CZU: 654.197:004 **https://doi.org/10.59295/sum2(11)2023_16**

TELEVIZIUNEA CLASICĂ VS. TELEVIZIUNEA ONLINE: ABORDĂRI CONTEXTUALE

Vitalie GUȚU,
Universitatea de Stat din Moldova

Spațiul online devine arena principală a interacțiunii dintre consumatorul de inforamații și cel care livrează conținut de orice tip și la orice oră. În acest context, și instituțiile mass-media își adaptează produsele platformelor virtuale pentru a fi mereu în vizorul utilizatorului. În demersul nostru științific vom face referire la conceptul de televiziune, creată în forma sa clasică, dar care în timp își proiectează activitatea în mediul digital. De asemenea, vom pune accent pe rolul și importanța apariției televiziunii WEB, în contextul în care fluxul de informație devine continuu, iar telespectatorul clasic se transformă într-un utilizator permanent conectat prin diverse dispozitive la reţeaua World Wide Web. Lucrarea relevă și aspectele de interdependență între televiziunea clasică și cea online. Esențială este, în această ordine de idei, de punctat și nevoia dezvoltării televiziunii tradiționale prin intermediul internetului, pentru a putea să existe în continuare pe piață și a face față concurenței. Astfel, evidențiem principiile de bază care stau la apariția televiziunii web și care ar fi structura acesteia, reieșind din specificul difuzării și a grilei de emisie.

Cuvinte-cheie: *spațiu online, televiziunea clasică, platformă virtuală, WEB TV, conținut jurnalistic online.*

CLASSIC TELEVISION VS ONLINE TELEVISION: CONCEPTUAL APPROACHES

The online space is becoming the main arena of interaction between the consumer of information and the one who delivers content of any type and at any time. In this context, media institutions also adapt their products to virtual platforms to always be in the user's view. In our scientific approach, we will refer to the concept of television, created in its classical form, but which over time projects its activity in the digital environment. We will also emphasize the role and importance of the emergence of WEB television, in the context in which the flow of information becomes continuous, and the classic viewer turns into a permanent user connected through various devices to the World Wide Web network. The work also reveals the aspects of interdependence between classic and online television. In this context, it is also essential to point out the need to develop traditional television through the Internet, in order to be able to continue to exist on the market and face the competition. Thus, we highlight the basic principles behind the emergence of web television and what its structure would be, emerging from the specifics of broadcasting and the broadcast grid.

Keywords: *online space, classic television, virtual platform, WEB TV, online journalistic content.*

Introducere

Online-ul reprezintă interacțiune și prezență constantă prin livrare de conținut de orice tip și la orice oră. În acest context, și instituțiile mass-media își adaptează produsele platformelor virtuale pentru a fi mereu în vizorul consumatorului-utilizator. Dacă vorbim, în speță, de televiziuni, atunci și aceste canale de comunicare își proiectează activitatea pe online. Pentru că internetul, la scurt timp după apariţie, a devenit cea mai accesibilă sursă de informare, a ajuns a fi şi un rival al canalelor media clasice, precum presa scrisă (ziarele şi revistele), radioul şi televiziunea. Consumatorul produsului televizat online nu este „legat” de un loc sau de un tronson orar de timp. În aceste condiții, utilizatorul are nevoie de un dispozitiv conectat la reţeaua World Wide Web.

Autorul Constantin Trofin în lucrarea *Jurnalismul de Televiziune* punctează că „televiziunea este un limbaj diferit de cuvintele care îi ghidează doar conținutul. Desigur, televiziunea folosește cuvinte dar conținutul său primordial constă în imagini care se derulează cu ajutorul unuia dintre cele mai puternice instrumente de comunicație imaginate vreodată: ecranul televizorului. De la începuturile sale, televiziunea a funcționat cel mai eficient atunci când a comunicat vizual” [1, p. 2]. În acest context, trebuie să remarcăm faptul că televiziunea reprezintă un conglomerat de imagini video care au menirea să

transmită mesaje vizuale de impact și care să creeze o conexiune puternică între cei care concep și realizează materiale televizuale, ei fiind emițătorii constanți ai acestor produse video, și cei care consumă sau primesc aceste produse vizuale în diferite formate, de la știri, jurnale de știri, până la emisiuni de analiză, talk-show-uri sau reality-show-uri.

