

Univerzitet Crne Gore
Fakultet za sport i fizičko vaspitanje
Nikšić

Studijski smjer – Sportsko novinarstvo, III godina

Televizijsko novinarstvo

Predmetni nastavnik – Dr sc. Miomir Maroš

Televizijske vijesti

- “Sve se više krećemo prema svijetu u kojemu društvenu svijest opisuje – propisuje televizija. Televizija postaje arbitrom pristupa društvenoj i političkoj egzistenciji.” (P. Bourdieu, 2005.: 277)
- Za Metzlera „vijest je promptno skupljanje činjeničnih informacija o događajima, situacijama i idejama (uključujući mišljenja i interpretacije) s ciljem da zainteresuje publiku i pomogne ljudima da se uhvate u koštac sa sobom i svojom sredinom“.
- U TV novinarstvu vijest ili informaciju o nedavnom događaju čini i **slika**. Televizija je slika, pa informaciju na televiziji određuje umnogome ta njezina specifična vizuelna komponenta.
- Upravo je zbog vizualne sastavnice televizija nerijetko podložna veoma oštroj kritici, onoj koja televiziju smatra površnom. Dati informaciju na televiziji, znači prije svega dati sliku pa se uvijek postavlja pitanje biraju li se televizijske vijesti prema atraktivnosti slike ili prema njezinoj relevantnosti. Naravno, idealno je kada vijest sadržava obje vrijednosti. Kada se govori o slici, neodvojiv element na televiziji jest i popratni zvuk, koji je jednako važan kao i slika (IT).

Informativni faktori televizijskih vijesti

1. Važnost/relevantnost/javni interes

- Javni interes stoji nasuprot privatnome, parcijalnom, pojedinačnom, grupnom.
- Javni interes se, prema teoriji o mjerilima vijesti (ili vrijednosti vijesti) definiše kao relevantnost ili važnost vijesti
-
- **Relevantni** su oni događaji koji imaju značenje za najširi krug osoba (za javnost općenito) i to za njihove vitalne interese, te mogući utjecaj na društvo.
- Informisanje javnosti o političkim, privrednim, socijalnim, zdravstvenim, kulturnim, obrazovnim, znanstvenim, religijskim, ekološkim, sportskim i drugim događajima i pojavama u zemlji i inostranstvu, te obezbjeđivanje otvorene i slobodne rasprave o svim pitanjima od javnog interesa.

Informativni faktori televizijskih vijesti

2. Uticaj – veličina događaja, broj učesnika

- Veličina događaja vezana je za domet događaja, posljedice koje može ostaviti, ali i broj učesnika.
- To svojstvo zavisi i od primalaca vijesti.
- Vijest o tome da je pijani vozač srušio električne stubove u nekoj šavničkoj ulici ima velike izgleda da uđe u emisiju Hronika gradova, ali vrlo male da se pojavi u nacionalnom Dnevniku. No, ako je zbog toga cijeli Šavnik deset sati bio bez struje, onda su veličina i uticaj tog događaja snažniji.

Informativni faktori televizijskih vijesti

3. Značenje/blizina/lična uključenost

- Pod ovom kategorijom podrazumijevamo najprije etnocentrični aspekt i ono što teoretičari navode kao “kulturološku bliskost” ili “kulturnu blizinu”
- Događaji u kulturama različitim od naše neće se činiti toliko bitnim za ovdašnju publiku.
- Urednike vijesti ne zanima što se svakodnevno događa u Kašmiru. Ako pak kašmirski separatisti otmu i zarobe evropske turiste, intenzitet toga svojstva vijesti naglo će porasti. Brojni su autori ovo svojstvo vijesti određivali pojmovima “bliskost” ili “blizina” (proximity).

Informativni faktori televizijskih vijesti

4. Napetost – vijest s neizvjesnim ishodom

- Televizija, za razliku od novina, voli vijesti s neizvjesnim ishodom.
- Tehnologija je omogućila da upravo kod događaja s neizvjesnim ishodom, može pokazati svoju moć i snagu i gotovo pravovremeno izvještavati o razvoju događaja.
- Ovaj je faktor direktno povezan s jednom od ključnih karakteristika televizije kao medija, a to je pravovremenost, trenutačnost, mogućnost direktnog prenošenja događaja.

Informativni faktori televizijskih vijesti

5. Sukob/kontroverznost

- Uzrečica “If it bleeds, it leads”, koja upućuje da će urednik radije odabrati negativnu vijest nego pozitivnu, u televizijskom novinarstvu najčešće je povezana s nekim sukobom
- Urednike privlače vijesti u kojima postoji određeni sukob. Ima slučajeva kad je sukob jedini razlog zbog kojeg neki događaj ulazi u vijesti.
- Televizijski medij pogoduje prezentiranju nekog sukoba, pa često način na koji se prezentira politika u televizijskim informativnim emisijama nije objašnjavanje javnosti onoga što bi pojedinac kao *homo politicus* trebao znati, nego se pokazuje kao stalno stanje sukoba.
- U tom slučaju, nepristrasnost i “ravnoteža” koja se traži od novinara svodi se samo na suprotstavljanje dvije strane u priči. Televizijski prilog ne ostavlja mjesto nedoumici oko toga što koja strana zastupa jer inače politički problem postaje nerazumljiv.

Informativni faktori televizijskih vijesti

6. Personalizacija – događaji se promatraju kroz osobe, pojedince

- Tako se ogleda interes za sudbinu drugih ljudi, čak i onda kad ti pojedinci nijesu poznate osobe.
- Priče u kojima se neki događaj prenosi kroz sudbinu pojedinca proizvode često i jake osjećaje (solidarnost, ugroženost, olakšanje, ganutost).
- Iako, kad spominjemo ovaj informativni faktor, ponajprije mislimo na opisivanje nekoga procesa, pojave, događaja kroz slučaj ili sudbinu pojedinca ili porodice, može se reći i da se u obradi događaja za televizijske vijesti, gotovo svi događaji promatraju kao djela pojedinaca.
- Nesuglasice među pojedinim strankama najčešće su prikazane kao sukobi dvaju istaknutih vođa stranke, pogotovo kad je taj sukob praćen snimcima i zvučnim izjavama.
- Uz personalizaciju, često se vezuju i emocije, osobito kad je riječ o vizuelnom mediju kao što je televizija. Tragedije, ljudske sudbine, preživjeli, žrtve, djeca i životinje, bude emocije kod gledalaca. Emocije su sastavni dio reportaža, a reportaže su često usmjerene na ljudsku bol i patnju.
- Žanrovi kao **talk show** i **reality show** izravno se nastavljaju na tu praksu televizijskih vijesti.

Informativni faktori televizijskih vijesti

7. Poznatost

- Faktor koji se tiče objavljivanja vijesti koje govore o poznatim osobama.
- Kad u saobraćajnoj nesreći strada neka poznata osoba, onda je to, za urednike, vrijedno objavljivanja.
- Dana 7. septembra 2008. u nekim medijima prirodna smrt pjevača Dina Dvornika zasjenila je saobraćajnu nesreću u Hrvatskoj u kojoj je poginulo čak četrnaest slovačkih turista.
- Katkad i konkurencija utiče na objavljivanje nekih vijesti isključivo zbog faktora poznatosti, HRT pod uticajem izvještavanja RTL-a.

Informativni faktori televizijskih vijesti

8. Neobičnost

- Svojstvo koje se odnosi na događaj koji odstupa od uobičajenoga i koji se nalazi gotovo u svim klasifikacijama informativnih vrijednosti, a odnosi se na:
 - Rijetkost
 - Iznenađenje
 - Nepredvidljivost.

Informativni faktori televizijskih vijesti

9. Novost/pravovremenost

- Novost/pravovremenost – svojstvo koje istovremeno određuje i žanrovsku karakteristiku televizijskih vijesti.
- Ako vijest u najužem smislu definešemo kao nešto što se događa sada, što se dogodilo nedavno ili što će se dogoditi, televizijske vijesti jedan su od najkarakterističnijih televizijskih žanrova jer sadrže upravo sve karakteristike samog medija. Što su događaji noviji, to su i vredniji za vijesti.
- Glavna prednost televizije nad novinama jeste u tome što ona može obraditi “današnje” vijesti, čak i ono što je u toku. Već sam izum televizije donio je i mogućnost direktnog prenosa. Napredak tehnologije omogućio je da se mobilnim vezama, novinari mogu javiti uživo doslovno odasvud, bilo kada.
- Kad procjenjujemo novost kao informativnu vrijednost, trebalo bi razmišljati ipak o supstancijalnoj, a ne formalnoj novosti: izjava premijera ima informativnu vrijednost ako sadrži novost ili unosi promjenu u raspored stvari na koju se odnosi.
-

Informativni faktori televizijskih vijesti

10. Vizuelnost – atraktivnost slike

- Kod ovoga svojstva treba razlikovati svojstvo događaja od svojstva priloga koji je već obrađen. Naime, neki su događaji sami po sebi vizuelno atraktivni pa će već zbog “dobre” slike biti svrstani u televizijske vijesti.
- O gotovo svim događajima televizijski urednici raspravljaju tako da najprije postave pitanje – postoji li slika ili može li se doći do slike. Kad se na uredničkom kolegijumu raspravlja o tome što će biti uvršteno u večernje televizijske vijesti, raspravlja se o tome koji će prilozi i kako biti snimljeni.
- Jedna od mjera za procjenjivanje jest “akcija”. Ima li u slici kakve “akcije”? To znači da snimka pokazuje da se nešto događa, da pokazuje neki događaj, a ne stanje, situaciju. U tradiciji američkog i zapadnoevropskog novinarstva izbjegavaju se slike sastanaka, konferencija, što je godinama bila uobičajena slika u televizijskim informativnim emisijama kod nas. Iako se posljednjih godina polako raskida s tom tradicijom, još uvijek je vizuelnost slabija karika emisija televizijskih vijesti.

