

TELEVIZIJA

Esej

**Televizijsko novinarstvo: diskurz zvoka ali slike?**

G. P.

Novinarstvo, 3. letnik, redni študij

Ljubljana, 8. januar 2013

---

Televizije danes ne prižigamo iz enakih razlogov, kot pred nekaj desetletji. Podajanje informacij in izobraževanje v sliki in besedi se je v času od prve pojavitve televizije pa do danes korenito spremenilo. In res je. Televizijsko novinarstvo in vse, kar je na televiziji povezano z njim, ne le informira in izobražuje, pač pa gledalce precizno čustveno nagovarja in jih na nek način zaslužnjuje. Trditev, da so mediji četrta veja oblasti, drži. Pa ne zato, ker bi udeleženi voljo tistih, ki so na oblasti, ampak zato, ker nam s svojo navidezno skromnostjo in nevsiljivostjo s pritiskom na gumb vsak dan prinašajo cel svet v našo malo dnevno sobo, v bar, na avtobus ... Tematika in prikaz dogodkov sta seveda več kot skrbno izbrana, ravno zaradi tega pa lahko govorimo o četrti veji oblasti, ker se nehote in nevede, misleč, da imamo vso oblast v daljincu, vsak dan znova uklanjamo njenim merilom in vrednotenju sveta. Televiziji seveda. To je današnja televizija in ta navidezno ne-suženjski odnos med televizijo in gledalcem, predvsem pa način, kako s pomočjo slike in zvoka na televiziji vplivajo na gledalca, najbolj pritegne mojo pozornost.

V Ljubljani se je pred nedavnim zgodila t. i. vseslovenska vstaja. Še pred njo pa dve mariborski. Televizija in novinarji so imeli ta čas polne roke dela. Govorilo se je o nasilju in solzivcu! Z nekaj preprostimi zgledi v nadaljevanju bom poskušal pokazati, kako je televizijsko novinarstvo bolj snemanje za oko kot pisanje za uho, saj televizijske hiše, vsaj v večji meri, ne prikazujejo tistega, kar je, ampak tisto, kar hoče biti, torej tisto, kar gledalec hoče videti, besedilo neke novice pa pri tem postane nepomembno. Pokazal bom tudi, kako se slika in zvok lahko dopolnjujeta in podpirata in kako ustvarjalci televizijskega programa to s pridom izrabljajo. Televizijci preprosto ne morejo prikazati nečesa v verodostojni luči, saj je že zgolj odločitev kamermana, kateri kader bo posnel, subjektivna, in s tem dominira nad vsemi ostalimi idejami dojetja dogajanja.

Na drugi mariborski vstaji so se strasti zelo razvnele. Policija je uporabila praktično vsa prisilna sredstva, ki so ji bila na voljo. Javljanje RTV-jevega novinarja Mateja Korošca je tistega dne v oddaji Dnevnik izgledalo zelo zanimivo. Ko je voditeljica napovedala njegov vklop, smo najprej zaslišali nekaj sekund neznosnega hrupa ulice, šele nato pa je mikrofona pričel loviti novinarjev glas in pojavila se je slika. Že glasno vpitje in razgrajanje je pritegnilo pozornost marsikoga, ob vzpostavitvi slike, ko je bil novinar v solzah in z rdečimi očmi, pa je pozornost gledalcev prav gotovo kar podivjala. Večina Slovencev namreč še nikoli ni videla posledic škropljenja s solzivcem,

predvsem pa so bili radovedni, kaj bo z njim. Bo speljal do konca? Bodo morda morali prekiniti javljanje? Vklp so speljali do konca, kamera pa je, seveda namenoma, ostala v etru še nekoliko dlje, da smo lahko videli, kako novinar začne kašljati in nenadoma sunkovito izgine iz kadra. Informiranje tako postane drugotnega pomena. Novice brez dramatičnega dogajanja in brez nekaj ranjenih težko dobijo tisto pravo pozornost povprečnega gledalca. Glavna vloga na tem mestu prevzame vizualni spektakel, ki začrta jasno ločnico med informativnim programom in „razvedrilom“ (Luthar 1998). Novica o mariborskih protestih je bila tako prikaza kot prava novinarjeva osebna drama. Za malo bolj veščega gledalca je vse skupaj delovalo zrežirano, z namenom pritegnitve pozornosti, senzacije, s tem pa so se ustvarjalci odmaknili od bistva - podajanja informacij (Bordieu 2001). Informiranje je zasenčila novinarjeva osebna nesreča, ključne informacije, ki jih je podajal, pa za gledalca praktično niso bile več pomembne. Zrežirana slika in zvok sta z roko v roki odigrala ključno vlogo. Brez enega ali drugega vklop ne bi dosegel tolikšne pozornosti. Brez zvoka ne bi vedeli, kaj strašnega se dogaja, brez slike pa si te grozne situacije ne bi mogli predstavljati v pravi meri in s tem bi novica izgubila vso svojo težo. Prava drama na televiziji. „Televizijskih novic očitno ne moremo več obravnavati kot ločenega žanra, ki posreduje informacije, saj se v teletabloidnem žurnalizmu srečujejo politika in pop kultura, informiranje in razvedrilo, melodrama in informacija ...“ (Luthar 1998).

