

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ajda Alibegić

Verbalna in vizualna struktura novic:  
analiza treh dnevnoinformativnih oddaj

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Ajda Alibegić

Mentor: doc. dr. Dejan Jontes

Verbalna in vizualna struktura novic:  
analiza treh dnevnoinformativnih oddaj

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

## *Zahvala*

*Iskreno se zahvaljujem svojemu mentorju doc. dr. Dejanu Jontesu za strokovne nasvete,  
spodbudo in vsestransko pomoč pri pisanju diplomskega dela.*

*Zahvaljujem se tudi očetu, mami, sestri in Adiju za vso podporo med študijem.*

## Verbalna in vizualna struktura novic: analiza treh dnevnoinformativnih novic

Raziskovanje dnevnoinformativnih oddaj je temeljilo na verbalni in vizualni strukturi novic. Analiza primera je potekala na podlagi treh slovenskih dnevnoinformativnih oddaj. Oddaja 24ur na Pop TV, oddaja Dnevnik na Televiziji Slovenija in oddaja Danes na Planet TV. V raziskavi je vključeno obdobje od 4. 5. do 10. 5. 2015. Predpostavke izhajajo predvsem iz Hartleyjeve analize verbalnih in vizualnih struktur. Namen je bil najti podobnosti in razlike samih struktur ter jih med seboj primerjati. Na splošno ugotavljam, da obstajajo dokaj majhne razlike med novicami. Oddaji 24ur in Danes sta bolj dramatični in vzbujata občutek domačnosti. Sta bolj podobni razvedrilnemu programu. Medtem ko oddaja Dnevnik preseneča z resnostjo in strokovnostjo. Tipična komercialna oddaja 24ur na eni strani in oddaja Dnevnik, ki je nekako značilna za javno televizijo na drugi strani. Oddajo Danes je nekje vmes, saj ne gre za tipično komercialno oddajo, ampak je neki hibrid med razvedrilno in informativno oddajo - infotainment.

Ključne besede: dnevnoinformativne oddaje, vizualna struktura, institucionalni glas, zunanji glas.

## Verbal and visual structure of news: analysis of three broadcast news shows

Research of three broadcast news shows was based on verbal and visual analysis structure of news. Case study was done based on news shows 24ur on Pop Tv, Dnevnik on Televizija Slovenija and Danes on Planet Tv. In research was included one week from 4. 5. until 10. 5. 2015. Main literature for research was based on John Hartley's book Understanding News; Winter of Discount. Looking for similarities and differences between news was main purpose of assignment. Broadcast 24ur and Danes are the most dramatic and make a sense of home. These two have a lot in common with entertainment program, while broadcast Dnevnik surprises with seriousness and expertise. Typical commercial broadcast 24ur on one hand and broadcast Dnevnik which is typical for public television on other hand make broadcast Danes somewhere in between while it is not the typical commercial broadcast but make more sense as hybrid between informational and entertainment program – infotainment.

Key words: Broadcast news, visual structure, institutional voice, accessed voice.

## **Kazalo**

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>ZGODOVINA DNEVNOINFORMATIVNIH ODDAJ .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1</b>	<b>Zgodovina dnevnoinformativnih oddaj v Sloveniji .....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>TRANSFORMACIJA NOVIC .....</b>	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>VIZUALNA IN VERBALNA STRUKTURA NOVIC .....</b>	<b>12</b>
<b>6</b>	<b>UČINEK RESNIČNOSTI .....</b>	<b>14</b>
<b>7</b>	<b>ANALIZA PRIMERA .....</b>	<b>16</b>
<b>8</b>	<b>ANALIZA VIZUALNIH STRUKTUR .....</b>	<b>17</b>
<b>9</b>	<b>ANALIZA INSTITUCIONALNEGA GLASU .....</b>	<b>21</b>
<b>10</b>	<b>ANALIZA POVEZOVANJA INSTITUCIONALNEGA IN ZUNANJEGA GLASU .....</b>	<b>22</b>
<b>11</b>	<b>ANALIZA VIZUALNE IN VERBALNE STRUKTURE NA PODLAGI ENE NOVICE..</b>	<b>25</b>
<b>12</b>	<b>ZAKLJUČEK.....</b>	<b>29</b>
<b>13</b>	<b>LITERATURA.....</b>	<b>32</b>

