

REPORTAJUL CA GEN AL SPECTACULARULUI

Dumitru ȚURCANU,

doctor în științe politice, conferențiar universitar,

Universitatea de Stat din Moldova

Summary. Reportage, as an informative species, is the one that transmits the atmosphere, the details and the semnification of the event. Either newspaper, radio or TV, they use different means and techniques of presenting. The one technique that applies to all of them is the presence of the journalist at the event. This is a mandatory for this species because it contributes to the transmission of the event by reffering to facts, dates, figures, witnesses, participants, but also to our attraction, the consumers, in the center of the event. This happens despite the emotions and the feelings of the reporter. For the TV reportage, thanks to the sound, image and perword the reporter creates and shares a true show. The shows persuasion potential can contribute to a more profound understanding of the event, but also can change the initial message of the product, leading to manipulation.

Keywords: reportage, show, image, word, sound, reporter, fiction, viewer, reality, event, journalism, literature, sensational, dramatic.

Pe parcursul mai multor secole, canalele media au evoluat în succesiune, oferindu-ne posibilități din ce în ce mai extinse de a ne informa și a cunoaște lumea. În paralel se dezvoltau și formele de expresie în procesul comunicării, conturându-se în genuri și specii aparte, ca reacție la necesitățile și cererea consumatorilor media de a avea informații complete, obiective, veridice, convingătoare, mai aproape de evenimente. Astfel, cititorul vrea mai mult decât o știre cu o proximitate temporală și spațială aproximativă, scrisă de un „anonim”. El este înclinat să-l creadă mai mult pe participantul/martorul evenimentului, decât pe ziaristul a cărui prezență la fața locului nu este indubitabilă. Și, în acest mod, este pusă la îndoială credibilitatea consumatorilor media în autenticitatea și veridicitatea faptelor expuse.

Mesajul, fabricat de ziarist, volens-nolens, poate fi distorsionat. Așadar, apare interviul, prin intermediul căruia jurnalistul îi oferă posibilitatea privilegiată organizatorului, martorului sau participantului la eveniment de a-i transmite direct consumatorului informația respectivă, personalizând-o cu emoțiile, simțurile, trăirile, opiniile, convingerile și suspiciunile sale. Ziaristul se conturează tot mai mult ca un reprezentant al publicului, care adresează interviuatului-document doar acele întrebări, ce interesează un număr cât mai mare de oameni și satisfac interesul public.

Dar, cu timpul, consumatorul de informații dorește mai mult decât un dialog al ziaristului cu persoana implicată în eveniment. El vrea să „vadă” în întregime

evenimentul, să participe imaginar la acest eveniment ca personal să distingă principalul de secundar, detaliul de întreg. El vrea „să simtă” din interior acest eveniment – cap-coadă. El dorește să fie „coparticipant la eveniment”, la investigarea problemei, la feeria sărbătorii. Astfel apare reportajul. Reporterul nu „merge” în urma evenimentului, el nu scoate la suprafață o persoană implicată în eveniment în calitate de document, ca în cazul interviului. El „pătrunde” în eveniment, se implică în derularea lui, fiind unul dintre organizatorii, participanții, martorii acestuia, observator și evaluator al ceea ce se întâmplă pe teren. Mai mult, prin prezența sa, el ne invită și pe noi, consumatorii pasivi de informație, să venim la acest virtual spectacol.

