

Viktorija Car

TELEVIZIJSKE VIJESTI

Izvještavanje ili pričanje priča

HDPIO Zagreb, 13. listopada 2009.

>>

0

>>

1

>>

2

>>

3

>>

4

>>

Izvještavanje ili pričanje priča

Zašto?

- Dualizam u interpretaciji na relaciji novinari – znanstvenici
- Novinari – informiranje, izvještavanje
- Znanstvenici – informacije su zapakirane u priču; Postoji li uopće vijest koja u sebi ne sadrži pripovjedne elemente?
- “Priču donosi ... “

Pričanje priča / engl. storytelling

- Povijesna važnost tradicije pripovijedanja (usmena predaja)
- Svakodnevna komunikacija = pripovijedanje
- Priče čuvaju i prenose znanje (npr. kustos u Tehničkom muzeju)
- Sve kulture stvaraju priče iz razloga što priče daju smisao i značenje. Priče prodaju proizvode! Sve oko nas je priča!

Jack Lule

Daily News, Eternal Stories (2001)

“Storytelling will never be in crisis because it is an essential part of what makes us human (...)

Human life itself has the structure of story: Each of us has a central character. Life has a beginning, middle and the end.”

>>

0

>>

1

>>

2

>>

3

>>

4

>>

- 
- **Ferdinand de Saussure** (1857-1913) – lingvist, jedan od utemeljitelja semiotike – znanosti o znakovima i simbolima
 - **Charles Sanders Peirce** (1834-1914) – američki filozof
 - **Vladimir Propp** (1895-1970) - folklorist
 - **Claude Lévi-Strauss** (b. 1908) - antropolog
 - **Roland Barthes** (1915-80) – kulturni kritičar i semiotičar

Proučavanje naracija u novinarstvu započelo je 1960-ih i 1970-ih, a početkom 1980-ih istraživanja su popularizirana.

- **Seymour Chatman**
- **John Fiske**
- **John Hartley**
- **Marshall McLuhan**
- **Michael Schudson**
- **Roger Silverstone**
- **Gaye Tuchman**

Pripovjedni elementi

U svakodnevnom životu i u medijskim sadržajima:

VIJESTI - 5 W

TKO? – glavni junak

ŠTO? – tema, radnja, problem

GDJE?

KADA?

KAKO? i ZAŠTO? – prostor otvoren pripovijedanju:
UVOD, ZAPLET, VRHUNAC, RASPLET
(ZAKLJUČAK)

Pripovjedni elementi

- **Kod** - u najširem smislu sustav znakova pomoću kojega sudionici komunikacije (najmanje dva) komuniciraju.
- **Znak** – u semiotici je znak najmanja jedinica s kojom se prenosi informacija u nekom komunikacijskom sustavu (npr. prometni znak).
- **Simbol** - svaki fenomen kojemu je društveno ili kulturalno pripisano neko značenje; mehanizam komunikacije kojeg koriste samo ljudi. Simbol je riječ ili izraz proširenog značenja (srce je ljudski organ, ali simbolički predstavlja ljubav).

- **Metafora** – skraćena poredba; riječ ili izraz koji se upotrebljava u prenesenom smislu; alegorično, slikovito izražavanje pojma.
- **Mit** - 1. priča, vjerovanje starih naroda o podrijetlu svijeta, o prirodnim pojavama, o bogovima i legendarnim herojima; 2. bajka, priča, izmišljotina, nevjerodostojan prikaz nekih događaja ili opis karakteristika pojedinaca.

Analiza televizijskih vijesti

- TEKST – OFF (novinarski tekst) i izjave sugovornika
- TONOVI – IT TON (šumovi, atmosfera) i glazba
- SLIKA

⇒ Kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja + narativna analiza

Analiza televizijskih vijesti

- struktura priče (uvod, zaplet, rasplet)
- glavni junak
- konflikt
- personalizacija
- metafore i metonimije
- pridjevi, hiperbole, ironija, personifikacija
- simboli

Istraživačka pitanja

Što?

- U kojoj mjeri su TV vijesti u Hrvatskoj strukturirane kao priče?
- U kojoj mjeri su pripovjedni elementi prisutni u vijestima?
- Koji mitovi i mitološke strukture se koriste u vijestima?
- U usporedbi s klasifikacijama iz područja teorije komunikacije, koje mitološke strukture u TV vijestima su specifične za Hrvatsku?
- Kako se 'pripovijedanje vijesti' i upotreba mitoloških struktura u TV vijestima mijenja kroz vrijeme?

- Je li vijest strukturirana kao priča?
- Koji pripovjedni elementi su korišteni?
- Čime započinje, kako se razvija i kako završava (radnja)?
- Tko su glavni junaci?
- Jesu li poruke skrivene u tekstu, tonovima ili u slici?
- Postoji li mitološka struktura ili mit koje možemo iščitati iz vijesti?

Zašto?

- Zašto postoje promjene u ‘pripovijedanju vijesti’ i upotrebi mitoloških struktura u TV vijestima u Hrvatskoj u različitim razdobljima?
- Koji sociopolitički ili ekonomski procesi utječu na ove promjene? Na koje kontekste se odnose?

Hipoteze

Glavna hipoteza: Mit je konstitutivni element televizijskih vijesti u Hrvatskoj.

Pod-hipoteze:

- Naracije se češće koriste u vijestima komercijalnih televizija nego li na javnoj HTV.
- Mitovi u TV vijestima se mijenjaju kroz vrijeme ovisno o političkim, društvenim, ekonomskim i drugim promjenama.