# 1 Uvod

Televizija je eden od bolj kompleksnih medijev. Televizijo gledamo, beremo in poslušamo hkrati. Televizijske novice so sestavljene iz besed in slik. Prav tako imajo osrednjo ekonomsko vlogo za televizijsko institucijo (Luthar 1998, 9). Da bi novico razumeli in jo pravilno interpretirali, moramo biti »novičarsko pismeni« (Perovič in Šipek 1998, 18–19). Kot pravi John Hartley v knjigi »Understanding News«, ki je bila sicer izdana davnega leta 1982, vendar je še vedno zelo relevantna, so novice neke vrste industrija. Industrija zato, ker gre za diskurz, ki je obstajal pred nami in vsebuje neosebno družbeno institucijo. Ko se »mi« kot gledalci naučimo njihovih kodov in konvencij, postanemo »novičarsko pismeni« (Hartley 1982, 5).

V diplomski nalogi bom analizirala tri dnevnoinformativne oddaje v Sloveniji. Prva nastaja na najbolj znani komercialni televiziji Pop TV, in sicer je to oddaja 24ur. Druga je oddaja na javni televiziji, ki je hkrati tudi najstarejša. Spremljamo jo namreč že od leta 1968 v slovenščini (Prpič 2008, 95). Gre za TV Dnevnik na Televiziji Slovenija. Zadnja analizirana je slovenska najmlajša oddaja Danes na Planet TV. Vse oddaje lahko spremljamo vsak dan v letu ob 19. uri. Literatura, na katero se bom največ sklicevala, je nekoliko starejša, vendar vseeno zelo pomembna. Največ mi bosta v pomoč John Hartley in knjiga »Understanding News«. Sklicevala se bom tudi na Johna Fiskeja in Televizijsko kulturo ter na Bredo Luthar in knjigo »Politika teletabloidov«. Kriterij analize sem si izposodila pri Hartleyju in bom analizirala ter primerjala med seboj slovenske oddaje, tako kot je sam analiziral »The Nine O'clock News« na BBC-ju. Naredila bom analizo vizualnih struktur oddaj, kjer bo glavna iztočnica Hartleyjeva razdelitev prezentacije na štiri načine (govoreča glava, grafika, nominacije, aktualnost) (Hartley 1982, 108). Sledi analiza institucionalnega glasu (ton glasu, uporaba metafor, povezovanje vsebinsko nepovezanih novic) in nato še analiza povezovanja institucionalnega in zunanjega glasu (»noddy«, lokacija intervjuja, poročanja, kramljanje, uporaba strokovnjakov ...) (Hartley 1982, 109–112). Prav tako sem se odločila, da analiziran eno novico na vseh treh televizijskih postajah. Analizirala bom vizualne in verbalne strukture ter iskala podobnosti in razlike v poročanju. Odločila sem se za novico o 70. obletnici druge svetovne vojne, ki se je predvajala skoraj ves teden opazovanja. Pridobljene rezultate bom na koncu primerjala med seboj, kjer bom lahko ugotovila, kako se zares oddaje razlikujejo med seboj in kateri so tisti elementi, po katerih so si podobne, če ne celo enake.

## 2 Dnevnoinformativne oddaje

Dnevnoinformativne oddaje so sestavljene iz novic, ki prihajajo z različnih področij. So tiste, ki televizijskim postajam na medijskem trgu povečujejo konkurenčni boj za gledalce (Laban 2007a, 9). Predvajane so v času, ko je gledanost najvišja (prime time) in so identifikacijski znak televizijske postaje (Perovič in Šipek 1998, 83).

Dolžina dnevnoinformativne oddaje doseže eno uro. Vizualne podobe so ključna posebnost pri ustvarjanju televizijskega medija. Gledalcu omogočajo takojšen vtis in takojšnje razumevanje dogodka (Laban 2007a, 33). Slika (image) potrjuje vse voditeljeve ali novinarske besede, kar pomaga gledalcu pri razumevanju novice. Hartley označi sliko na televiziji kot »hrbtenico dnevnoinformativnih oddaj«, saj privleče in zadrži pozornost občinstva ter hkrati potrjuje resničnost informacij, ki so dane med predvajanjem (Laban 2007a, 33). Hkrati ne daje legitimnosti samo oddaji, ampak celotni televizijski instituciji (Laban 2007a, 33).

