



TELEVIZIUNEA DIN PERSPECTIVA TELEFONIEI MOBILE

Andrei DUMBRĂVEANU

CZU: 654.165:654.19

dumvraveanu.andrei@gmail.com

Televiziunea este știință, industrie și artă. Evoluția ei se află în legătură directă și corespunde evoluției industriei cosmice, căci sistemele moderne de captare, codificare și transmitere la distanță a imaginii au fost concepute mai întâi și s-au dezvoltat în laboratoarele de cercetare a spațiului cosmic, iar televiziunea de azi poate să se afirme în lumea globalizată numai prin utilizarea sistemelor cosmice de comunicare. Ea s-a inclus și în rețelele internetului, însă utilizează totodată și rețele proprii de transmitere a informației prin sateliți. Extinderea nano tehnologiilor, creșterea spectaculoasă a indicatorilor de integrare a elementelor funcționale a condus la convergența tehnicilor de filmare, editare și transmitere a imaginii și sunetelor. Cuvintele, componentele de bază ale mesajului textual își pierd valoarea de altă dată și sunt substituite de imagini, care, în comunicarea on line, sunt esențiale la producerea de conținut. Mai nou, crește exponențial utilizarea internetului mobil ce are drept suport funcțional telefonia mobilă, care asigură nu numai recepționarea informației de către consumatori, ci și interconectivitate, flexibilitate, interactivitate, disponibilitate, accesibilitate [1, p.131].

Numărul utilizatorilor de internet și televiziune prin telefonie mobilă crește considerabil în toată lumea. Studiul național *Perceperea populației despre mass-media și aptitudinile mediatice în Republica Moldova* efectuat de Magenta Consulting în 2020 și prezentat de Centrul de Jurnalism Independent demonstrează, că timp de doi ani (2018-2020) numărul utilizatorilor de telefoane mobile cu internet inclus în abonament în Republica Moldova a crescut cu 18% și a ajuns la 59%, numărul de telefoane mobile cu internet folosit doar prin WiFi a crescut de la 49 la 50%, iar ponderea cetățenilor care utilizează internetul cel puțin o dată pe lună a crescut de la 60 la 73%[2]. Putem constata că mai mult de jumătate din populație în Republica Moldova deține telefoane mobile performante, care permit transmiterea și recepționarea de fotografii, filme, clipuri video, desene, diagrame, grafice etc. și popularitatea telefoniei mobile e în continuă creștere. Un telefon mobil tip smartphone poate substitui un întreg studio de televiziune liniară, căci este dotat cu cameră de fotografiat/filmat de înaltă calitate, cu masă de montaj, înzestrată cu efecte speciale sofisticate, dar ușor accesibile editorului de imagine. Totodată, asigură difuzarea în direct a evenimentului și instantaneu primirea semnalelor (a informației) de la publicul receptor. Telefoanele mobile iPhone din generația 12G conțin procesoare de mare capacitate, ceea ce a permis să îmbunătățească substanțial imaginile fotografiate, a făcut ca ele să capete mai multă textură și mai puțin zgomot, să obțină un contrast mai bun, o performanță mai mare la lumina scăzută. O realizare importantă este și camera de filmat cu două sau trei obiective, unul din care dispune de zoom optic cu senzor pentru focalizare automată eficientă și o rezoluție bună la



lumină slabă. Camera este echipată și cu dispozitiv electronic de stabilizare a imaginii. Un iPhone 12 Pro sau un iPhone 12 Pro Max în zilele noastre substituie un car de reportaj, utilizat acum 10 ani pentru transmisiuni în direct în timpul programelor de actualități, iar un reporter instruit în domeniul jurnalismului digital poate efectua lucrul unui echipaj întreg al carului de reporter de atunci. Telefonie mobilă a făcut ca să apară jurnalismul solo cu un potențial mare, neelucidat până la capăt, dar care devine tot mai persistent pe rețele de socializare, pe segmentele ocupate de bloggeri sau vloggeri. Această afirmație ne face să gândim la faptul cât de repede evoluează tehnicile industriei televizate și ce oportunități oferă ele artei televizate, perfecționării limbajului produselor mediatice televizate, prezentării lor corecte, combaterii falsurilor și distorsiunilor de realitate în spațiul informațional audiovizual. Jurnalismul mobil devine o parte componentă a jurnalismului de televiziune, a preocupărilor sale pentru calitatea produselor mediatice, dar și a formării competențelor și abilităților profesionale ale reporterilor de televiziune. În această ordine de idei, Studioul de Televiziune Online, organizat în cadrul laboratorului de Jurnalism de Televiziune la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării dorește a fi o arenă experimentală, avangardistă a jurnalismului mobil, unde jurnalismul civic se întâlnește cu jurnalismul cetățenesc și unde se pot găsi atât studenții media cât și colegii lor pasionați de televiziune, imagini dinamice și fotografice, obținute cu iPhone-uri, dar și elevii claselor gimnaziale și liceale. Telefonie mobilă deschide perspective nebănuite pentru creația de televiziune.