Din *Manualul de producţie de televiziune*, semnat de cercetătoarea Mădălina Bălăşescu, desprindem faptul că anume, „conceptul de televiziune este aproape identificabil cu acela de „imagine". Încă de la naşterea sa, televiziunea s-a distins ca un mediu particular, în care vectorul principal este imaginea, iar cuvintele sunt doar „vioara a doua", deşi trăim într-o lume profund verbalizată, care abundă de cuvinte şi informaţii. Ceea ce face însă ca acest mediu să fie unic este utilizarea imaginilor în mişcare, care au o forţă de atracţie irezistibilă asupra ochiului şi asupra minţii omeneşti" [2]. Reiese, astfel, faptul că atitudinea, caracterul și comportamentul uman sunt influențate, într-un mod sau altul, de imaginea video care este percepută de fiecare individ în parte, în funcție de statut, abordări și stări psiho-emoționale.

Lucrarea de față vine să proiecteze rolul și importanța televiziunii dezvoltată în arealul virtual. Astfel, vom evidenția principiile de bază care stau la creare televiziunii web și care ar fi structura acesteia, reieșind din specificul difuzării și a grilei de emisie. Prin demersul cercetării noastre ne vom focaliza pe următoarele abordări:

- justificarea rolului televiziunii clasice în dezvoltarea televiziunii online;
- crearea platformei tehnice pentru difuzarea conținutului televizual web;
- determinarea formatului produsului video realizat preponderent de către jurnaliștii care lucrează la televiziunea online;
- prezența unei grile de emisiune pentru televiziunea web;
- procesul de interacțiune constantă între publicul-consumator cu realizatorii televiziunii online;

Context

O abordare complexă și exhaustivă referitoare la conceptul de televiziune îl putem identifica în *Dicționarul tehnic de radio și televiziune*, care prezintă următoarele noțiuni de bază:

„- Din punct de vedere tehnic, domeniu al tehnicii care cuprinde probleme ale transmiterii electrice a imaginilor;

- Din punct de vedere al destinației se deosebesc: televiziunea radiodifuzată (transmite imagini destinate recepției publice) și televiziunea aplicată (folosită în diverse activități practice, de ex. industrie, medicină, cercetare etc.);

- Din punct de vedere al modului de realizare a legăturii între punctele de emisie și recepție se deosebesc: televiziune în circuit deschis (legătura se realizează prin unde radioelectrice) și televiziune în circuit închis (legătura se realizează prin cablu)" [3, p. 402].

Cele trei interpretări ale fenomenului televizual relevă impactul pe care îl comportă acesta față de cel care urmărește, indiferent de procesul și modalitatea de transmitere a imaginilor în mișcare. Grupul de cercetători, format din profesorii A. Dumbrăveanu, B. Parfentiev și D. Țurcanu, au atestat în lucrarea *Televiziunea de actualități: Referințe didactice*, faptul că televiziunea are la bază caracteristicele radioului și ale cinematografiei. „La începuturile ei, televiziunea era numită radio-cinema. Esteticienii din primii ani de funcționare a televiziunii consideră că ea este copilul radioului și al filmului" [4, p. 7]. Reieșind din traiectoria dezvoltării televiziunii, trebuie să remarcăm și aspecte punctuale din istoria apariției televiziunii la noi în țară. Astfel, doctorul în științe tehnice, T. Andros semnează în articolul său *Primii paşi ai televiziunii în Republica Moldova*, pentru săptămânalul *Literatura şi Arta*, cum a fost creată televiziunea la noi în țară, dar și cine au fost persoanele care s-au implicat în desfășurarea acestui proiect important pentru întreaga societate. „Realizarea acestui proiect a fost posibilă datorită dezvoltării științei și tehnicii în domeniul transmisiunii informației..., iar invenția de transmisiune la distanță a imaginilor îi aparține inventatorului și omului de știință, americanul de origine rusă Vladimir Zvorîkin" [5, 18.04.2013].

