

Breda Luthar: TIRANIJA KRAMLJANJA

3 glavne spremembe televizijskega žurnalizma:

- ☐ spremenjeno razmerje med vizualno in verbalno reprezentacijo → vizualni spektakli, vizualna simulacija realnosti = vizualno dokazovanje avtentičnosti
 - ☐ dogodki so vedno bolj narativizirani kot dvodimenzionalni konflikti – dramtizirane zgodbe, polarizirane melodrame
 - ☐ personalizacija žurnalizma ali prehod od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu – vidiki:
 - ☆ dogodki kot človeške zgodbe
 - ☆ uporaba individualnega izkustva – osredotočanje na izkustvo in emocionalno stanje žrtev
 - ☆ približevanje TV govorice k vsakdanji
 - ☆ klišejske govorne figure
 - ☆ simulacija kramljajoče neposredne komunikacije bralcev z gledalci
 - ☆ načrtna konstrukcija metatekstualne zvezdniške identitete bralcev novic
-
- ✓ glavna naloga novic je moralna sodba o svetu
 - ✓ dogodki narativizirani v moralne dileme
 - ✓ drame med dobrim in zlim
 - ✓ obravnava politike nadomeščena z obravnavo družbe → npr. novica o korupciji upovedana kot melodramatična moralizacija umazanega sveta politike
 - ✓ **vizualna estetizacija novic – zelo pomembno. SLIKA JE POSTALA POMEMBNEJŠA OD ZVOKA (če npr. zvok ugasnemo, še vedno lahko izvemo vse)**
 - ✓ retorična simulacija dramatskega konflikta v pripovedovanju
 - ✓ povečan tempo prezentacije
 - ✓ oddaljevanje od racionalnega realizma
 - ✓ personalizacija voditelja

Glavna razlika med dokumentarno realističnimi objektiviziranimi novicami in novicami–zabavo je v uporabljenih vizualnih in verbalnih kodih in konvencijah, ki nas prepričujejo, da so novice »ogledalo sveta« in kratko malo izbir pomembnih dnevnih dogodkov, ki nam jih objektivno in nepristransko prinašajo zaupanja vredni in kredibilni nacionalni »supersubjekti«.

Ideološki učinek televizijskih tabloidov je v retoriki in ikonografiji TV prostora = barva suknjiča, dramtizacija glasu, kramljanje, ... in v pomenih, ki jih ta sredstva konotirajo.

1. nivo interpretacije v novicah = SELEKCIJA → ko s selekcijo določena področja realnosti izključujemo iz obravnave ali pa jih hierarhiziramo kot manj pomembna, interpretiramo svet.

- ✓ novice vedno bolj mešanica subjektivnega in objektivnega načina prezentacije
- ✓ bralci novic so postali objekt trženja

- ✓ novice imajo osrednjo ekonomsko vlogo za televizijsko institucijo (so blagovni znak, glavni element korporativne identitete)
- ✓ oblikovanje osebnosti iz bralca je temelj za konstrukcijo realnosti v novicah, ki morejo tudi zabavati
- ✓ novice so reprezentacije in ne le odraz dogajanja tistega dne!
- ✓ komunikacija je oblikovanje in konstrukcija idej in ne zgolj prinašalec že obstoječih!
- ✓ novice so politične, ker določene kulturne konstelacije vzpostavljajo kot naravne, druge pa postavijo zunaj zdravorazumskega vrednostnega sistema – novice kolonizirajo naš zdrav razum
- ✓ voditelj predstavlja glas institucije
- ✓ diskurzivno, hierarhično najvišje postavljen določa pomen vseh zunanjih glasov – ti delujejo kot citati – voditelj jih izbira, da bi jih vključil v svoj tekst in tako legitimiral svojo diskurzivno vizijo zadeve
- ✓ vlogo avtentizacije diskurzivne vizije pripovedovanja igrajo tudi javnomnenjske ankete
- ✓ »stake-out«, ko reporter stoji na lokaciji s katere poroča ustvarja vtis, da poročevalec ne govori gledalcu neposredno temveč voditelju, ki to neposredovano realnost posreduje naprej gledalcu → ta komunikacija okrepi vtis objektivnosti novic, saj potrdi vlogo poročevalca kot reporterja detektiva, voditelja pa kot posrednika med realnostjo in našim domačim svetom
- ✓ zunanja lokacija stoji za avtentičnost novice → ni potrebno, da se vizualni dokaz ujema z dogodkom, ujemati se mora z zgodbo, ki jo novinar pripoveduje → komunikacija in vizualizacija zgodbe je važnejša od informacije, dogodka – realnosti
- ✓ strategija spraševanja v imenu navadnih ljudi omogoča gledalcem lažjo identifikacijo z voditeljem
- ✓ ko intervjuvanec govori direktno v kamero je predstavljen kot institucionalni glas, sicer nam je dostopen zgolj prek posrednika – voditelja
- ✓ v dokumentarno-realističnih novicah voditelj nima statusa osebnosti, ne predstavlja vira kredibilnosti in nima vloge posrednika, ki podreja vse glasove → njegova vloga je le nevtralnno posredovanje tujih izjav → pogosto, ko je statusa intervjuvanca zelo visok → novinar v vlogi »talking head« → skupine pritiska, stranke ipd. lahko definirajo kaj bo definirano kot pomembno in kaj ne

