

# Radioul online: componenta umană și tehnică

Mariana MARCU

Departamentul Radio și Televiziune,  
Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova  
e-mail: marcudo@yahoo.com

**Abstract** - The evolution of information technologies requires changes in all areas of human activity, including the field of journalism and media processes. In the context of conceptual and functional changes generated by new information technology implications in contemporary mass-media system, a spectacular development know and how now shall be disseminated or receiving radio messages.

**Keywords** - online radio, message, journalist, Web cameras, software, audio editing, technical equipment.

**Actualitatea temei.** Grație capacității sale înalte de adaptare la noile condiții tehnice, radioului îi revine în continuare o cotă parte importantă în ansamblul mediilor de informare, în ceea ce privește informarea, educarea și relaxarea publicului.

Printre schimbările generate de IT, care au survenit în ultimele decenii, se numără posturile de radio online. Potrivit Dicționarului Explicativ al Limbii Române, „online” înseamnă „conectat la o rețea de calculatoare sau controlat direct de un procesor central” [1]. Spre deosebire de jurnalismul radiofonic tradițional, jurnalismul online reprezintă activitatea de colectare, redactare și difuzare a informațiilor prin intermediul rețelei Internet.

Conform literaturii de specialitate, mediul online are anumite particularități. De exemplu, profesorul John Pavlik identifică cinci trăsături ale acestuia: multiple modalități de comunicare, hypermedia, implicarea sporită a publicului, conținut dinamic, personalizare [2].

Cele mai relevante trăsături caracteristice radioului online, preluate de la radioul tradițional sau dobândite odată cu implementarea noilor parametri de producere și de difuzare, sunt:

- *Caracterul său imediat.* Radioul și-a păstrat potențialul de a informa în timp real.

- *Posibilități de punere pe pagina Web.* Dispare factorul timp, care pune limite în jurnalismul radiofonic tradițional.

- *Folosirea elementelor multimedia.* Un post de radio online nu este limitat doar la audio, recepția pe Internet poate fi completată cu poze sau grafice, texte, camere web de chat și alte link-uri aflate pe site-ul stației.

- *Producerea unor noi formate de emisiuni.* Odată cu lărgirea ariei de difuzare, sau odată cu schimbarea canalului de difuzare au apărut emisiuni special produse

pentru publicul țintă. De exemplu, în grilele de programe au apărut emisiuni pentru ascultătorii din diasporă.

- *Arhivarea.* Spre deosebire de radioul tradițional, mediul online permite stocarea informației și accesul publicului la această informație, la orice oră, din orice colț al lumii.

- *Construcția și recepționarea liberă a conținutului.* Informându-se de la un post de radio tradițional, consumatorii de știri sunt nevoiți să recepteze conținutul așa cum a fost difuzat sau să schimbe postul. Radioul online permite receptorului să selecteze emisiunile, materialele care-l interesează.

- *Interactivitatea.* Grație noilor tehnologii, pe paginile de socializare ale posturilor online, consumatorii „au opțiunea de a reacționa imediat la materialul jurnalistic, își pot exprima acordul sau dezacordul, pot sugera idei, subiecte etc” [3, p.213].

Prin urmare, putem afirma că radioul online, cunoscut și sub denumirile: internet radio, web radio, net radio, streaming radio sau e-radio, reprezintă o formă mai avansată decât cel tradițional. Datorită utilizării noilor tehnologii este și un concurent puternic al radioului tradițional care vine pe piața media cu un produs radiofonic specific.

Mesajul radiofonic este „un bun produs de un ansamblu de specialiști și dotări tehnologice” [4, p.16], tocmai de aceea, datorită evoluției acestor două componente se produce o modernizare continuă a produsului radiofonic. Cu toate acestea, anumite caracteristici ale comunicării radiofonice rămân constante, chiar și după mai bine de o sută de ani de la apariția acestui tip de mesaj.

De-a lungul timpului, produsul radiofonic a cunoscut o perpetuă transformare. Genurile s-au modificat și au generat specii noi și datorită unor factori de natură tehnică. „Noile tehnologii de informare, care s-au afirmat la finele secolului trecut, au modificat substanțial metodele de producere și de transmitere a informației” [5, p.182], astfel că și realizatorii acestor produse mediatice au trebuit să capete noi abilități de manevrare a utilajului tehnic, cu ajutorul cărora sunt produse materialele radiofonice.

Astăzi, în era Internetului și a tehnologiilor digitale, au devenit istorie anumite suporturi de informație precum discurile de vinil, casetele audio și CD-urile. Conexiunea

la rețeaua globală face posibil și transferul imediat al informației în orice colț al lumii. Totodată, Internetul este locul de unde pot fi descărcate diverse softuri de editare audio și unde pot fi găsite anumite filmulețe instructive de utilizare a acestor programe de editare. Prin urmare, noile condiții tehnice sunt cele care au propulsat și imaginația realizatorului de materiale audio către noi idei.