Apariția și procesul de dezvoltare a televiziunii atât pe plan național, cât și la nivel mondial a depins de invenții științifice și tehnologice apărute pe axa timpului. Or, cercetările și studiile de specialitate demonstrează pregnant că, televiziunea deține caracteristici preluate din modul de funcționare al radioului, cinematografi-

ei etc. Este importantă cunoașterea apariției acestui canal de comunicare, care de la început și până în prezent a trecut prin diverse transformări, asistând azi la ceea ce se numește – o sursă importantă de informare.

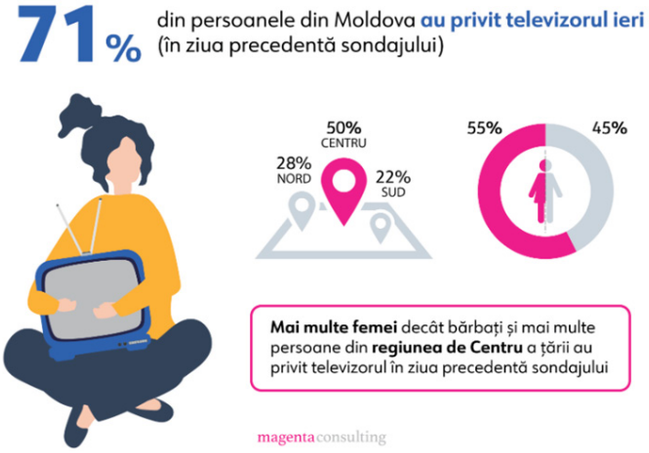
Televiziunea în societatea modernă rămâne un subiect mereu actual și de interes public, deoarece acest canal mediatic de informare este într-o continuă evoluție. Dacă în trecut auzeam de presă tipărită și presă audiovizuală, astăzi se discută tot mai mult de presa online. În prezent, toate canalele mediatice tradiționale, precum ziarul, radioul și televiziunea și-au trecut activitatea în spațiul online. Acest fapt se datorează evoluției tehnologice, care permite creatorilor de conținut mediatic să-și promoveze mult mai ușor lucrările pe internet. Or, studierea trecerii de la jurnalismul tradițional la cel online este importantă pentru că, astfel demonstrăm evoluția și perspectivele de dezvoltare și focalizare a presei autohtone, dar și celei internaționale. Anume co-raportul dintre jurnalismul de televiziune tradițional și cel dictat de fortificarea segmentului digital a deschis noi orizonturi de cercetare asupra fenomenului și a creat noi direcții de dezvoltare al acestuia.