PERSONA

- ✓ je konstrukcija voditelja kot osebnosti
- ✓ pomen vizualne podobe, vizualne in jezikovne retorike, statusa voditelja
- ✓ podoba novic vpliva na razumevanje sporočila in obenem pogled na novice v veliki meri določa njihovo popularnost
- ✓ tehnika personalizacije voditelja in obenem tehnika, ki dogajanje na ekranu naredi bolj avtentično je delitev TV prostora na 2 dela:
 - ☆ prostor 1. reda = voditelj
 - ☆ prostor 2. reda = statična/gibljava slika/grafika nad desno ali levo ramo voditelja oz. reporter, ki komunicira z voditeljem
- ⇓
- prostor 1. reda z delitvijo postane bolj realističen = realnost sama, prostor 2. reda pa je z delitvijo percipiran kot izjava realnosti
- ⇓
- voditelj se humanizira, percipiramo ga kot posrednika med nami in zunanjim svetom

⇒ K PERSONIFIKACIJI TOREJ PRISPEVA: vizualna manipulacija novic, metatekstualna identiteta voditelja in kramljajoča komunikacija voditelja z gledalci

- ✓ zavzetost, vpletenost, tipičnost voditelja VS. avtoritativnost, objektivnost
- ✓ scena v ozadju novic konotira nevtralnost, v kolikor so v ozadju novinarji pa takojšnjost
- ✓ izmenjavanje kramljajočega in nevtralnno dokumentarno realističnega diskurza
- ✓ videz pomembnejši od kompetence
- ✓ vodenje v paru omogoča lažji prehod od »trdih« k »mehkim« novicam, voditeljski par olajša spremembo diskurza in spremembo vloge voditeljev
- ✓ na koncu se voditelj prelevi iz profesionalca v prijaznega človeka
- ✓ najbolj učinkovita tehnika ustvarjanja pomena s kramljajočim dialogom je kodiranje pomena z obrazno mimiko in glasom voditelja
- ✓ dobrodošlo retorično sredstvo, s katerim je mogoče posredovati vrednostno sodbo, ne da bi, na videz, novinar kršil ideal objektivnega poročanja je ironija
- ✓ reporterji so konotirani kot osamljeni individualci – heroji in borci za pravico

3 vidiki družabnih novic:

1. konstrukcija metatekstualne identitete voditelja kot nacionalne osebnosti s svojim sekundarnim življenjem v drugih medijih
 2. estetska manipulacija novic, ki z vizualnimi sredstvi humanizira voditelja in vzpostavlja njegov vrhovni položaj
 3. kramljajoči manierizmi voditelja
- ✓ novice postajajo del popularne kulture
 - ✓ takojšnjost in avtentičnost poročevalca v živo bo imela za nekatere bralce več moči kot narativni poskusi obvladovanja in nadzorovanja njegovega glasu
 - ✓ Barthes – hermenevtični kod naracije = kod, ki zagotavlja večino gibalne sile zapleta, je kod, ki zastavlja uganke in nadzoruje njeno reševanje. Po Lewisu je to kod, ki občinstvo najtesneje vpleta v naracijo in zaradi katerega občinstvo zanima izid.
 - ✓ poročila so montaža glasov in njihova narativna struktura ni dovolj močna, da bi vedno zapovedovala na kateri glas bi morali biti najbolj pozorni in kateri glas bi morali uporabiti kot okvir, s pomočjo katerega je treba razumeti vse drugo
 - ✓ pomen obstaja pred tekstom v kulturi, tekst pa je montaža citatov tega, kar je že bilo izrečeno/mišljeno/reprezentirano
 - ✓ referencialna funkcija komunikacije (= nanašanje teksta na zunanjetekstualno realnost) VS. poetična funkcija komunikacije (= referiranje teksta na svojo lastno tekstualnost, strukturo, konvencije) ⇒ razlika med obema bralnima strategijama ustreza opoziciji med konvencijami poročil in realnosti, ki jo konstruirajo/nadzorujejo
 - ✓ razlike med poročili in fikcijo so le razlike v modalnosti!