Slučajni stratificirani uzorak

- 1032 priloga emitirana u središnjim informativnim emisijama hrvatskih nacionalnih televizija:

HTV 1991 – 1995 (N=240)

1996 – 1999 (N=192)

2000 – 2003 (N=192)

2004 – 2006 (N=168)

Nova TV + RTL (2005 – 2006) (N=240)

Povijesni, društveno-politički i ekonomski kontekst

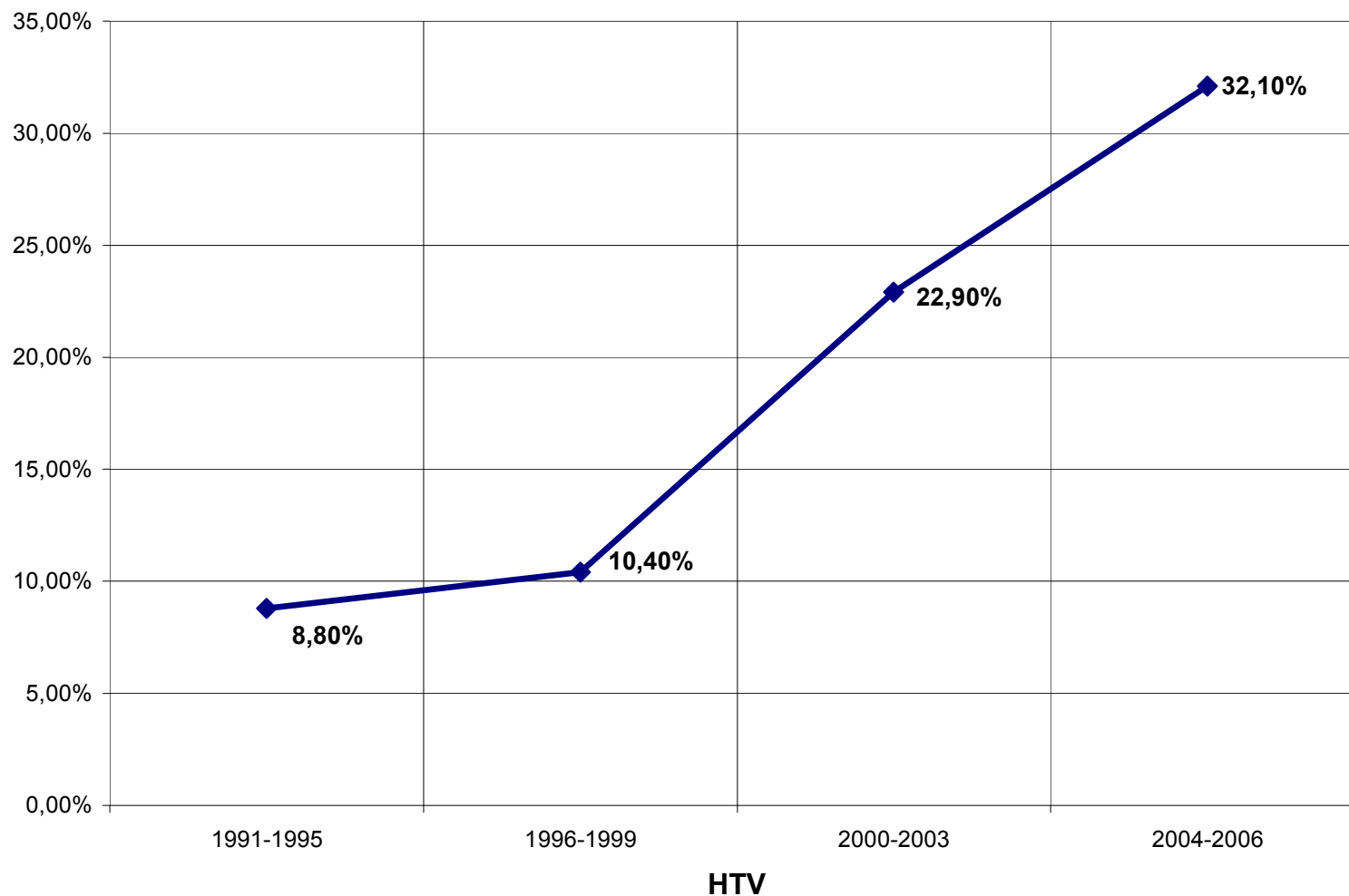
- Prije 1990. – TV kao sredstvo političke manipulacije
- Rat
- Društvena, politička i ekonomska tranzicija (razvoj liberalne demokracije i tržišne ekonomije)

Medijska tranzicija u Hrvatskoj

- demokratizacija, de(re)-politizacija, de(re)-ideologizacija, slobodno tržište, globalizacija, digitalna tehnološka revolucija
- deregulacija, povećana konkurencija, komercijalizacija, popularizacija
- “dramatizacija”, “personalizacija”, “tabloidizacija”