Premisele dezvoltării televiziunii online

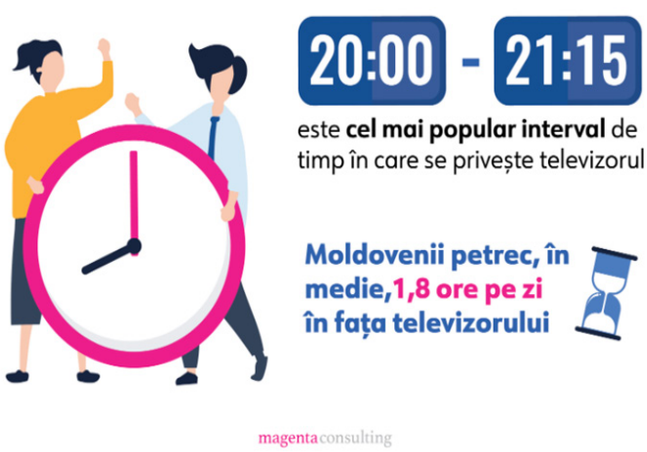
Apariția internetului, a site-urilor web și a rețelelor de socializare a contribuit în mod direct la dezvoltarea televiziunii în mediul online. Astăzi, digitalul devine o sursă de informare mult mai avantajoasă atât pentru creatorii de conținut, cât și pentru telespectatori sau online-spectatorii, în comparație cu televiziunea tradițională. În ultimii ani, mediul online a cunoscut o evoluție impresionantă atât pe plan național, cât și pe internațional. În întreaga lume, mijloacele de comunicare clasice s-au adaptat noilor mijloace tehnologice pentru a-și menține activitățile și a spori instantaneu audiența, fiind mereu în goana competitivității în raport cu alte entități mediatice dezvoltate pe online. În context, trebuie să precizăm că în demersul nostru științific vom evidenția două aspecte importante, și anume vom analiza:

- trecerea televiziunii clasice în mediul online și astfel este format un nou tip de media;
- cele două tipuri de televiziune (tradițională și online) există în mod individual, dar sunt interdependente.

Un infografic realizat de Magenta Consulting, la comanda Centrului de Jurnalism Independent, în perioada 17 octombrie – 11 noiembrie 2018, demonstrează comportamentul de consum al televizorului în rândul moldovenilor din Republica Moldova. Astfel, „conform metodei de colectare a datelor DAR (*Day after recall*), s-a determinat că 71% dintre respondenți au privit televizorul în ziua precedentă sondajului. Mai mult de jumătate dintre acei care au privit televizorul sunt femei și tot aceeași pondere este din mediul rural al țării. Tineretul se uită la televizor mai puțin, persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani formează doar 20 la sută din persoanele care privesc televizorul. Tinerii sunt mai interesați de rețelele sociale, iar necesitățile de consum media le sunt acoperite de sursele din internet. Cel mai mult urmăresc televizorul cei din centrul țării, iar cel mai puțin - cei de la sud” [6]. Studiul respectiv a fost realizat pe un eșantion de 1138 de persoane, cu o distribuție reprezentativă la nivel național și o marjă de eroare de ±2.5%. Pentru această cercetare s-a utilizat metoda Day After Recall (DAR), iar datele au fost colectate cu ajutorul tabletelor prin metoda CAPI (interviu față în față). Mai jos vom ilustra tabloul relevant prezentat în baza unor date colectate de Magenta Consulting:



Sursa infografic nr. 1: consulting.md



Sursa infografic nr. 2: consulting.md

Din această analiză rezultă că foarte puțini tineri de la noi din țară continuă să privească televizorul. Un factor care trebuie remarcat ca fiind unul important și ce ar contribui esențial la trecerea la televiziunea online, pentru ca tinerii să fie informați și să fie conectați la realitate. În plus, astăzi, conexiunea la internet este practic accesibilă tuturor grupurilor de vârstă și putem oricând să revenim la un material publicat pe o platformă online spre deosebire de cel pe care îl privim la televizor. Atunci când urmărim o emisiune sau un jurnal de știri la televizor este imposibil să ne întoarcem la informație și să o analizăm, iar comentariile pe care le avem în urma vizionării, rămân pentru noi, pentru că nu le putem transmite celui care livrează această informație. În schimb, atunci când avem un canal de televiziune, exclusiv, în mediul online este mult mai ușor ca telespectatorul să analizeze informația și să vină cu un feedback la aceasta.