Prav tako imajo vse dnevnoinformativne oddaje svojo prepoznavno obliko. Že na začetku jih ločimo od oddaj na konkurenčnih televizijskih postajah (Perovič in Šipek 1998, 84). Ločimo jih lahko po uvodni špici, ki je prepoznavna za vsako oddajo posebej. Uvodno špico spremljata ponavadi prikaz zemlje kot planeta z različnih zornih kotov in glasba, ki je tipična za določeno oddajo. »Del uvodne sekvence dnevnoinformativne oddaje je lahko tudi napovednik pomembnejših ali zanimivejših vsebin iz prihajajoče oddaje, ki združuje vse prvine televizijskega diskurza – vizualne podobe, zvok in govor. Gre za nekakšen televizijski naslov, ki poimenuje, napoveduje in pritegne, saj je njegova glavna funkcija povabilo gledalcev h gledanju oddaje« (Laban 2007a, 61).

Dnevnoinformativne oddaje predstavljajo skupek različnih novinarskih žanrov, kot so prebrane novice, novice z grafiko, video sliko, fotografijami, komentarji, pogovori ... Dramaturgija dnevnoinformativne oddaje je naslednja:

- Napovednik: razlikuje se od oddaje, nekatere ga imajo pred uvodno špico, nekatere po uvodni špici. Napove glavne novice dneva, ki bodo kasneje podrobneje predstavljene. Hkrati gledalce vabi, da si ogledajo oddajo.

- Prva poročila so tista, ki prikazujejo glavne, najbolj pomembne dogodke/teme dneva, ki so večinoma lokalne.
- V drugem delu oddaje pridejo na vrsto novice, ki jih urednik izbere tematsko.
- Zadnji del oddaje večinoma predstavljajo razvedrilne novice (Perovič in Šipek 1998, 89–90).

Če so bile novice pred nekaj desetletji strogo ločene od drugih televizijskih žanrov, so danes del lokalne scene šovbiznisa (Luthar 1998, 7).

### 3 Zgodovina dnevnoinformativnih oddaj

V 40. in 50. letih prejšnjega stoletja niso poznali dnevnoinformativnih oddaj kot danes. Na programu so bile večinoma kratke novice, ki so zavzemale dogajanja zadnjih nekaj dni. Torej ni šlo za dnevne novice. V 60. letih so uporabljali radijsko shemo, dodali so ji le slike – televizija je veljala za radio z dodano sliko (Laban 2007a, 23). V tem času so bili prav tako prepričani, da bo televizija pritegnila samo sloj z višjimi dohodki, kar se je kasneje izkazalo za zgrešeno napoved (Briggs in Burke 2005, 229). Tako je leto BusinessWeek označil za »leto televizije« in televizija je bila označena kot »najnovejše in najbolj cenjeno razkošje revnega človeka« (Briggs in Burke 2005, 229).

V 60. letih v času vietnamske vojne so lahko gledalci spremljali selektivno izbrane kadre na svojih domačih zaslonih (Briggs in Burke 2005, 247). Začne se najprej s propagandnim materialom, ki prikazujejo srečne mlade fante, ki se odpravljajo v vojno, in njihove vrnitve. Vse to se obrne, ko začnejo novinarji z vojaki hoditi na vojna območja. Začnemo dobivati poročila o lakoti, umiranju, pobijanju nedolžnih civilistov in podobno (Perovič in Šipek 1998, 86).

V kasnejših letih sta bili osrednji temi dnevnoinformativnih oddaj na televiziji terorizem in vesolje. Pristanek modula Apollo XI na Mesecu leta 1968 je označen kot »največja predstava v zgodovini televizije« (Briggs in Burke 2005, 247–248).

Pomemben napredek za dnevnoinformativne oddaje je imelo obdobje od leta 1960 do 1980. V tem času je obveščanje postalo glavna tema. Razpravljalo se je namreč o pomanjkanju informacij in hkrati prenasičenosti le-teh (Briggs in Burke 2005, 250).



Zaradi hitrega napredka tehnologije v 80. letih so se v javnosti vse bolj pojavljale razprave o globalnem informiranju. Na 19. generalnem zasedanju leta 1976 so se člani komisije strinjali, da se je treba »komunikacij lotili globalno«, ampak je bila ideja zaradi hladne vojne opuščena (Briggs in Burke 2005, 253).

V 90. letih televizija z razvito tehnologijo razcveti in lahko oddaja od koderkoli v živo (Perovič in Šipek 1998, 87).