Vizualizarea cuvântului

În literatura de specialitate, reportajul este studiat multiaspectual și multidimensional. Cercetătorii britanici, francezi, americani, ruși sau din spațiul nostru mediatic abordează în mod diferit acest gen informativ, evidențiind fie latura lui publicistică, fie pe cea literar-artistică, prezentând clasificări și structuri diferite, exagerând sau, dimpotrivă, reducând rolul jurnalistului în producerea reportajului, fie din presa tipărită, radio și televiziune, platformele new media. Din perspectiva temei enunțate mai sus, aceste aspecte pot constitui și în continuare subiectul mai multor cercetări noi. Menționăm, că, după o anumită perioadă de interes sporadic al cercetătorilor pentru raporturile dintre jurnalismul de informare, publicistică și literatură, de debateri privind spațiul comun și elementele divergente ale reportajului jurnalistic și ale reportajului literar, discuțiile au revenit din nou, trecând dintr-o zonă în cealaltă a argumentelor și a contra-argumentelor de ingerințe ale literaturii în jurnalism sau a jurnalismului în literatură, în cazul nostru, în hotarele reportajului. În mod special, această problemă a fost discutată în cadrul Conferinței internaționale „Mass-media în post-comunism: moștenire, evoluție, tendințe”, ediția a III-a, Oradea, 18-19 octombrie 2018. Opinii controversate în acest sens pot fi găsite în comunicările participanților, inclusiv a profesorului universitar bucureștean Marian Petcu [16], și, aparte, în studiul cercetătorului Radu Ciobotea [4].

Pornind de la ideea unanim recunoscută că reportajul este o istorie povestită, o poveste care merită să fie prezentată unui public larg, Jean-Dominique Boucher deschide mai larg definiția reportajului: „Reportajul este o poveste care se spune: o poveste adevărată. Reporterul se situează în eveniment. Îl luminează, îl pune în perspectivă și dă substanță informației brute. În presa tipărită reportajul este esențial. Reportajul vizualizează informația, o autentifică și îi conferă credibilitate. Mai mult ca niciodată, cititorul are nevoie să i se povestească lumea în care trăiește” [10, p. 391].

Asemenea reportaje, care ajută cititorii să cunoască „lumea în care trăiesc”, au fost semnate de cunoscuți ziariști și scriitori de la noi și din lume. Astfel, în spațiul românesc, putem menționa *Reportajele mele* de Filip Brunea-Fox, *Cartea Oltului, Basarabia, țară de pământ și 175 de minute la Mizil* de Geo Bogza, *Proprietarul de iluzii* de Cornel Nistorescu. Presa mondială a fost marcată, la diferite etape, de

reportajele lui John Reed, George Orwell, Ilia Erenburg, Iulius Fucik, Mihail Kolțov, Ernest Hemingway, Tom Wolf etc. Liber de convingeri și poziție ideologică, materialele semnate de ei, aduceau imagini convingătoare, emoționante, care impresionează cititorul, îl făcea să simtă ceea ce a simțit reporterul la fața locului, fie că era vorba de primele zile ale revoluției bolșevice din Rusia, războiul civil din Spania, suferințele în lagărele fasciste, războiul din Golf sau cel din Vietnam, viața țărănească și preocupările populației din localitățile pustiite de secetă ale Basarabiei din anii '30 ai secolului trecut etc.

Citind aceste reportaje, noi vedem realitatea, desfășurarea lucrurilor cu ochii autorului. Mai mult, printre cuvinte, vedem clar imaginile de la fața locului – real, veridic. Noi credem autorul deoarece înțelegerea evenimentelor, a faptelor, pătrunderea autorului în esența și semnificația lor, dau forța de expresie, de convingere a reportajului, de persuasiune a cuvintelor-imagini, care cuceresc cugetul și simțurile noastre. Ele, cuvintele, cimentate în fraze, produc o adevărată reprezentare unde trăirile umane se constituie în cadrul unui spectacol, construit de însuși autorul – reporter al evenimentului.

Să examinăm un fragment din ciclul de reportaje *Valea Oltului* de Geo Bogza.

„Acest tumult simfonic al pământului este Hășmașul Mare. El izbucnește la orizont, dominînd întreg răsăritul Ardealului și ținîndu-l sub o vrajă din care nu lipsește spaima. Frîngîndu-se deodată la mijloc, lungă lui culme lasă loc, în vecinătatea azurului, unei scorburi uluitoare. Atît ar fi fost de ajuns pentru a înfricoșa și oameni și zei, dar din acea genune aeriană se ridică o stîncă greoaie, într-o singurătate acută, ivită parcă din vid și existînd în vid: Piatra Singuratică.