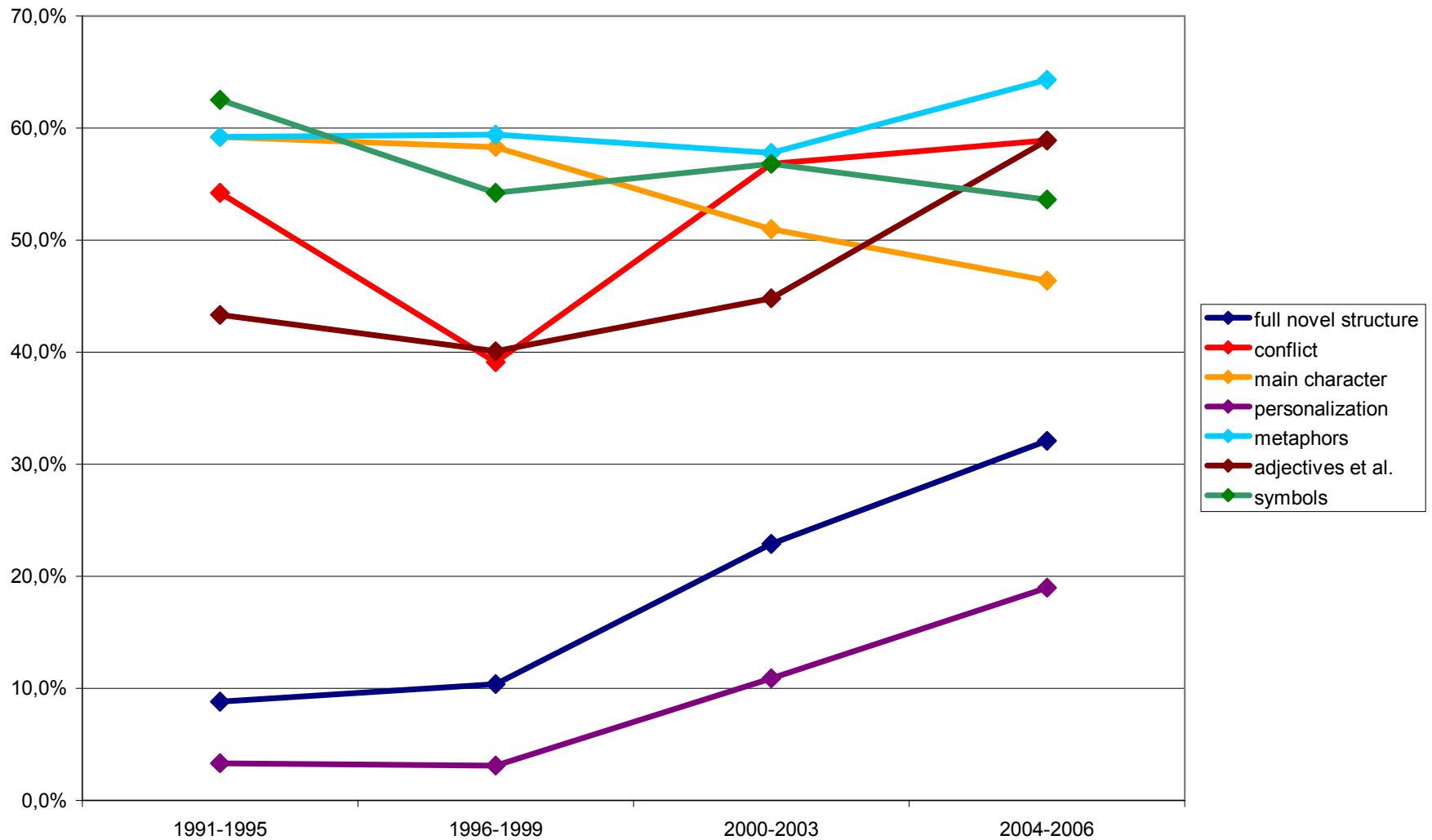
HTV 1991.-2006.

Struktura priče u TV vijestima



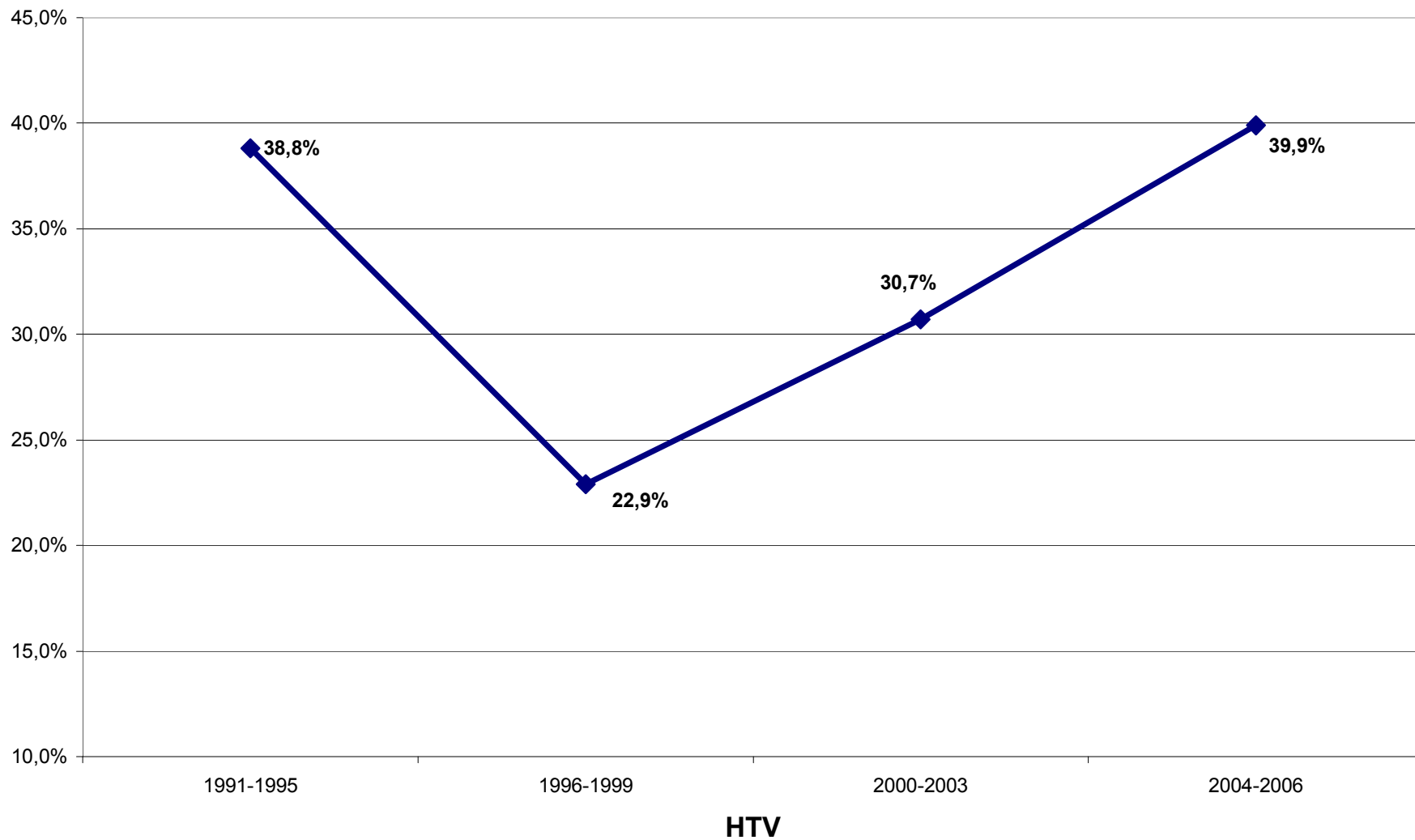
HTV 1991. – 2006.