### **3.1 Zgodovina dnevnoinformativnih oddaj v Sloveniji**

Slovenci so si lahko prvo dnevnoinformativno oddajo v slovenščini ogledali 15. aprila 1968 (Prpič 2008, 95–96). Oddaja je bila na sporedu vsak dan razen nedelje ob 20. uri (Prpič 2008, 106). Zahvala za pobudo, da Slovenci dobimo svojo dnevnoinformativno oddajo, gre slavistom in pisateljem na začetku 60. let prejšnjega stoletja. Podporo so našli v 42. členu Ustave Socialistične federativne republike Jugoslavije, kjer je zapisano, da so jeziki in pisave vseh narodov Jugoslavije enakovredni (Prpič 2008, 99). Nekdanji urednik dnevnoinformativne oddaje v Sloveniji Jure Pengov pravi, da je bil najprej program bolj radijski kot televizijski. Poleg tega, da sta ga brala radijska napovedovalca, je bila slika le delno ali nikakor povezana z dogodkom (Pengov v Laban 2007a, 13). To se je spremenilo leta 1978, ko dobimo voditelje in barvno tehniko. Tudi govor postane bolj sproščen. Po besedah Pengova je barvna tehnika tista, ki je spremenila televizijo v sliko z zvokom in ni več radio s sliko (Pengov v Laban 2007a, 13).

Prvo komercialno televizijo Pop TV dobimo leta 1991 po osamosvojitvi. Ta je sprva ponujala lahkotnejši razvedrilni program (Merljak Zdovc 2007, 150). Prelomnica v slovenski zgodovini televizijskih dnevnoinformativnih oddaj se zgodi 16. decembra 1995 ob 19.30, ko začne produkcija hiša Pro plus oddajati dnevnoinformativno oddajo 24ur. Oddajala se je ob isti uri kot TV Dnevnik na Televiziji Slovenija (Laban 200a7,13). Kot ugotavljata Bašič Hrvatina in Milosavljevič, večje število televizijskih programov omogoča gledalcu izbiro. In ta izbira vodi do vse večje konkurence med televizijskimi hišami. Ker tekmujejo za večjo gledanost in pozornost gledalcev, morajo najti primeren in zanimiv način podajanja informacij (Bašič Hrvatina in Milosavljevič 2001, 56–59).

Televizija Slovenija dobro leto kasneje odgovori na prihod konkurence z oddajo Odmevi. Pravi boj med konkurenčnima televizijama pa se začne s premikanjem ure in podaljševanjem oddajanja. Spremenita se tudi scenska in grafična podoba. Vseskozi zgodovino oddajo 24ur vodi voditeljski par. Na Televiziji Slovenija pa se je to spreminjalo. Najprej je od leta 1994 vodil voditeljski par, potem so to do leta 2003 ukinili. Od leta 2003 naprej so ponovno uvedli voditeljski par, ki pa so ga po dveh letih ponovno ukinili (Laban 2007a, 14–15).

McQuail pravi, da je javni RTV-servis servis, ki služi javnemu interesu in javnosti ter hkrati zadovoljuje nekatere družbene potrebe (McQuail v Laban 2007a, 16). Družbene potrebe, ki jih javni servis mora zadovoljiti, so informiranost državljanov, njihovo kulturno bogatenje in posredovanje točnih ter kakovostnih informacij. Z zadnjim je predvsem mišljeno to, da so informacije javna dobrina, in ne tržno blago (Brants v Laban 2007a, 16).

Labanova se kritično opredeli do javnega servisa v Sloveniji, ki se začne močno komercializirati. »A slovenska javna televizija se je spustila v nerazumljivo tekmovanje za deleže gledanosti s komercialno televizijo POP TV, namesto da bi svoj ugled še naprej gradila na poudarjanju in dodatnem vzpostavljanju pomembnih temeljnih razlik med obema televizijama« (Laban 2007a, 16).

Komercializacija se ne kaže samo v novicah, temveč tudi v načinu podajanja informacij, strukturi novic, rabi jezika in odnosu med besedo ter podobo. Dnevnoinformativno oddajo so spreminjali na podlagi tega, kaj si občinstvo želi in ne, kaj potrebuje. Kar kažeta že uvajanje in ukinjanje voditeljskih parov (Laban 2007a, 16–17).