Numele pe care îl poartă, departe de a fi o metaforă, fișnește din ea ca țipătul dintr-o cumplită durere. Iar ea – halucinație a geologiei, bizară apariție a marilor înălțimi - pare crescută din gingia unei guri de balaur. La ora înserării și spaimei, s-ar putea crede că pământul, pierzîndu-și mințile, amenință cerul. Dar, înainte de a cădea amurgul, cînd ultimele raze ale soarelui îl izbesc în plin, leagănul Oltului devine, pentru cei ce – cu uimire – îl descoperă în depărtare, un munte incendiat, un ciclop rug mineral. Prăpăstii, culmi și piscuri de calcar, stînd toate cu fața spre apus, se aprind de la vîlvătaia asfințitului, învăluindu-se într-o fantastică splendoare” [17].

În următorul scurt reportaj al lui Ernest Hemingway *Crăciunul la Paris* fiecare frază este o imagine de film sau de televiziune în cele mai mici detalii. Reporterul-operator fixează planurile cu o corectitudine, exactitate, măiestrie și acuratețe de invidiat. Practic, în fiecare cuvânt, este imaginea, pe care noi, cititorii o vedem în această seară de Crăciun, cu Sena, încorsetată de poduri, clădirile cenușii ale Parisului, Notre Dame și singurătatea oamenilor în căutarea „unui oraș vesel, plin de lumină și foarte frumos”. Și, participând, virtual, la discuția celor doi tineri, împreună cu reporterul, suntem și noi, cu totul alături, având aceleași simțuri, trăiri, emoții, mici

bucurii, dar și rămânem străpuși de singurătatea, tristețea, nesiguranța și dezamăgirea celor doi protagoniști.

Textul ne deschide imaginația pentru a vedea ceea ce a văzut reporterul, dar, poate, și mai mult, pornind de la personalitatea fiecărui cititor, inteligența, cultura și experiența lui de viață. Prezentăm textul în limba rusă, considerându-l o variantă reușită a traducerii din original și în speranța că se va bucura de un cerc mai larg de cititori.

Париж в снегу. Огромные раскаленные докрасна угольные жаровни пылают перед кафе. У столиков в кафе зябко жмутся мужчины с поднятыми воротниками, вертя в руках стаканы с американским грогом, и мальчишки выкрикивают заголовки вечерних газет.

Автобусы грохочут, точно зеленые джаггернауты, сквозь сыплющийся в сумерках снег. Белые стены домов проступают сквозь сумеречный снег. Снег нигде не бывает так красив, как в городе. Хорошо в Париже стоять на мосту через Сену и смотреть сквозь завесу мягко кружащегося снега на серую громаду Лувра, на реку, перекрытую множеством мостов и окаймленную серыми домами старого Парижа, и дальше, где в сумерках дремлет Нотр-Дам.

Очень красиво в Париже, и очень одиноко там на рождество.

Молодой человек и девушка идут по улице Бонапарт со стороны набережной в тени высоких домов к ярко освещенной маленькой улице Якова. В маленьком ресторане на втором этаже, настоящем ресторане Третьей республики с двумя залами, с четырьмя крошечными столиками и кошкой, подаются специальные рождественские обеды.

- Не очень-то все это похоже на рождество, – сказала девушка.

- А мне хочется клюквы, – сказал молодой человек.

Они набрасываются на специальный рождественский обед. Индейка разрезана на странные геометрические порции, в которых немного мяса, огромное количество хрящей и большая кость.

- Помнишь индейку дома? – спросила девушка.

- Не говори об этом, – сказал молодой человек. Они набрасываются на картошку, поджаренную на жиру.

- Интересно, что сейчас делают дома? – спросила девушка.

- Не знаю, – ответил молодой человек. – Как ты думаешь, вернемся мы когда-нибудь домой?

- Не знаю, – сказала девушка. – Как ты думаешь, повезет ли нам когда-нибудь в искусстве?

Хозяин вошел с десертом и маленькой бутылкой красного вина.

- Я совсем забыл про вино, – сказал он по-французски.

Девушка начинает плакать.

- Не думала, что Париж такой, – говорит она. – Я думала, что он веселый, полон света и очень красивый.