Accesul facil la noile tehnologii creează impresia că oricine poate să facă un material radio, fără a depune mare efort și fără a avea cunoștințe temeinice în acest domeniu. Cu toate acestea, un bun jurnalist de radio are nevoie „de o serie de însușiri și competențe care să-i permită să treacă peste greutățile acestei meserii și să înregistreze, întotdeauna, ceea ce este mai important, mai relevant și mai interesant fără să facă rabat la obiectivitate. Relatarea reporterului trebuie să fie, pe cât posibil, completă, nepărtinitoare și onestă”[6, p.14-15].

Mesajul radiofonic rămâne un miraj, „un magnet la distanță”, generând, prin participarea la anumite emisiuni, ideea că nu este dificil de a deveni realizator și prezentator de emisiuni radiofonice. Practica însă demonstrează că „radioul este un spațiu mediatic, care necesită cunoașterea tehnicilor de elaborare a emisiunilor, a strategiilor și politicilor de programe, a profilului publicului-țintă și a efectelor imediate și la distanță ale acestor producții”[7, p.13].

Odată cu evoluția radioului au apărut noi funcții și tipuri de produse radiofonice, iar altele au dispărut. Din echipele posturilor de radio moderne au ajuns să facă parte cameramani, iar numărul reporterilor s-a micșorat considerabil, drept urmare, unele posturi de radio au renunțat la radiojurnale, iar altele difuzează știri și emisiuni preluate de la agenții de presă, de pe rețele de socializare și de la alte instituții media. În condițiile create, managerii de posturi de radio ar trebui să conștientizeze faptul că dezvoltarea tehnologiilor nu înseamnă diminuarea rolului jurnalistului de radio. Doar fortificarea și perfecționarea echipei redacționale poate asigura un produs radio de calitate.

Un jurnalist experimentat poate impresiona atât prin corectitudinea sa editorială cât și prin priceperea tehnică de a ilustra audio o informație. Abilitatea unui reporter de a alege un subiect ar putea fi umbrită dacă materialele sale au un sunet prost înregistrat sau editat rudimentar. Redactorul de știri al unui post de radio nu ar putea edita un sunet într-un studio dacă nu ar cunoaște cel puțin un program software. Microfon, căști, dictafon, studio, pupitru, software, toate aceste noțiuni de înregistrare și editare trebuie să fie bine cunoscute de un jurnalist radio. Cu o dotare tehnică minimă, dar cu un simț al noutății bine dezvoltat și ceva talent de scriere a textelor pentru radio, jurnalistul de radio, de oriunde, poate să realizeze materiale la fel de reușite precum cele

editate într-un post de radio. De aici desprindem și caracterul flexibil al profesiei de jurnalist de radio. Mult mai dependenți de tehnica de producere sunt jurnaliștii de televiziune și mai puțini operativi în difuzarea informației sunt jurnaliștii de presă scrisă.

În pofida tuturor transformărilor pe care le-a suportat radioul de-a lungul existenței lui, el și-a păstrat identitatea grație, întâi de toate, sunetului, care a rămas intact și constant. Dincolo de cuvinte, sunetul ajută jurnalistul de radio să transmită emoția unui subiect. Atmosfera de la un eveniment cel mai bine se transmite cu ajutorul sunetelor de ambianță. Descrierea sonoră a unui peisaj folosind cuvinte și sunete prinde sens cu o bună editare software. Iar în cazul în care dotarea tehnică nu este cea mai potrivită, experiența și inventivitatea îl poate ajuta pe jurnalistul de radio în ilustrarea audio a unui subiect.

#### CONCLUZII

Radioul online se bucură de o mai mare libertate de expresie, decât radiourile care emit prin frecvențe, jurnaliștii având posibilitatea de a produce și de a reînnoi informațiile difuzate. Datorită reacțiilor imediate, pot fi identificate cu ușurință subiectele care prezintă un interes mai mare și pot fi comentate, analizate pe larg. Grație noilor tehnologii, radioul online vine cu oferte mai variate, dar și publicul este tot mai exigent și caută noutăți, din orice colț al lumii.

#### BIBLIOGRAFIE

- [1] Dicționar Explicativ al Limbii Române [Accesat 28.04.2018]. <http://dexonline.ro/>.
- [2] Pavlik J. Journalism and New Media. New York: Columbia University Press, 2001 [Accesat 20.03. 2018]. Disponibil [http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism\\_and\\_new\\_media.pdf](http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf).
- [3] Ward M. Journalism online. London: Focal press, 2002.
- [4] Coman M. Introducere în sistemul mass-media. Iași: Polirom, 2016.
- [5] Stepanov G. Jurnalismul social: aspecte definitorii. Chișinău, CEP USM, 2015.
- [6] Coman M. Manual de jurnalism. Iași: Polirom, 1997.
- [7] Rusu-Păsărin G. Comunicarea radiofonică. Provocări actuale. București: Tritonic, 2012.