## **4 Transformacija novic**

Z vlogo komercializacije pride do sprememb v dnevnoinformativnih oddajah. Lutharjeva pravi, da gre za tabloidizacijo. Breda Luthar v knjigi »Politika teletabloidov« govori o transformaciji novic iz posebnega realističnega političnega diskurza v del lokalne popularne kulture, kjer ima spremenjena vloga bralca novic glavno vlogo (Luthar 1998, 7). Pravi, da je bralec novic postal voditelj in blagovna znamka televizijske institucije. Na komercialni televiziji je ta vnaprej skonstruiran kot nacionalna persona, poštenjak in profesionalc/-ka. Je vir zaupnosti, verodostojnosti, avtentičnosti novic. S tem, ko nas popelje med različne zgodbe dneva, postane pripovedovalec zgodb in ustvarja občutek, da išče resnico zgolj v prid gledalcev (Luthar 1998, 7). Voditelj, ki po besedah Lutharjeve s kroženjem v drugih medijih

postane osebnost in mu gre verjeti ter zaupati, da bo pravilno interpretiral svet za nas. Gledalci verjamejo novicam na podlagi karizme in poštenosti voditelja, in ne na podlagi argumentov (Luthar 1998, 8).

Avtorica govori o treh glavnih spremembah televizijskega žurnalizma, ki so vplivali na spremembo novic:

- Spremeni se razmerje med vizualno in verbalno reprezentacijo. Lutharjeva pravi, da so tabloidne novice estetizirani vizualni spektakli. Novice z vizualnimi tehnikami simulirajo avtentičnost (Luthar 1998, 10). S pomočjo stenskih zaslonov, posnetkov, fotografij in podobnega podpirajo besedilo novice in s tem simulirajo njihovo resničnost.
- Novice so transformirane v dramatične zgodbe (Luthar 1998, 10).
- Tretja sprememba novic se nanaša na personalizacijo žurnalizma, ki ga opredeljuje kot prehod od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu. Predvsem je v tem primeru mišljeno predstavljanje dogodkov kot »človeških zgodb«, neformalni govor, osredotočanje na individualno izkustvo, simulacija pogovora voditelja z gledalci, konstrukcija zvezdnika iz voditelja ... (Luthar 1998, 10).

Boyd v knjigi »Broadcast Journalism« bralce novic označi kot »talente«. Ne glede na ves trud in delo novinarjev, producentov in ostalih zaposlenih, ki sodelujejo pri pripravi dnevnih novic, so vse oči obrnjene v nekaj ljudi, ki sedijo pred kamero. Ugled novic je odvisen izključno od performansa voditelja (Boyd 2001, 164). Zaradi velike konkurence v svetu novic se je tudi poročanje voditeljev spremenilo in prilagodilo tako imenovani »fastfood dobi«. Avtor poveže hitro prehrano, ki je prav tako prilagojena hitremu tempu življenja, in način vodenja dnevnoinformativne oddaje. Pravi, da so dnevi, ko je voditelj zgolj prebral novico v kamero, davno mimo (Boyd 2001, 164). V preteklosti se je informativni program izredno razlikoval od zabavnega. Danes ta dva žanra vse bolj rasteta skupaj. Dnevnoinformativne oddaje so postale vse bolj osebne in voditelji bolj prijatelji in dostopni. Kljub temu bralci novic niso izgubili svoje avtoritete, ampak se je njihov status dvignil iz izobraženega strokovnjaka v bolj domačo sfero. Boyd primerja bralca novic z najljubšim stricem ali pametnim prijateljem (Boyd 2001, 164).

Luthar in Boyd se strinjata, da je spremenjena vloga voditelja skozi čas pripomogla k drastični transformaciji novic. Nastop voditelja je tisti, ki daje novicam avtentičnost in posledično visoko gledanost.

## 5 Vizualna in verbalna struktura novic

Hartley se sprašuje, kako se novinarji v praksi izognejo propagandi, gledalcem priskrbijo pristne informacije in vzbudijo občutek objektivnosti. Elemente, ki k tem pripomorejo, razdeli v dve skupini. Prva skupina so elementi narativnih novic: vizualne strukture, druga pa govori o institucionalnih in dostopnih glasovih: verbalne strukture (Hartley 1982, 107–114).