Молодой человек обнимает ее. По крайней мере это можно сделать в парижском ресторане.

– Ну, перестань, дорогая. Мы здесь всего три дня. Париж будет другим. Вот увидишь.

Они ели десерт, и никто из них не заметил, что он был слегка подгоревшим. Потом они расплатились и спустились вниз по лестнице на улицу. Снег продолжал падать. И они пошли по улицам старого Парижа, который знал рыскающих волков и охотящихся людей, а высокие старые дома, которые были тоже свидетелями всего этого, сейчас стояли застывшие и не тронутые рождеством.

Молодой человек и девушка тосковали по дому. Это было их первое рождество на чужбине. Вы не узнаете по-настоящему, что такое рождество до тех пор, пока вы не потеряете его в какой-нибудь чуждой стране [18].

Reportajul scris, după cum ne-am convins din rândurile de mai sus, prin fraze scurte, expresii plastice, dar nu înzorzonate, vizualizează realitatea, dând putere și farmec cuvintelor, credibilitate și adevăr. Și emoții, sentimente și, de ce nu – o înnobilitare a sufletului de la spectacolul pe care l-am văzut, citindu-l, sau l-am citit – văzându-l. Autorul E. Hemingway scria: „Găsește detaliul care ți-a provocat emoția; acțiunea, care te-a entuziasmat. Apoi scrie totul atât de clar încât cititorul să înțeleagă la fel de bine ca tine și să aibă aceleași trăiri pe care le-ai avut și tu” [4, p. 27]. Și, în acest sens, marele scriitor și ziarist american, în toate reportajele sale nu s-a îndepărtat niciodată de acest deziderat.

Un circ al naibii de mare...(!)

Spre deosebire de presa tipărită, unde „materialul de construcție” al reportajului este cuvântul scris și citit, reportajul radiofonic este „săvârșit” din cuvântul rostit și apoi auzit, reportajul de televiziune este „edificat” din aliajul celor trei componente ale audiovizualului – cuvântul rostit, imaginea și sunetul, înregistrate pe un suport video. Anume acest „material de construcție” și constituie avantajul reportajului de televiziune de a se transforma (mai bine zis, de a fi refăcut de către echipa de creație, în primul rând, de reporter) în spectacol. „Ce are de făcut, în exclusivitate, reporterul de televiziune”, se întreabă E. G. Popescu. – „În esență are de creat un eveniment de televiziune, care să redea cât mai complet și mai limpede evenimentul real”. *Evenimentul se află, așadar, în centrul atenției [11, p. 79].*

Efectul prezenței noastre, creat de reporter prin „teleportarea” virtuală din fața ecranului în fața camerei de luat vederi, unde se desfășoară evenimentul, ne copleșește prin emoțiile, trăirile, sentimentele, atmosfera ce domină acest eveniment. Noi suntem pătrunși de starea de compasiune față de victimele unui cataclism natural, convinși să le ajutăm prin acțiuni concrete în viața reală, ne îndurerăm pentru familiile care au avut de suferit în urma unei explozii într-un bloc locativ, dar ne și bucurăm că au fost operativ transferate de către autorități în localuri care dispun de condiții normale de trai.

Urmărim „cu sufletul la gură”, pas cu pas, acțiunile reporterului de investigare a unor crime răsunătoare sau a fraudelor financiare ale anumitor funcționari publici. Admirăm bucuria copiilor la început de an școlar sau a nostalgiei ultimului sunet, cadrele și atmosfera ducându-ne cu gândul la trecutul fiecăruia dintre noi. Reporterul ne invită să pășim virtual pragul unei săli de expoziție sau de concert, îndemnându-ne, astfel, împreună cu familia, să participăm real la aceste evenimente. În acest sens, mai mulți specialiști vorbesc despre reportaj ca despre un „document artistic”. În reportajul special, nivelul artisticului este destul de înalt, subliniază autorul Valerii Țvik [15, p. 286].