Pripovjedni elementi u TV vijestima



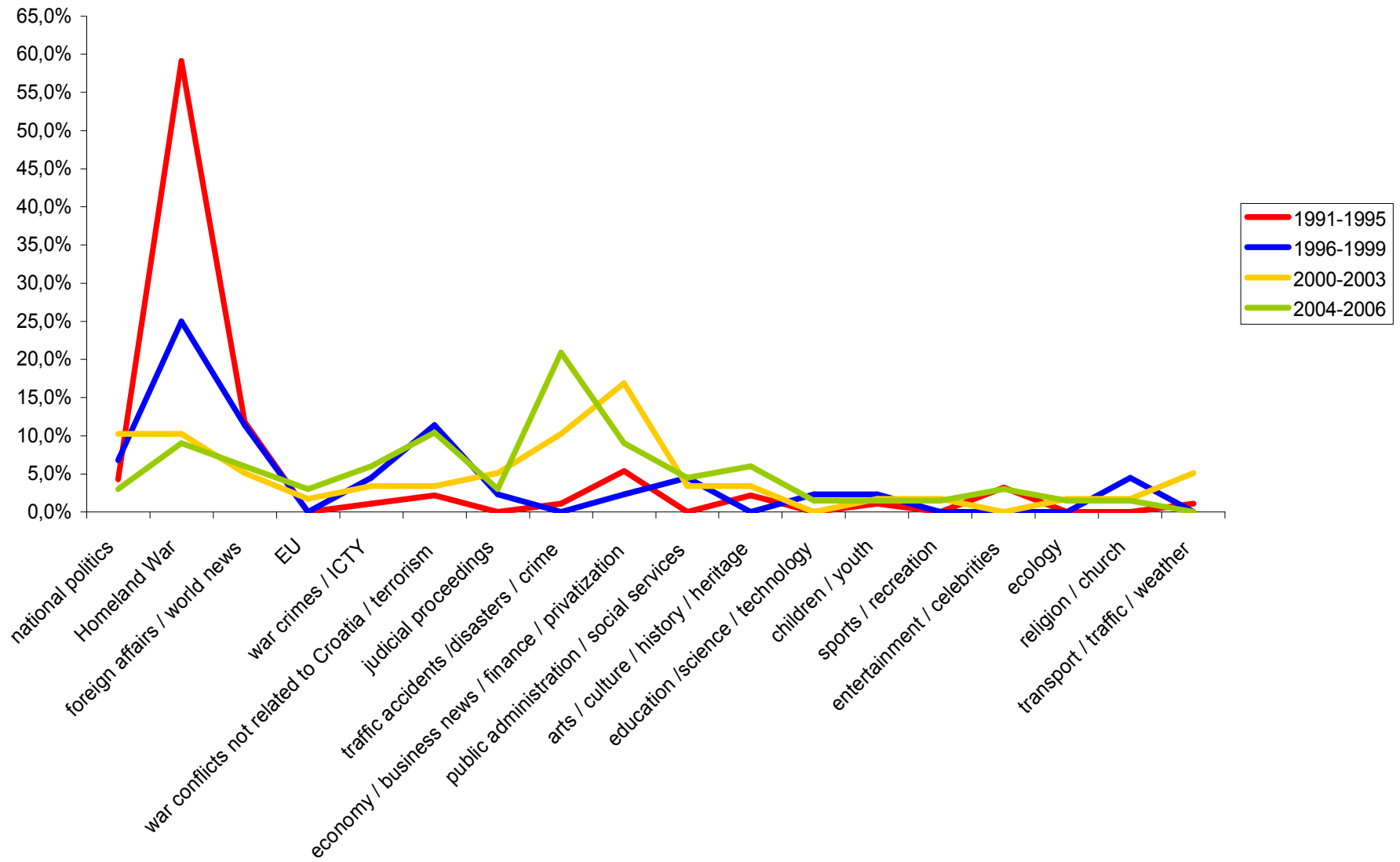
HTV 1991.-2006.

Mitološke strukture u TV vijestima



HTV 1991. – 2006.

