Luthar: TIRANIJA KRAMLJANJA

Spremembe-poročila:

* poudarek na vizualni reprezentaciji
* poudarjeni grafični elementi
* naslovi novic (tekst zraven)
* sekvence se hitreje menjajo
* ponazoritve
* grafične podlage
* računalniške simulacije
* zgodbe so bolj personalizirane
* sprememba v komunikativni dinamiki – vizualni spektakli, moralne drame
* stilizacija voditelja
* struktura je pri vseh skoraj enaka: notranja politika, zunanja politika, gospodarstvo, kultura, šport…
* glavna naloga ni več informiranje, ampak moralna sodba o svetu
* osrednje vprašanje: s kakršnimi ikonografskimi in komunikacijskimi sredstvi novice razglašajo, da so resnične, kredibilne, posnetek sveta??

VODITELJ:

* je prva stvar, ki jo vidimo
* je institucionalni glas
* poročevalec= institucionalni in hkrati zunanji glas
* voditelj je hierarhično na najvišji ravni, poročevalci so podrejeni voditeljem, le potrjujejo njihove besede
* vsi ostali glasovi so v funkciji voditelja
* delitev studijskega prostora na 2 dela: prostor 1. reda z voditeljem in prostor 2. reda: grafika ali poročevalec
* na eni strani voditelj »dela za nas«, raziskuje in kramlja, na drugi strani pa mora dajati vtis popolne profesionalnosti in avtoritativnosti
* obleka in mimika sta zelo pomembni
* voditelj mora ustvariti metatekstualno identiteto – le skozi sekundarno eksistenco lahko postane osebnost (delovati mora tudi zunaj svojega medija, pojavljati se mora tudi v drugih medijih, krožiti mora po medijih)
* televizijskih novic ne moremo več obravnavati kot ločenega žanra
* informiranje je drugotnega pomena
* glavna naloga novic je moralna sodba o svetu
* v njih se odvija jasno polarizirana osnovna drama med dobrim in zlom
* institucije so personalizirane, zgodbe povedane s stališča žrtev, akterjev
* poudarek na vizualno estetizaciji novic
* voditelj je televizijska osebnost
* tv novice so vedno bolj kramljajoč, družaben žanr
* osrednjega pomena je komunikacija in ne informacija
* novice predstavljajo blagovni znak institucije
* skrivnost uspeha novic je v zabavnosti, opravljivosti in melodramskemu moralnemu ovrednotenju sveta
* televizijski žurnalizem je del lokalne popularne kulture in novice moramo razumeti kot reprezentacije

Tri glavne spremembe televizijskega žurnalizma:

1. spremenjeno je razmerje med vizualno in verbalno reprezentacijo: tabloidne novice so estetizirani vizualni spektakli
2. dogodki so pripovedovani/narativizirani kot dvodimenzionalni konflikti, transformirani so v dramatične zgodbe
3. personalizacija žurnalizma ali prehod od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu:

Myra MacDonald: Personalization

* določeni spremembi t.j. personalizacija žurnalizma ali prehodu od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu
* personalizacijo je namreč specifičen način reprezentiranja
* poznamo pa različne oblike personalizacije:
* pripovedovane dogodkov kot »človeških zgodb«
* uporaba individualnega izkustva kot referenčnega okvirja za razumevanje strukturnih fenomenov
* osredotočanje na individualno izkustvo in emocionalno stane žrtve, prič dogodkov
* približevanje televizijske govorice vsakdanji govorici
* klišejske govorne figure
* simulacija kramljajoče neposredne komunikacije bralcev novic z gledalci
* načrtna konstrukcija metatekstualne zvezdniške identitete bralcev novic
* novica v vidika personalizacije nekakšna žanrska mešanica kramljanja, informiranja, komentiranja, melodrame in vizualnega spektakla
* pri poročilih je tako, da lahko z izbiro besed, zvočnih učinkov ter s pozicioniranjem kamere producenti reproducirajo realnost oz. jo posnemajo
* kar pomeni, da množični mediji velikokrat ne zrcalijo realnosti, iz množice elementov objektivne realnosti izberejo, oblikujejo in vmeščajo samo nekatere elemente v svoje simbolne sisteme
* poudarek je na osebnem, čustvih in izkušnjah
* teatraličnost ustvarijo s scenariji, igranjem, montažo, različnimi pripomočki
* pri televiziji gre za nekakšno igro vizualnih in verbalnih kodov, ki nam posreduje različne pomene
* pomen novic se oblikuje v kombinacije vsebine in njenih načinov upovedovanja
* priče namreč pripovedujejo svoje izkušnje s svojimi besedami in dajejo prispevku vtis pristnosti oz. avtentičnosti, poleg tega izjave prič pri nas velikokrat vzbudijo čustva, empatijo
* k personalizaciji novic veliko prispeva tudi sam voditelj in njegovo subjektivno poročanje, to se kaže predvsem v bolj sproščeni obliki knjižno pogovornega jezika, različnih klišejski govornih figurah
* takšne in drugačne reprezentacije dajejo novicam estetski pečat, kar se odraža v skrbno izbranih kotih kamere, v uravnoteženi kompoziciji slike z nadzorovano barvno skalo, v zaporedju posameznih posnetkov, v skrbno zamaskiranih igranih prizorih, v glasbi v ozadju, ki ustvarja določeno razpoloženje, na osnovi takšnih reprezentacij se producirajo točno določeni pomeni, ki izključujejo možnost oblikovanja alternativnih pogledov
* zaradi personalizacije novice naj ne bi več zadoščale merilom objektivnosti, poleg tega naj bi se novice vedno bolj oddaljevale od svojega prvotnega pomena, t.j. informiranja.
* vedno bolj so usmerjene v dogodke in ne v problematiko
* človeške zgodbe, ki so velikokrat del novic imajo mnogi za trivialne, dekontekstualizirane in nesposobne produciranja znanja o delovanju družbenih in političnih struktur
* v določenih okoliščinah skupaj s kritično analizo celo poglobi obravnavano tematiko in ponudi znanja
* personalizacija je lahko učinkovita tudi pri oblikovanju moralne zavesti prek poziva k empatiji in solidarnosti ter odpravljanju strahu
* in nenazadnje je personalizacija način kako pritegniti in obdržati množično občinstvo - prav to pa je največji problem današnjega časa, kako najbolj učinkovito komunicirati s tako raznovrstnim občinstvom ter predvsem kako pritegniti in obdržati njegovo pozornost