Nu vom aborda reportajul prin prisma tipologiei genului, expusă de experți, cum am menționat, în cele mai felurite moduri. Pornind de la teza, că reportajul de televiziune este un spectacol, vom încerca să examinăm modalitățile de construire a acestei reprezentării. Ceea ce caracterizează televiziunea modernă este anume spectacolul. În acest sens, Tony Garnet, producător de filme și televiziune din Marea Britanie, era posibil prea categoric, dar nu departe de adevăr, când afirma că, „televiziunea ar trebui să fie un circ al naibii de mare, cu o grămadă de numere” [3, p. 71]. Împărtășim această opinie de „circ”, în mare parte, la capitolul programelor de divertisment, al talk-show-urilor și al reality-show-urilor.

Viața bate filmul sau căutarea spectacolului

Preluând de la cinema imaginea, televiziunea evoluează de la prezentarea „fotografică” a realității, la reproducerea ei. „Apropierea realității de cinematograf și a televiziunii de imaginea emoțională a acestuia face din spectacolul televizat un fel de hipercinematograf: aceasta este operația efectuată de telerealitate” [8, p. 216]. Guy Debord în *La Société du spectacle* scria despre dominarea societății de către media „purătoare a spectacolului”. Pentru Jean Cazeneuve, funcțiile tradiționale, recunoscute a fi cele ale mass-mediei – a relaționa, a supraveghea, a transmite, a amuza – derivă, toate, în realitate, din „transmiterea” realului în spectacol, realizată, la scară largă, de televiziune [6, p. 315]. În cazul în care imaginea „are valoare de informare”, atunci „ne aflăm în fața reportajului de televiziune” [10, p. 386].

Desigur, imaginea în sine, datorită măiestriei operatorului, a spiritului acestuia de observație, a viziunii sale și a abilităților de a „surprinde clipa vieții”, imprimă realității o semnificație profundă (Rubrica *No comment*). Teritorii imense și localități devastate de stihia uraganului, imagini apocaliptice ale incendiului de proporții din California, SUA (2018), ruinele orașului antic sirian Palmyra, cu templele sale istorice, distrus din temelie (2015), imaginile cutremurătoare ale victimelor atacurilor teroriste din diferite regiuni ale lumii, catastrofele aeriene, maritime sau terestre – toate aceste cadre dramatice, și fără cuvinte, impresionează, zguduie, răscolesc simțurile și trăirile telespectatorului. Adevărate spectacole reprezintă reportajele de la nunta regală din Marea Britanie, Jocurile Olimpice, manifestările cu prilejul centenarului de la Marea Unire a Principatelor, înmânarea Premiilor Oscar sau prezentările de modă etc.

Astfel, după cum remarcau Patrick Caradeau și Rodolphe Ghiglione, „procesul de vizualizare constă în a proiecta o realitate, care nu este vizibilă cu ochiul liber...” [5, p. 48]. Desigur, în această „proiectare a realității” echipa de creație își atribuie funcții și înputerniciri mari, deoarece „Media televizată introduce noțiunea de restricționare a viziunii, în același timp cu cea de viziune privilegiată, de vreme ce camera poate selecta și pune accentul pe anumite cadre, iar editarea și post-producția, în general, vor construi, inevitabil, înțelesuri și puncte de vedere prin selectarea și combinarea imaginilor și a sunetului” [3, p. 105].

Astfel, imaginea în reportaj, la prima vedere, poate „construi întregul spectacol al evenimentului” prin toate elementele sale structurale – prolog (debut), desfășurare, deznodământ epilog (final). Ceea ce indicau specialiștii britanici confirmă, mai categoric poate, savantul rus V. Tsvik, menționând că, „Efectul de spectacol în reportaj se produce doar atunci când „imaginea fortifică textul jurnalistului și, invers, cuvintele suplinesc imaginea” [14, p. 239].

În același context se înscriu și afirmațiile jurnalistului și profesorului american Irving Fang: „Sarcina reporterului este invariabilă – de a produce o impresie puternică asupra telespectatorilor. Este necesar ca imaginea să informeze auditoriul, apelând la emoții și nu la intelect. Doar cu ajutorul imaginii însă, rareori poți informa adecvat telespectatorul. Temelia comunicării este totuși cuvântul. Atunci când cuvântul este confirmat de imaginile respective, efectul este mult mai puternic decât simpla sumă a celor două componente. Reprezentația și sunetul – iată aliajul integrant al noutăților de televiziune și, înainte de a purcede la îmbinarea lor eficientă, trebuie să cunoaștem părțile forte și slabe ale ambelor componente” [19].