Or, arta televizată utilizează limbajul cinematografic pe care îl adaptează la capacitățile ecranului de televiziune de persuasiune în spațiul familiei, iar mai recent la limitele de percepere a imaginii pe ecranele smartphoneurilor. Limbajul filmic se bazează pe legi exacte care derivă din anatomia și fiziologia ochiului uman, datorând persistenței retinale, el este un narcotic vizual pentru creier. Creierul dorește iluzia fascinației și savurează imaginile pe care i le oferă filmul în cavalcadă neconținută. Fiecare individ în felul său percepe mesajele filmice, însă toți împreună sunt la fel atrași de ele, pentru că încadratura filmului, nu prezintă doar semne de comunicare, ci tablouri întregi, care fără mare efort sunt accesibile pentru individ, iar creierul lui cuprins de lenevie nu face altceva decât să se distreze, să savureze plăcerea, să se bucure și să plângă, să trăiască clipe de suspans înălțător și de înfrângeri regretabile – toate aparte și luate împreună să producă adrenalina ce invadează corpul omenesc fără a-l scoate din așternut.

Ecranul fraților Lumiere aduna mulțimi să vadă o realitate în care ele credeau. Însă între tablourile captivante, chipurile mișcătoare și ochii privitorului se mențineau o anumită distanță care era și un semnal pentru creierul cuprins de emoții, că acolo pe ecran este o lume care vine peste el sau, dimpotrivă, îl atrage în interiorul ei, iar el, cu ochii lui se află în altă lume, în alt spațiu decât cel al ecranului. Kinetoscopul Edison, premergător aparatului de filmare/proiecție pe ecran alb al lui Lumiere, introducea fiecare om aparte în acțiunea filmică. Între proiecția de pe ecranul kinetoscopului și



ochiul privitorului nu erau distanțe, individul intra direct în atmosfera acțiunii, fără spații intermediare. Efectele iluzorii ale Kinetoscopului Edison au rămas neexploatare, din cauza nedesăvârșirii lui ingineresti. Tehnologiile digitale au creat ochelari 3D VR, o reminiscență a Kinetoscopului Edison pentru realitatea virtuală. Cuplați la un smartphone, ei fac posibilă vizionarea unei imagini virtuale tridimensionale, sferice, filmată la 360 grade, din toate unghiurile și percepută ca și cum spectatorul ar fi acolo, adică privitorul obține iluzia imaginii ce se ascundea în spatele cadrului, în lateral, sus sau jos. E libertatea sa de a se lăsa prins de jocul iluzoriu, oferit de simțuri, de a primi senzația că este într-adevăr, acolo, în acțiunea filmică, iar creierul lui va suscita mai multă adrenalină, fără eforturi mari. Filmările 360 grade au la bază principiile, legile de redare a timpului și spațiului filmic, elaborate de clasicii cinematografiei, căci nu există altele care să fie acceptate de ochiul și de creierul uman. Individul dornic de senzații tari va trăi clipa, va savura iluzia, ce-l va îndepărta captivant de lumea reală și-l va duce în alta, a iluziilor fără de sfârșit.

Referințe:

1. SĂLCUDEANU, M. *New media, social media și jurnalismul actual*. București: Tritonic, 2015. 212p. ISBN978-606-749-202-6.
2. <https://www.facebook.com/internewsinmoldova/posts/1580094378843326>(accesat 5.09.21).