Elementi narativnih novic: vizualna struktura

Avtor loči med tremi različnimi prezentacijskimi elementi

1. Bralec novic je tisti, ki uokviri novico, je posrednik med drugimi elementi in na koncu zgodbo tudi zaključi (Hartley 1982, 107). Bralec novic je v središču televizijskega novinarskega diskurza in povezuje tok informacij. Njegova naloga je, da bere napovedi, odpovedi in vesti ter zadrži gledalčevo pozornost (Laban 2007a, 27).
2. Korespondent ali poročevalec je tisti, ki umesti temo v kontekst in razloži pomen zgodbe (Hartley 1982, 108)
3. Filmsko poročilo pa predstavljajo fotografije in posnetki ter predstavi aktualnost zgodbe (Hartley 1982, 108)

Vizualizacijo zgodbe razdeli na štiri načine prezentacije:

1. Govoreča glava (talking head), kamor spadajo tako bralci novic kot tudi poročevalci s terena (Hartley 1982, 108)
2. Grafika vključuje animacije, zaslone ... (prispevki, kjer novinarja slišimo, gledamo pa fotografije in posnetke, posnete na terenu, in stenske zaslone v studiu, ki so večinoma za voditelji in se slika navezuje na zgodbo) (Hartley 1982, 108). Razvoj televizijske grafike se začne v ZDA, in sicer šele konec 60. let. Grafične podobe so danes glavna opora dnevnoinformativnih oddaj. Te namreč pomagajo razložiti dogodke, ki so jih prej opisovali le besedno (Laban 2007a, 41).
3. Nominacija, s katero poimenujemo tako novinarje kot zunanje sodelujoče (strokovnjake) in jim s tem postavimo status in avtoriteto v zgodbi (Brunsdon in Morley v Hartley 1982, 108).
4. Aktualnost, pod katero spada filmsko poročilo. Avtor pravi, da so hrbtenica televizijskih novic, zato predstavi tri podkategorije filmskega poročila.

- Film/posnetek s prenesenim glasom (novinar se v kadru ne pojavi, le slišimo ga).
- Poročanje s kraja dogodka (stake-out), kjer novinar naravnost v kamero naslovi svoj komentar.
- In tako imenovani vox-pop, kjer je intervjuvanec v okvirju zaslona, novinar pa neviden. Prav tako intervjuvanci niso poimenovani (Hartley 1982, 108–109).

Hartley pravi, da v njegovem primeru skoraj nikoli ni uporabljena studijska diskusija v studiu, ki velja za eno od najbolj znanih in značilnih načinov prezentacije (Hartley 1982, 109). Razlog, da se tako imenovana studijska diskusija ne uporablja, je preprosto to, da želijo ločiti dejstva od mnenj.

#### Institucionalizirani in dostopni glasovi: verbalne strukture

Glede glasov avtor poda primerjavo med televizijskimi novicami in romanom. Tisto, kar lik v knjigi reče, v resnici pripada avtorju in enako je tudi pri televiziji. Tisto, kar voditelji in poročevalci povedo, je determinirano s strani institucije in umeščeno v kontekst (Hartley 1982, 109–110). Studijski bralec novic ali voditelj ni avtor lastnega diskurza, le izreka objektivni diskurz »resnice« (Fiske 200, 158). Hkrati pa s tem, ko bralcu novic ustvarijo osebnost oziroma personalizirajo bralca novic, ustvarijo temeljni konstrukt realnosti v novicah (Luthar 1998, 19).

Hartley kot institucionalni glas razume voditelja, ki je hkrati tudi zastopnik in blagovna znamka institucije (Hartley v Luthar 1998, 21). Kot zunanji glas pa označi reporterje. S pomočjo zunanjih glasov (reporterjev) institucionalni glas (voditelj) konstruira vtis resničnosti (Hartley v Luthar 1998, 21–22). »Vажnejša je komunikacija kot informacije in pomembna vizualizacija zgodbe, ne vizualizacija dogodka – realnosti.« (Luthar 1998, 21)

Hartley omeni višjo raven, ki jo opredeli kot srečanje med institucionalnim in zunanjim glasom. To je v bistvu raven novičarske naracije kot celote. Vsi glasovi se združijo skupaj in prispevajo k občutku resničnosti. In ravno kredibilnost novic je močno odvisna od »sodelovanja« vseh glasov (Hartley 1982, 114–115). »Pomen zgodbe potem temelji na uspešni integraciji dobro znanega in zaupljivega institucionalnega diskurza in avtentične reprezentacije 'dejanskega' sveta fenomena 'tam zunaj'« (Hartley 1982, 115).

## 6 Učinek resničnosti

Hartley in Fiske govorita o konstruirani semiotični sestavi televizije, ki posreduje kulturno pogojene konvencionalne pomene. Vseeno pa se sprašujeta, ali so vsi znaki umetno narejeni, kako sploh pride do občutka stvarnosti v televizijskih prikazih (Fiske in Hartley 1992, 104). »Kako je resnica lahko rezultat imitacije?« (Hartley 2004, 183). Če se program na televiziji zdi bolj realističen, mu gledalci bolj verjamejo, hkrati bolj uživajo in preferirajo določeno televizijsko postajo. Vendar je realizem tudi umetna tvorba (Fiske in Hartley 1992, 105). Po besedah avtorjev njegova »naravnost« ne prihaja iz same narave, vendar iz dejstva, da je realizem zgolj način, skozi katerega naša kultura išče svoje ritualne užitke (Fiske in Hartley 1992, 105). Televizijski realizem sledi jeziku, ki pa naturalizira naš pogled na svet (Fiske in Hartley 1992, 105). Primer poročevalca, ki govori neposredno v kamero, ne predstavlja poročevalca na kraju dogodka, vendar označuje, kot da je bil tam sam dogodek, vreden ogleda, in se odvija za poročevalčevim hrbtom (Hartley 2004, 185).

Da bi določena dnevnoinformativna oddaja sploh privabila in potem zadržala svoje gledalce, mora uvesti nekaj elementov, ki prikazujejo vtis verodostojnosti, objektivnosti in nazadnje resničnosti. Eden od teh elementov je kategorizacija novic. Pomembni so osebnost voditelja, scenografija, vizualizacija, ki dopolnjuje besedilo, neposredni nagovor gledalcev ... (Luthar 1998, 17). Televizija po besedah Morseja temelji na občutku neposrednosti kot sočasni koeksistenci oddajanja in sprejemanja sporočil, kjer je mogoče opaziti, da se poročevalci redko sklicujejo na datume (Morse v Laban 2007b, 73). S tem, ko voditelj gleda neposredno v kamero, dobijo gledalci občutek, da nagovarja prav njih. In s tem konstruira občutek navzočnosti. V bistvu neposredni nagovor simulira vsakdanjo komunikacijo v živo (face-to-face).

Kot pravi Fiske, so poročila televizijski žanr z visokim statusom (Fiske 2004, 151). Najbolj pomembno je, da izžarevajo resničnost, da jim ljudje verjamemo, saj se bodo le tako vrnil in jih ponovno gledali. Objektivnost in neodvisnost od politike televizijskih novic sta temeljni za delovanje demokracije (Fiske 2004, 151). Kljub temu pa Fiske označi realizem novic (okno v svet) kot »prevaro transparentnosti« in jih tekstualno skoraj ne razlikuje od soap oper (Fiske 2004, 151).

Kot sem že omenila, imamo gledalci v mislih, da so novice objektivne, in zato jim zaupamo. Kljub mišljenju, da je vse črno ali belo, v resnici ni tako. Fiske pravi, da je objektivnost

empiricistični pojem, ki buri duhove že nekaj časa. Objektivnost igra pomembno vlogo v ideologiji poročil. Čeprav najprej enači novice in fikcijo, obstajajo modalne razlike med njimi. Ker dobimo občutek, da imajo televizijske novice večjo povezavo z realnostjo, obstajajo razlike v načinu branja (Fiske 2004, 157). S tem avtor misli predvsem branje enake situacije, ki se zgodi v novicah ali fikciji. Gledalci drugače berejo situacijo, ki se zgodi v novicah kot v kakšni nadaljevanki.

Ukleščanje (clawback) (Fiske in Hartley v Fiske 2004, 157) je struktura poročanja, ki potence odklonske dogodke uklešča nazaj v dominantni vrednostni sistem, ampak pri tem poročila ne izgubijo svoje avtentičnosti. Televizijske novice tako delujejo v treh stopnjah ukleščanja, ki jih Fiske enači s tremi prostori poročanja (Fiske 2004, 157–158).

1. Osrednji prostor je prostor voditelja, ki ni avtor lastnega diskurza, le izreka objektivni diskurz resnice (Fiske 2004, 157–158).
2. Poročevalec je umeščen nekje daleč stran. Hkrati predstavlja tako zunanji kot institucionalni glas. Njegova naloga pa je, da poveže »grobo realnost« in končno resnico (pripada bralcu poročil) (Fiske 2004, 158).
3. Očividec, vpleteni govorec, aktualni posnetek in glasovi so geografsko in diskurzivno najdlje od studia (Fiske 2004, 158).

Resnica obstaja samo v studiu, a je kljub temu avtentičnost resnice odvisna od očitvidcev in aktualnih posnetkov (Fiske 2004, 158). Objektivnost pa avtor poveže tudi z avtentičnostjo in takojšnjostjo. Avtentičnost se interpretira kot nekaj resničnega in takojšnjost kot nekaj, kar se dogaja ta trenutek. Vse skupaj pa deluje kot prevara transparentnosti, ki prekriva obseg konstruiranosti v novici (Fiske 2004, 158).

Vizualizacija, za katero Ericson, Baranek in Chan pravijo, da je namenjena temu, da bi pokazala, kaj je novinar vizualiziral v scenariju (Ericson, Baranek in Chan v Hartley 2004, 185). Vizualizacija v novicah potrjuje novinarjeve besede. Primer, ko novinar govori o brezposelnosti, hkrati pa pokažejo posnetek Zavoda za zaposlovanje Slovenije, kjer ljudje prihajajo in odhajajo.

Novinarstvo torej prežema družbo z vizualizacijo reda, koherentnosti in enovitosti, ki jih potrjuje s pomočjo ideologije očitvidca – priče pri zbiranju novic in z vidnim dokazom vizualne očitnosti/evidence, ki pa to ideologijo in to očitnost/evidenco uporablja v semiotičnem boju med »naključnimi dogodki« in smiselnostjo (boj pomeni za novinarje

neskončno vojno med sliko in zvokom, vidom in smislom), v katerem resnica postane tekstualni produkt fikcije, »teater« in imitacija (Hartley 2004, 186).

## 7 Analiza primera

Za analizo primera sem si izbrala analizo dnevnoinformativnih oddaj – dnevnih novic. Izbrala sem si slovensko javno televizijo oziroma Radio televizijo Slovenija in njihova poročila Dnevnik, ki so na sporedu vsak dan ob 19. uri. Druga oddaja je 24ur, ki jo predvaja prva slovenska komercialna televizija Pop TV in je prav tako na sporedu vsak dan ob 19. uri. Tretja oddaja je na najnovejši televiziji Planet TV in se imenuje oddaja Danes. Tako kot vse ostale oddaje se tudi ta začne ob 19. uri. Oddaje sem spremljala en teden med 4. 5. 2015 in 10. 5. 2015. Iskala sam podobnosti in razlike med njimi. Primerjala bom analizo vizualne strukture oddaje (voditelj, grafika, nominacija, aktualnost), analizo institucionalnega glasu in analizo povezovanja institucionalnega in zunanjega glasu (»noddy«, lokacija intervjuja). Prav tako bom primerjala načine poročanja ene same novice na vseh treh televizijskih postajah. Zanimalo me bo, kako so novico o 70. obletnici druge svetovne vojne umestili v kontekst, s kakšnimi vizualnimi in verbalnimi strukturami. Kako se kažejo podobnosti med oddajami in kakšne so razlike. Te rezultate bom primerjala tudi z rezultati splošne analize (tedenskega spremljanja) in podala končne zaključke. Kriterij analize sem si izbrala na podlagi Johna Hartleyja in poglavja v knjigi »Understanding news: Winterof Discountent«.

Raziskovalna vprašanja:

- Katere vizualne strukture po Hartleyju so uporabljene v posamezni oddaji? Kaj prevladuje oziroma izstopa?
- Katere verbalne strukture po Hartleyju so uporabljene v oddajah?
- Katere verbalne strukture prevladujejo pri institucionalnem glasu?
- Kako se kaže povezava med institucionalnim in zunanjim glasom?
- Kakšne so podobnosti in razlike pri prezentaciji 70. obletnice druge svetovne vojne?



## 8 Analiza vizualnih struktur

Oddajo 24ur vodi voditeljski par. Oblečena sta v elegantna oblačila. Moški vedno nosi obleko s srajco in kravato, ki se barvno ujema z voditeljičino obleko ali suknjičem. