

## 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, opravljenosti 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 pomene, 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
- 
- loveške 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