Mitološke strukture i teme



Jack Lule: 7 master-mitova

- The victim - žrtva
- The hero – heroj
- The trickster - prevarant
- The scapegoat – žrtveno janje
- The good mother – ‘majka hrabrost’
- The other world – ‘drugi svijet’
- The flood – velika nesreća

Daily News, Eternal Stories (2001)

>>

0

>>

1

>>

2

>>

3

>>

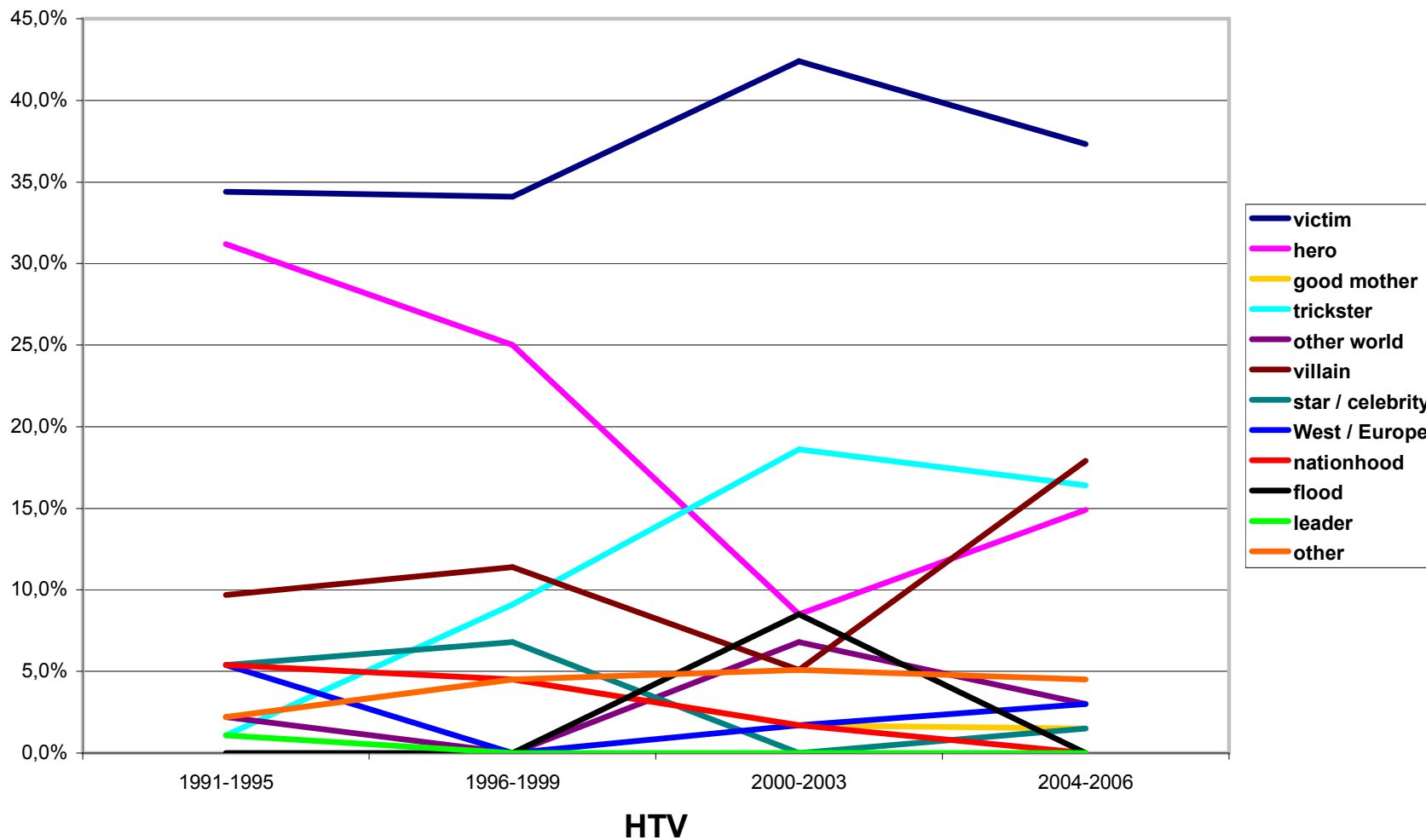
4

>>

Ostali mitovi u TV vijestima u Hrvatskoj