Mariboru je sledila vseslovenska vstaja v Ljubljani. Tudi tukaj je televizija odigrala ključno vlogo. Vstaji je podelila neizmerno pozornost kljub številnim drugim (pozitivnim) dogodkom, ki so se ta dan zgodili v državi, hkrati pa jo je prikazala v subjektivni luči in jo kot tako tudi pripeljala v naše dnevne sobe. POP TV je zasedel ključne in najboljše položaje tako na Trgu republike kot na Kongresnem trgu. Lokacije so bile izbrane do potankosti. Njihove kamere so takrat res snemale zgolj za oko. Prikazovale so „ogromno množico ljudi“. Medtem ko so vsi novičarski portali govorili o največ šest tisoč udeležencih, so novinarji v neposrednih vklopih govorili drugače. „Večtisočglava množica protestnikov“ (oddaja 24ur 2012). „Na vseslovenski vstaji se je zbralo ogromno jeznih državljanov“ (oddaja Svet 2012). Ker ljudje sliki verjamemo bolj kot tisoč besedam, so bile kamere primorane snemati konsistentno s tistim, kar je bilo povedano. Snemale so strnjeno množico ljudi zdaj z leve, drugič z desne. Nato so bili v kadru do zob oboroženi policisti, pa zopet množica. Posneli so celo spopad policije in skrajnih nasilnih skupin. Zakaj nismo nikoli videli celotne množice, tako da bi lahko vsak ocenil, koliko je to „ogromno“? Zakaj nobena kamera ni posnela dogajanja npr. z vrha poslovne stavbe banke NLB ali pa s helikopterja? Od tam bi prav gotovo dobili boljšo in bolj verodostojno sliko o številu protestnikov. Za primerjavo: Med „vseslovensko“ vstajo, ko je v centru Ljubljane protestiralo šest tisoč ljudi, se je v nakupovalnem središču BTC drenjalo vsaj 60.000 ljudi (Finance 2012). Gre za prevaro transparentnosti. Tipi zgodb so na televiziji v naprej določeni (Fiske 2004). Če gredo snemat nesrečo, vsi že približno vemo, kako

bodo izgledali kadri. Ravno tako je s pogrebom ali z nogometno tekmo. Če snemajo protest, tudi vemo, kako „mora“ izgledati: veliko jeznih ljudi s transparenti. In ker gledalci pričakujemo pričakovane kadre, televizija snema in prikazuje točno to, kar mi hočemo videti. Tip novinarskega upovedovanja je vnaprej določen, znan, slika in zvok pa služita kot dokaz verodostojnosti. Absurdno vendar še kako resnično. Novice so dandanes drage, postale so blago. Na televiziji so na vrsti vedno na začetku (in po možnosti tudi na koncu) „prime tima“, informativne oddaje pa imajo zelo visok status. Vse to televizijskim hišam prinaša ogromne zasluške, če le hočejo snemati in prikazovati tisto, kar bi gledalci radi videli. Všečnost za oko je postala edino merilo.