Un alt aspect al dezvoltării televiziunii în spațiul online îl desprindem din lucrarea *The Role of New Media in Journalism*, semnată de cercetătorii români G. Drulă, L. Roșca, R. Boicu. „Internetul devine din ce în ce mai mult o sursă de informare despre campaniile electorale, site-uri de prezentare, bloguri și rețele sociale, jucând un rol extrem de important, în special pentru alegătorii mai tineri" [7, p. 65]. În opinia autorilor, internetul oferă o gamă largă de modalități de dezvoltare și promovare pentru toate categoriile de utilizatori, în special pentru tineret. Astfel, precizăm că internetul a contribuit la apariția rețelelor de socializare precum: Facebook, Instagram, Tweeter, TikTok etc. Toate aceste platforme ajută jurnaliștii să-și promoveze munca și anume să distribuie produsele/conținutul de pe site-ul web. Fiind distribuite pe rețele, aceste informații ajung la un public mult mai larg de urmăritori ai canalului de televiziune. Rețelele online contribuie la permanentizarea unei „relații de parteneriat între jurnalist și consumator". Pe cel dintâi îl ajută să fie prompt și să creeze un material jurnalistic referitor la acel eveniment sau problemă apărută, iar pe utilizator/consumator să fie informat privitor la ceea ce s-a întâmplat recent în societate. De asemenea, rețelele de socializare creează o interacțiune virtuală dintre cel care produce și cel care consumă. Astfel că, emițătorul poate să citească comentariile sau mesajele publicului despre părerea lui asupra produsului distribuit, iar receptorul își poate exprima liber opinia vizavi de cele văzute.

Televiziunea online oferă o multitudine de avantaje în comparație cu televiziunea tradițională. Sunt canale de televiziune care pe lângă modalitatea clasică de difuzare a informației, au pagini web pe care publică și rețele de socializare pe care distribuie ceea ce au dat la televizor. Totuși, sunt și cazuri în care televiziunea există doar în mediul online pe site-ul web și pe platformele de socializare. Printre avantajele televiziunii online, putem identifica următoarele:

- libertatea de alegere, adică putem să selectăm ceea ce vrem să vizionăm și timpul în care o facem;
- posibilitatea de a trece peste conținut, putem să ne uităm la o emisiune, film sau știre integral sau pe părți;
- comoditate, pentru că nu trebuie să ne facem abonament sau să ne cumpărăm un televizor, putem accesa cu ajutorul internetului și al calculatorului orice canal de televiziune online;
- evitarea reclamelor, putem să trecem peste publicitate.

Televiziunea online mai este numită și Web TV, potrivit cercetătoarei A. Filimon-Benea, care prezintă acest termen ca fiind „... un site care transmite video-uri prin *streaming,* dar având o logică editorială în tot ce înseamnă conținut. Acest conținut este obligatoriu a fi realizat de către echipa WebTV-ului, și nu de către utilizatori sau internauți. Un conținut creat exclusiv pentru mediul online și nu preluat de la televiziunea clasică" [8, p. 3]. Autoarea prezintă această fundamentare a WebTV-ului la modul de manifestare a televiziunii pe internet, atunci când ne referim la un canal de TV ce activează doar pe online, prin intermediul unui site web. De asemenea, autoarea face o distincție clară între WebTV-ul după modelul televiziunii clasice și WebTV-ul la cerere. Primul tip de WebTV vizează televiziunea care transmite informațiile continuu doar în spațiul virtual, iar cel de-al doilea la programele care sunt mereu disponibile utilizatorilor și începe a funcționa doar atunci când aceștia intră pe site. Utilizatorii WebTV-ului pot să acceseze când își doresc arhiva video pentru a vedea ceea de ce au nevoie.

În Republica Moldova, majoritatea posturilor de televiziune practică ambele forme de distribuire/livrare a informațiilor. Acestea continuă să prezinte informațiile la televizor în mod tradițional, dar mai distribuie și pe site-urile pe care le dețin. Unica diferență este că în mediul online, de obicei, acestea mai adaugă informații suplimentare ce nu au fost difuzate pe TV. Acest lucru se face în contextul în care mediul online lucrează într-un flux continuu și trebuie să ofere informații, la minut, cât mai actuale și de interes public.