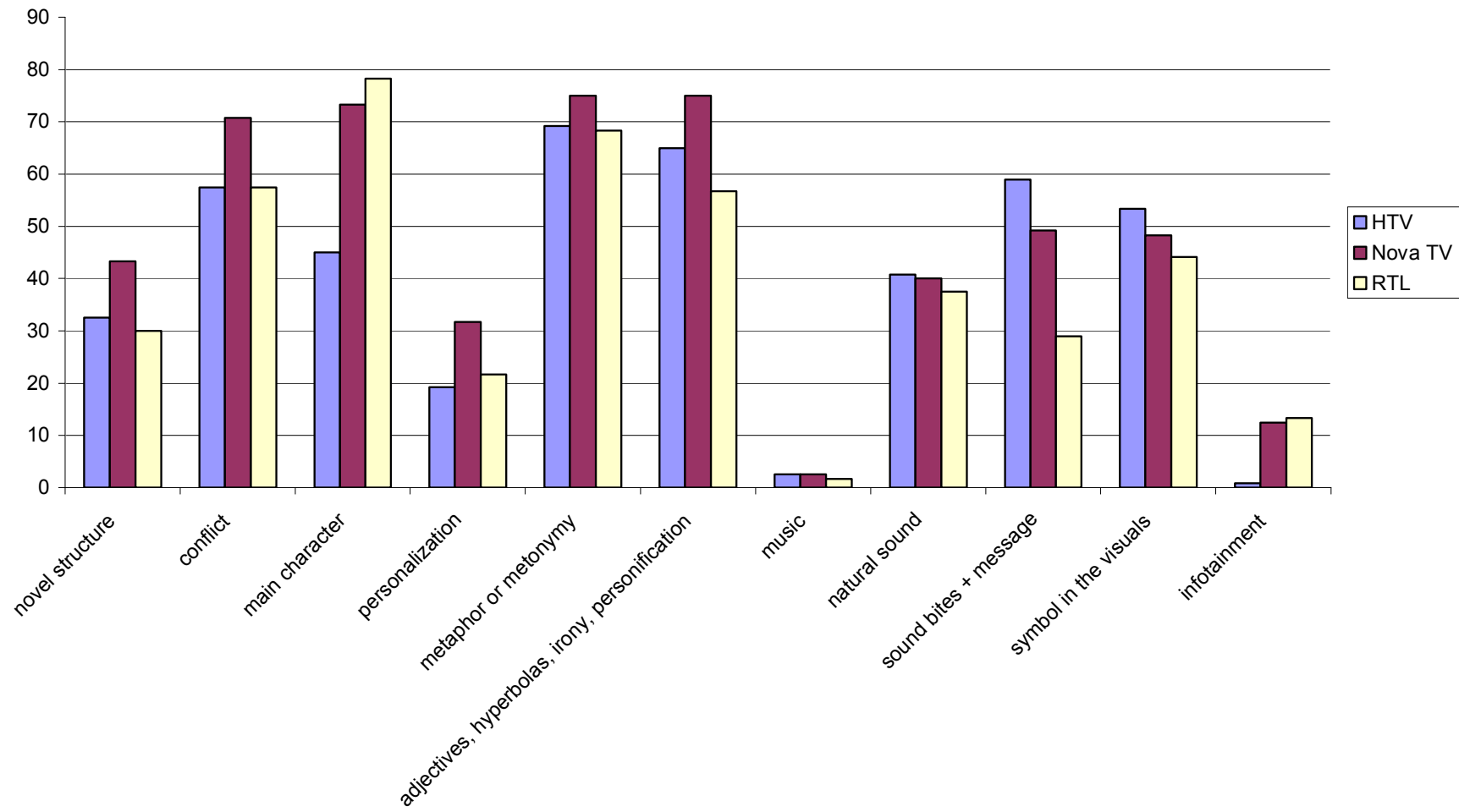
- the villain – negativac, zločinac
- the stardom/the star – ‘zvijezda’
- the West/the Western Europe/the EU
– mit o Zapadu/Zapadnoj Europi/EU
- myths on the nationhood / the nation
– mitovi o naciji
- the leader - vođa

HTV 1991.-2006. Mitovi u TV vijestima



HTV, Nova TV i RTL (2005.-2006.)

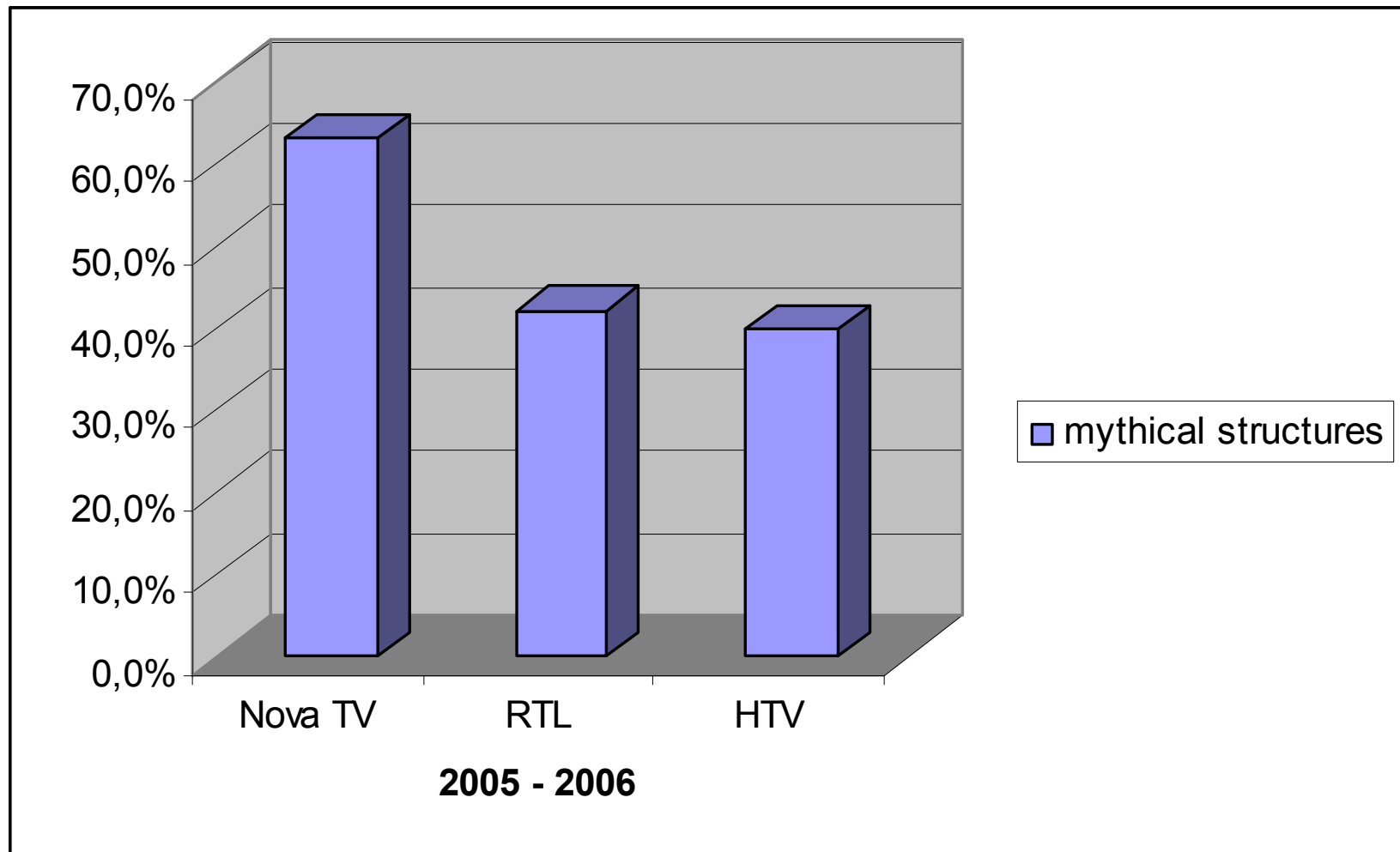
Pripovjedni elementi u tekstu, tonovima i slici