Koncept televizije se je spremenil v svojem bistvu, saj se je razmerje moči na relaciji televizija–gledalec obrnilo za 180 stopinj. Nekoč so na televiziji vrteli program, ki naj bi bil dober in koristen za gledalce, danes pa prikazujejo tisto, kar gledalec hoče videti. Pri vseh televizijskih produktih to najlažje opiše pojem intertekstualnosti. Kot bi bili različni televizijski teksti (prispevki, filmi, vesti, intervjuji ...) koščki različnih pomenov, ki jih sestavljamo na neko podlago, na neko že znano vedenje o njih, ti koščki pa se prepletajo med seboj kot blago, ki potem skupaj tvori nerazdružljivo celoto. Različni medijski produkti torej nimajo jasne meje, ampak se vedno nanašajo en na drugega (Branson 2006). Izbor naslova, uporaba določenih fraz, uporaba zvoka, premik in postavitev kamere ... Vsi ti elementi lahko v gledalcu vzbudijo nanašanje na neke že videne in znane stvari, bodisi zavestno ali pa podzavestno. Do te intertekstualnosti ali mešanja žanrov (v mojem konkretnem primeru mešanje novic in drame) prihaja ravno zaradi nehomogene in vse bolj zahtevne publike. Včasih je bila na televiziji ena sama nadaljevanka, ki so jo gledali vsi, pa čeprav jim ni bila všeč. S pojavom oglaševanja so se razvili različni okusi, publika pa se je razbila na več manjših tarčnih skupin, ki terjajo nove in nove televizijske produkte za zadovoljitev svojih želja (Branson 2006). Ta nehomogenost je glavni vzrok, da danes nimamo zgolj enega, ampak na stotine različnih programov, ki se na vse pretege trudijo zadovoljiti svojo ciljno publiko, hkrati pa pritegniti še več novih gledalcev, seveda zaradi denarja. Pri vsem tem gre največja zahvala moderni tehnologiji, ki je televizijske studie iz dolgočasnih prostorov spremenila v multimedijske bogove. Vsak večer se v naši dnevni sobi dogaja cel svet, kot bi bili tam. Slike švigajo sem ter tja, novinarji se javljajo praktično iz vseh koncev našega planeta, voditelji usmerjajo našo pozornost k različnim temam, ki mogoče sploh niso življenjsko pomembne za nas, pa jih vseeno spremljamo, ker so dramatične, ker hočemo vedno znova doživeti nekaj novega in ker s takimi novicami vedno znova potrjujemo idejo, da smo višek civilizacije. Navidezen dominanten vrednostni sistem nam daje moč, da vedno znova postavljamo moralne sodbe o svetu okoli sebe, v resnici pa smo tudi sami žrtve prevare transparentnosti (Fiske 2004).

Televizija se je spremenila in se še vedno spreminja. Spreminjamo jo mi, gledalci. Bistveno in ključno je, da smo si jo, tako kot vse ostalo, podredili in prilagodili, da deluje po naših željah in po

naših pričakovanjih. Za to ni bila potrebna nobena revolucija in nobeni protesti. To je bil spontan proces, ki je, sploh v zadnjih nekaj desetletjih, močno spremenil televizijsko krajino. Zvok in še posebej slika sta glavno orožje televizije, ki nam vsak dan znova prinaša trpljenje, radost, vzhičenost, razburjenost ... v naše dnevne sobe. Vemo praktično vse in vemo tudi, kako realistično morajo določene stvari izgledati, drugače niso zanimive in jih zavržemo. Televizija s svojim kompleksnim diskurzom lahko odločilno vpliva na gledalca in na njegovo razmišljanje, ta pa posredno vpliva nazaj nanjo in jo na nek način nehote in nenasilno soustvarja. Verjetno tega kompleksnega odnosa ne bomo nikoli v popolnosti razumeli, dejstvo pa je, da televizija kot prinašalec „resnice“ in „pravičnosti“ v naš vsakdan igra odločilno vlogo v našem življenju. Nanjo se zanašamo in nanjo računamo. Verjamemo ji in verjeli ji bomo tudi v prihodnje. Televizija je s pomočjo moderne in razvijajoče se multimedijske tehnologije največja zmagovalka sedanjosti in prihodnosti.

## Literatura in viri

- Bourdieu, Pierr. 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
- Branson, Gill. 2006. Understanding Genre. V *Analysing Media Texts*, ur. Marie Gillespie in Jason Toynebee. Buckingham: Open University Press.
- Cvelbar, Matic. 2012. Kako se se odvili včerajšnji protesti. *Finance*, 22 december. Dostopno prek: <http://www.finance.si/83293/Kako-so-se-odvili-v-čerajšnji-protestni-shodi> (28. december 2012).
- Fiske, John. 2004. Televizijska kultura. V *Medijska kultura*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt. Ljubljana; Študentska založba.
- Kanal A. 2012. *Svet*. Ljubljana, 21. december.
- Luthar, Breda. 1998. Tiranija kramljanja. V *Poetika in politika tabloidne kulture*, ur. Breda Luthar. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- POP TV. 2012. *24ur*. Ljubljana, 21. december.
- TV Slovenija, 1. program. 2012. *Dnevnik*. Ljubljana, 26. november.