Totuși, televiziunea clasică și cea online s-au contopit și există atât într-un mod interdependent prin care depind una de cealaltă, cât și separat. Nevoia televiziunii tradiționale de a se dezvolta prin intermediul internetului vine pentru a putea să existe în continuare pe piață. Un lucru esențial în această ordine de idei este și prezența platformei YouTube, care permite distribuirea videoclipurilor, live-uri și poate fi accesată gratuit oricând de doritori. De aceea, multe televiziuni își publică materialele pe această platformă, pentru că nu necesită cheltuielile pe care le cere o televiziune tradițională și este mai comodă pentru utilizatori.

Dezavantajele și avantajele dintre cele două tipuri de televiziune reies din faptul că acestea dispun de două oferte diferite. Publicul pe care îl deservește tradiționalul și online-ul este diferit. În cazul televiziunii clasice, publicul este învățat să privească la timp o anumită emisiune și să se limiteze la informația primită. Pe de altă parte, publicul televiziunii online este specific prin faptul că are acces la informații diverse, poate să scrie comentarii care ulterior influențează conținutul materialelor apărute. Acest public interacționează prin spațiul virtual cu producătorii și se creează astfel o conexiune cu telespectatorul.

Concluzii

În era digitalizării și a prezenței constante și la minut a informațiilor în spațiul online, televiziunea rămâne unul dintre canalele importante de livrare a conținuturilor de care are nevoie consumatorul. Astfel, posturile de televiziune se adaptează noilor tendințe care apar în materie de transpunere a informațiilor și diversitatea materialelor produse de acestea sunt imediat expuse și în variante online a respectivelor posturi TV. Un alt trend dezvoltat tot mai mult, în ultima perioadă, este și cel de creare și realizare a televiziunilor online. Acest lucru este posibil în funcție de setarea obiectivelor și a resurselor pe care le deține cel care își dorește un WEB TV. În context, concludem cu ideea că există o interdependență între televiziunea clasică și cea online, iar scopul primordial este ca ambele canale de transmitere a informațiilor să devină competitive, să fie la zi cu inovația și să nu piardă din audiență.

Referinţe:

1. TROFIN C. *Jurnalism de televiziune*. Disponibil: https://docplayer.ro/190234859-Jurnalism-de-televiziune.html.
2. BĂLĂŞESCU M. *Manual de producţie de televiziune*. Editura Polirom, Iași, 2003. 208 p. ISBN 973-681-447-5.
3. STANCIU N. *Dicționar tehnic de radio și televiziune.* București: Editura științifică și enciclopedică, 1975. 480 p.
4. DUMBRĂVEANU A.,ŢURCANU D., PARFENTIEV B. *Televiziunea de actualităţi. Referinţe didactice.* Chișinău: CEP USM, 2010, 157 p. ISBN 978-9975-70-932-3.
5. ANDOS T. *Primii paşi ai televiziunii în Republica Moldova*. *Literatura şi Arta*, nr. 16(3529), 18 aprilie 2013. 8 p. ISSN 1857-3835.
6. *Infografic: comportamentul de consum al televizorului în rândul moldovenilor.* Disponibil: https://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/infografic-comportamentul-de-consum-al-televizorului-in-randul-moldovenilor.
7. DRULĂ G. *The Role of New Media in Journalism. International Conference, NM-JUR-2011*, Bucharest, Romania, November 3-4, 2011. Editura Universității din București, 2011, 346 p. ISBN 978-606-16-0058-8.
8. FILIMON-BENEA Ana M. *Comunicarea în mediul online: Web TV, un nou tip de media*. Disponibil: https://ciccre.uvt.ro/sites/default/files/qr/qr_ii_1_anamaria_filimon-benea.pdf.

Date despre autor:
Vitalie GUȚU, doctorand, Școala doctorală Științe Sociale; lector universitar, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.
E-mail: vitalie.gutu@usm.md
ORCID: 0000-0002-8398-7909

Prezentat la 10.10.2023