Deci, anume jurnalistul creează, „construiește” spectacolul în reportajul de televiziune, el „meșterește” povestea evenimentului. În linii mari, acest rol al jurnalistului de „creator” al reportajului, al spectacolului audiovizual, este menționat de o mare majoritate a cercetătorilor, deși accentele, în studiile lor, sunt uneori polemice, pornind de la misiunea echipei de creație și, în special, a reporterului, până la obligațiunile sale etice și deontologice. Jean Dominique Boucher accentuează, că reporterul „se situează în eveniment” [10, p. 391]. Ideea este extinsă în aprecierea experților britanici amintiți mai sus: „În construcția reportajului, rolurile reporterului sunt multiple: în primul rând, este un martor privilegiat al evenimentului („ochii” și „urechile” publicului), este cel care reprezintă telespectatorii la eveniment, este cel care își „activează” receptorii personalității sale pentru a intra cât mai bine în atmosferă și a comunica cu personajele care participă la eveniment [3, p. 83].

Cercetătoarea română, Daniela Zeca-Buzura evidențiază că „Observația directă a reporterului aflat pe teren nu este deloc neglijabilă. Mai ales în cazul unor reportaje care privilegiază descrierea și nu logica asertivă, o sursă de elemente expresive e datorată abilității personale a autorului de reportaj de a-și „asuma” ambianța”. Și imediat, autoarea se grăbește să avertizeze reporterii împotriva unor abuzuri de fraze

pompoase, sensibilizatoare, impresionante, teatrale: „Nu este nevoie de excese stilistice și nici de efuziuni sentimentale care să exteriorizeze participarea, în ordine subiectivă, a celui care relatează. Pentru televiziune, comentariile minime și pertinente, care însoțesc o bună narațiune a imaginii, reprezintă rețeta ideală” [12, pp. 98-99].

O caracteristică amplă a unui „reportaj bun” de televiziune, cu accente pe locul și rolul jurnalistului în acest produs, pe calitățile acestuia, o prezintă Mădălina Bălășescu: „Un reporter bun nu este cel care prezintă evenimente spectaculoase, accentuând nuanța de spectacol. Regula de aur este sobrietatea. Dacă obiectivitatea este un țel către care se tinde la modul ideal, autenticitatea și onestitatea sunt două calități absolute, care pot fi respectate prin mijloace specifice. Ingredientele unui reportaj reușit nu sunt neapărat, după cum ne arată prejudecățile confrăților, subiectele exotice, locurile exotice sau efectele tehnice mai puțin obișnuite. Orice reportaj bun începe în punctul în care orice fapt divers este tratat însuflețit și orice relatare aparent neinteresantă capătă viață” [2, p. 576].

Drept concluzie indiscutabilă în acest schimb de opinii privind locul și rolul reporterului în reportaj ar putea fi constatările aproape „ultimative” ale realizatoarei de la televiziunea română (TVR) Luminița Constantinescu, că „fie că e fapt divers, reportaj social, reportaj de atmosferă, reportaj senzațional sau de eveniment, prezența ziaristului la fața locului este absolut obligatorie...” [12, pp. 101-102] și cea a cercetătorului Radu Ciobotea, că „absența reporterului anulează reportajul” [4, p. 14].

În acest mod, pentru a prezenta „povestea evenimentului” ca un spectacol real, având scopul și menirea de a duce la sfârșit „intriga descoperită în realitate” [4, p. 39], reporterul apelează la sunetul de ambianță, la martori, la scene inedite și la detalii. „Pentru a nu-și pierde telespectatorul, jurnalistul de televiziune alege: simbolul, ritmul dinamic, sugestia, metonimia, emoția condensată, provocarea, efectul video. Acolo unde limbajul imaginilor nu ajunge, intervine cuvântul rostit sau sunetul ilustrativ. Și dacă un subiect de reportaj poate fi un accident, o grevă, o calamitate, o căsătorie, un record, un război, o paradă a modei, de ce nu s-ar înnobila, condensându-se în jurul unor arte ca: pictura, poezia, muzica, dansul, arhitectura ?..”, se întreabă retoric realizatoarea TVR [12, p. 102].