Informativni faktori televizijskih vijesti

11. Isticanje novinara kao donosioca priče

- Osobito je izraženo prilikom javljanja uživo, koja su zahvaljujući razvoju tehnologije višestruko porasla posljednjih godina.
- Pojavljivanje novinara u kadru trebalo bi doprinositi vjerodostojnosti izvještavanja, pokazati da to nije samo agencijski prenesena vijest, nego je novinar upravo te televizijske kuće bio na licu mjesta. Moglo bi se očekivati da se novinar uživo javlja s najnovijim informacijama, pa bi ga trebalo povezivati s faktorom novosti i pravovremenosti, ali i ostalih činilaca.
- Teoretičari uvode **selebrifikaciju novinara** kao informativnu vrijednost (McGregor, 2002.), pri čemu novinar nije samo izvor priče, nego je i “zvijezda” priče, mislim da stavljanje novinara u središte priče ne bi trebalo shvaćati kao informativnu vrijednost (Perišin, T.).
- Stavljanje novinara u središte priče, pa i onda kad nema relevantnih informacija koje može prenijeti gledaocima, pozicionira emisije televizijskih vijesti u službu profita i komercijalnih interesa.

Informativni faktori televizijskih vijesti

12. Tematizacija

- Svojstvo koje upućuje na to da se o nekom događaju izvještava kontinuirano i da se prati razvoj događaja. To se odnosi i na teme, analize koje se ne nastavljaju na konkretni događaj, ali su objavljene i obrađene u toj informativnoj emisiji.
- Što je više informativnih faktora obuhvaćeno u jednom televizijskom prilogu, to je njegov intenzitet veći, a događaj ima veću informativnu vrijednost. Na sličan se način dobija i ukupna informativna vrijednost cijele emisije.

Neposrednost televizije – Efekat trenutnosti !

- Elis tvrdi da televizija često odaje utisak da se program emituje 'uživo'. Iako se po pravilu samo vesti i sportski događaji prenose uživo, „ideja o tome da TV emitovanje neprestano teče uživo i dalje prati ovaj medij; tome još više doprinosi **utisak neposrednosti slike**". Tu „neposrednost" Elis opisuje kao **efekat „trenutnosti"** TV slike, što se postiže na različite načine.
- 1. televizija se često služi **oblicima neposrednog obraćanja** - obraća se gledaocima kao da s njima razgovara. Najavljivači i spikeri govore direktno sa ekrana, oponašajući gledanje u oči koje je karakteristične za običan, svakodnevni razgovor tako što gledaju pravo sa ekrana i tek povremeno spuštaju pogled (posebno stvorena i usvojena tehnika).
- Reklame takođe sadrže elemente neposrednog obraćanja **kroz pitanja, nagovaranja ili upozorenja**. U tome one ponekad idu još dalje, koristeći se zagonetkama i šalama za koje se pretpostavlja da će ih gledalac lako razumeti (npr., povezivanje sa drugim reklamama). I ovo je postupak neposrednog obraćanja - pretpostavlja se da gledalac poseduje određeno znanje i, prema tome, televizija mu se obraća kao sebi ravnom. Postavlja se jedna opšta pretpostavka u ime gledaoca, te mnoge reklame podrazumijevaju da „oboje dobro znamo o čemu govorimo".

Neposrednost televizije – Efekat trenutnosti !

- 2. Stalno emitovanje programa (svake večeri tokom cijele godine) i njegov serijski karakter pomažu da se stvori utisak neprekidne prisutnosti. Gust i precizan raspored emitovanja, čemu pribjegavaju skoro sve velike TV kompanije, uslovljava da publika mora, ukoliko želi da pogleda neku posebnu emisiju; da bude prisutna u tačno naznačeno vreme, ili će je propustiti. I ovo pojačava utisak da se **televizijski program odigrava baš sada**.
- Trenutnost i prisnost postižu se stalnom **televizijskom upotrebom „porodice“**. Ovo se posebno primjećuje u dramama i sapunskim operama, koje povezuju utisak koji gledalac ima o njima (odnosno kakav bi trebalo da ima) sa osnovnim ciljem samog programa. Na taj način televizija stvara zajednice koje **međusobno opšte - savezništvo po načelu „oni i mi“** između onih koji emituju program i gledalaca.