2005 - 2006

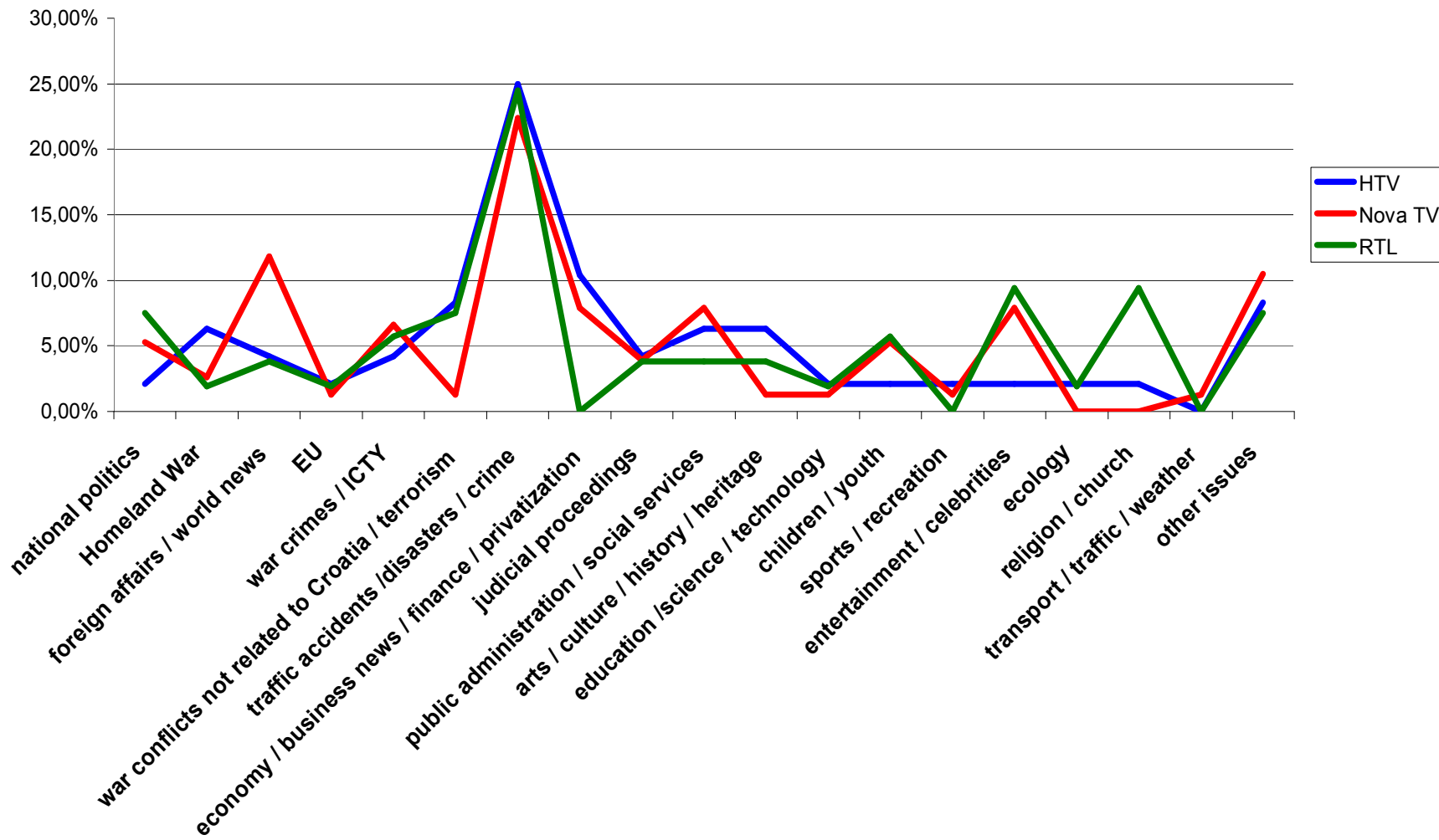
HTV, Nova TV i RTL (2005.-2006.)