Jurnalistul de televiziune încearcă să pătrundă nu doar în esența evenimentelor, a faptelor reale, dar și „să se scufunde” în subterana lor pentru a se îndepărta de la o simplă redare a realității la înțelegerea a tot ce se întâmplă, să completeze prezentarea acțiunilor și faptelor cu observații proprii, să le comenteze, să transmită simțurile proprii și, în acest fel, să ajute telespectatorul să înțeleagă mai bine legătura logică a evenimentelor cu alte realități din viață. În acest context, este strălucită, în viziunea noastră, formula lui Michel Voirol, că „telespectatorul „vede”, „aude”, „ simte” ceea ce „a văzut”, „a auzit”, „a simțit” jurnalistul” [10, p. 392].

Pentru derularea spectacolului-reportaj, jurnalistul caută evenimentul, îl examinează prin prisma interesului public sporit. O acțiune de caritate la Sărbătorile de Crăciun, explozia unui bloc locativ cu decese și urmări grave pentru mai mulți locatari,

donăția de rinichi, făcută de un tată pentru fiica lui bolnavă, pentru a-i salva viața, povestea de succes a unui concetățean în emigrație, un concert de excepție al unei interprete din Moldova pe una dintre scenele prestigioase ale lumii etc. constituie, prin semnificația lor, subiecte de „human interest”, ce ating cele mai sensibile coarde ale sufletelor oamenilor. Dar în reportaje „...subiectele nu „se găsesc” și nici nu „apar” pe neașteptate, decât rareori. Ele sunt, într-un fel, „inventate”. Vin din imaginația reporterului. Iar imaginația nu este, aici, facultatea de a intra în ficțiune, ci dimpotrivă, aceea de a înțelege mai bine realitatea” [4, p. 61].

Vom mișca, oare, lumea din loc?

Spectacolul în reportajul de televiziune „se construiește” din vizualizarea „personalizată” a evenimentelor/faptelor de către jurnalist și cameraman, prin „sensibilizarea publicului” și „presupusa legătură cu piața publicului a ceea ce se întâmplă pe platou” [13, p. 47], prin descrierea detaliilor, narațiunea sinceră și emotivă a reporterului, portretele și mărturiile senzaționale, impresionante, inedite ale participanților la eveniment, prin situațiile de conflict, pe care „le-a descoperit” doar reporterul, prin „mirosul” și „gustul” evenimentului, pe care ni le transmite autorul – martorul privilegiat al evenimentului, coordonatorul, organizatorul și regizorul lui. Radu Ciobotea scrie în acest context că, „Nu evenimentul „face” reportajul, așa cum s-ar crede, ci capacitatea de a comunica, de a răscoli cotidianul în căutarea poveștilor aparent simple, care au însă o mai pregnantă valoare jurnalistică”. Efectul de real și dramatismul camuflat sub cotidian sunt greu de obținut..., subliniază autorul, dar cu atât mai mare este meritul reporterului [4, p. 47]. Avertizând asupra supraaprecierii reportajului ca gen spectacular, Patrick Charaudeau menționa: „Reportajul nu trebuie însă considerat ca o artă de lux sau ca un exercițiu gratuit de afirmare a personalității reporterului. *Argumentul suprem al legitimității sale este informația*. Pe de o parte, prin amplificarea dramatizării evenimentului printr-o poveste ficționalizantă, pe de alta, prin urmărirea permanentă a denunțării, publicul nu mai este tratat precum un cetățean, ci ca spectator al unei lumi care devine un obiect de fascinație de care este atras sau pe care îl respinge.” [7, p. 15].

