocumentare”. În opinia noastră, ar fi cazul să se propună modificări în șirul de cursuri predate la master, atât la Universitatea Tehnică, cât și la Universitatea de Stat din Moldova: pentru cei de la jurnalism și comunicare - pentru o mai bună cunoaștere a priorităților și posibilităților televiziunii digitale, a tehnologiilor informaționale; pentru cei de la inginerie – pentru însușirea tehnologiilor reportericești – distincției formatelor de televiziune, genurilor publicistice audiovizuale, dar și specificității funcțiilor exercitate/profesate de emisia televizată (de informare, de educație, de socializare, de supraveghere, de divertisment, de popularizare a patrimoniului cultural, de integrare a societății ș.a.). Programele de master, enunțate mai sus, poartă un caracter interdisciplinar și o îmbinare mai armonioasă a disciplinelor predate le-ar face mai atractive pentru studenții-masteranzi.

BIBLIOGRAFIE

- [1] Dan Rațiu „Producție și distribuție de conținut audiovizual” - <https://arte.uvt.ro/wp-content/uploads/2014/07/d2.-Curs-Productie-Dan-Ratiu.pdf> (vizitat 07.05.2018)
- [2] Andrei Dumbrăveanu, Dumitru Țurcanu, Boris Parfentiev „Televiziunea de actualități”, Referințe didactice. Chișinău: CEP USM, 2010 – 158 p.
- [3] Dona Tudor „Genurile publicistice de televiziune”, Note de curs - <https://www.scribd.com/.../Genurile-publicistice-de-televiziune> (vizitat 08.05.2018)