Mitološke strukture u TV vijestima



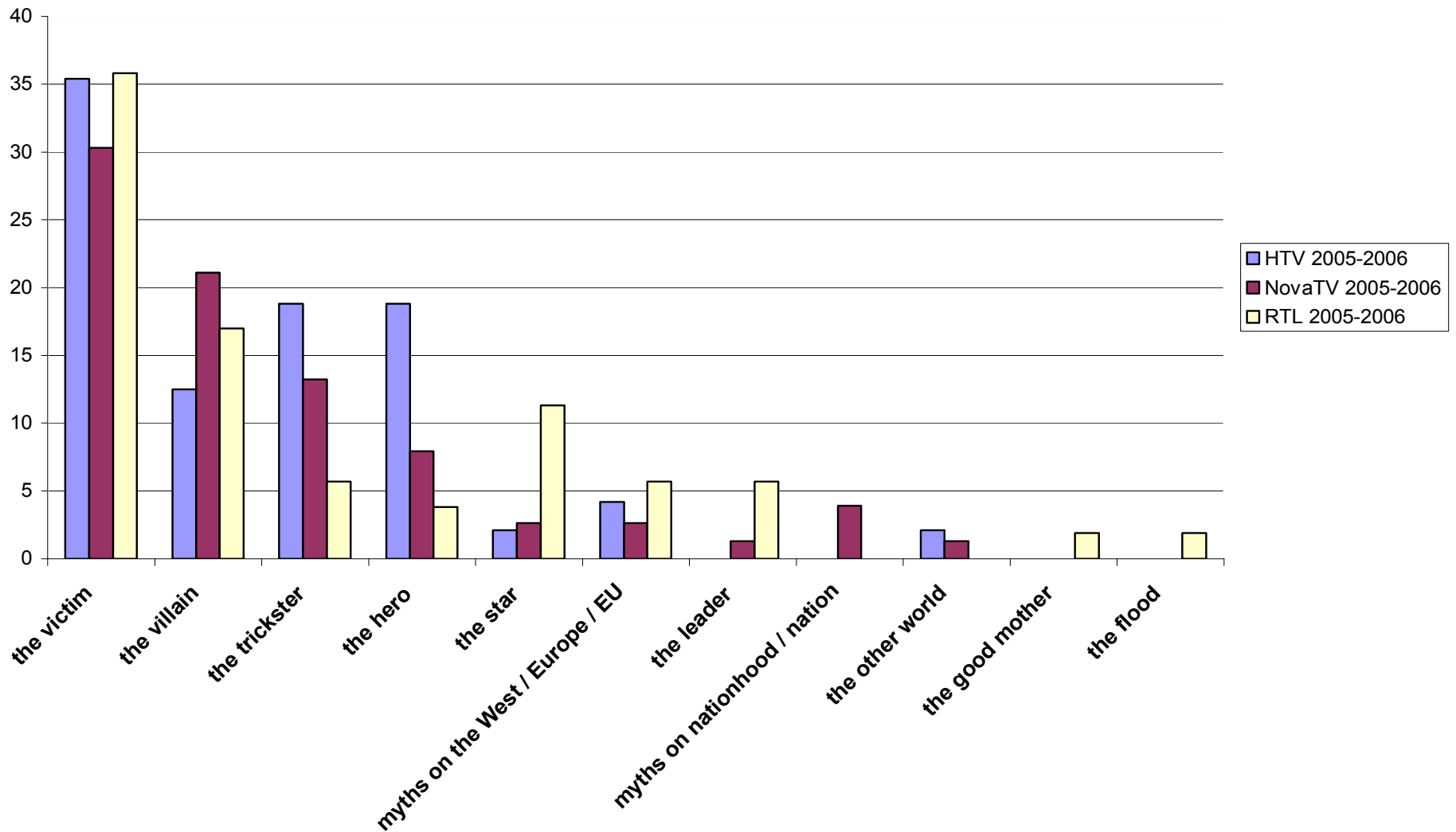
HTV, Nova TV i RTL (2005.-2006.)

Mitološke strukture i teme



2005 - 2006

HTV, Nova TV i RTL (2005.-2006.) Distribucija mitoloških struktura



HTV, Nova TV i RTL (2005.–2006.)

Mitološke strukture

| Mitološke strukture pronađene u | HTV | Nova TV | RTL |
|--|------------|----------------|------------|
| TEKSTU (OFF) | 34% | 50% | 39% |
| TONOVIMA | 18% | 24% | 20% |
| SLICI | 14% | 21% | 21% |

1. studija slučaja: BRANITELJI

77 TV priloga

- 1991-1995 ⇒ heroji
- 1996-1999 ⇒ heroji i žrtve
- 2000-2003 ⇒ žrtve i prevaranti
- 2004-2006 ⇒ žrtve i negativci

Istraživanje je pokazalo da televizijska medijacija iste društvene grupe može biti vrlo promjenjiva i složena, ovisna o političkom, društvenom i ekonomskom kontekstu.

2. studija slučaja: TAJKUNI

17 TV priloga

- Televizije u Hrvatskoj do 2006. godine prikazuju sve tajkune kao prevarante, lopove i ratne profitere
- 16 godina postojala je stalna negativna prezentacija jedne društvene skupine, ali se u novije vrijeme ipak počinje mijenjati (Todorčić, Vidošević, Kerum...)

Hipoteze

Glavna hipoteza: Mit je konstitutivni element televizijskih vijesti u Hrvatskoj.

Pod-hipoteze:

- Naracije se češće koriste u vijestima komercijalnih televizija nego li na javnoj HTV.
- Mitovi u TV vijestima se mijenjaju kroz vrijeme ovisno o političkim, društvenim, ekonomskim i drugim promjenama.

Zaključak

upotreba pripovjednih elemenata +
dramatizacija + personalizacija ⇒
popularizacija vijesti

- Posljedice:
 - razumljivije i prihvatljivije vijesti široj publici
 - tabloidizacija

Mitologizacija vijesti ⇒ stereotipiziranje i
etiketiranje

dr. sc. Viktorija Car
Fakultet političkih znanosti
Studij novinarstva

e-mail: viktorija.car@fpzg.hr

>>

0

>>

1

>>

2

>>

3

>>

4

>>