Crearea spectacolului în reportajul de televiziune urmează să fie examinată și în contextul obiectivității și al subiectivității autorului. În cazul în care senzaționalul, detaliile aparente, nesemnificative, situațiile de conflict, „fabricate” virtual de către reporter pentru a „dramatiza” evenimentul, schimbarea „culorii” evenimentului, prin prisma atitudinii personale, preconcepute, părtinitoare față de oameni și acțiuni, abuzul de „micro-trottoir” („vox-populi”), pentru a penetra telespectatorului o anumită opinie, toate acestea conduc la „fabricarea” evenimentului, la un pseudo-spectacol, la reportajul fals. „Estomparea granițelor dintre evenimente care s-ar fi petrecut inevitabil și evenimente regizate pentru a fi filmate este deja de multă vreme o caracteristică a programelor informative ” [3, p. 144].

Realitatea și numai ea constituie temelia unui reportaj și sursa de inspirație, câmpul de manifestare a talentului și a profesionalismului reporterului de televiziune, pentru crearea unui adevărat spectacol în baza faptelor reale, veridice, autentice. „Contractul de onestitate” dintre reporter și public urmează să fie cel mai convingător și sigur garant în reflectarea adevărului, realității concrete, susținută de imaginea spectaculoasă, redată de producătorii de televiziune. În studiul său „Să înțelegem media. Extensiile omului” Marshall McLuhan, referindu-se la cunoscuta frază a lui Arhimede „Dați-mi un punct de sprijin și voi muta Pământul din loc”, menționează, că „în vremurile noastre am fi arătat către formele media electronice și am fi zis: „Mă voi sprijini de ochii, urechile, nervii și creierul vostru, iar lumea se va mișca în orice ritm sau mod vreau eu” [9, p. 418].

Oare, vom putea rezista unei asemenea provocări?!

Referințe bibliografice:

1. Bălășescu M. Manual de producție de televiziune. Iași: Polirom, 2003.
2. Bălășescu M. Reportajul de televiziune. În: Manual de televiziune. Coord. M. Coman. Ed. a 3-a, rev. Iași: Polirom, 2009.
3. Bignell J., Orlebar J. Manual practic de televiziune. Iași: Polirom, 2009.
4. Ciobotea R. Reportajul. Tehnici de redactare. Chișinău: Cartier, 2012.
5. Chraudeau P., Ghiglione R. Talk show- ul. Despre libertatea cuvântului ca mit. Iași, Polirom, 2005.
6. Larousse. Dicționar de media. București: Univers enciclopedic, 2005.
7. Lazăr M. Noua televiziune și jurnalismul de spectacol. Iași: Polirom, 2000.
8. Lipovetsky G., Serroy J. Ecranul global: cultură, mass-media și cinema în epoca hipermodernă. Iași: Polirom, 2008.
9. McLuhan M. Să înțelegem media. Extensiile omului. București: Curtea Veche Publishing, 2011.
10. Popescu C.F. Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate. București: Niculescu, 2007.
11. Popescu E.G. Jurnalism TV. Specificul telegenic. București: Teora, 1998.
12. Zeca-Buzura D. Jurnalismul de televiziune. Iași: Polirom, 2005.
13. Zeca-Buzura D. Veridic. Virtual. Ludic. Efectul de real al televiziunii. Iași: Polirom, 2009.
14. Цвик В. Телевизионная журналистика. Москва: Аспект Пресс, 2004.
15. Цвик В. Телевизионная журналистика. 2-ое изд. Москва: Юнити-Дана, 2009.
16. Departamentul de Antropologie culturală și Comunicare, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării. marian_petcu2003@yahoo.com
17. Bogza G. Cartea Oltului. <https://1md.online/ro/moldova/cultura/geo-bogza-carte-oltului> (vizitat 28.11.2018).
18. Рождество в Париже. http://psujourn.narod.ru/lib/paris_christmas.htm (vizitat 24.11.2018).
19. Теленовости секреты журналистского мастерства. <https://www.google.md/search?ei=RqgDXMnTEoL6swH8kp3AAQ&q=фэнг+и.+телености+секреты+журналистского+мастерства&oq=Фэнг+И&gs> (vizitat 25.11.2018).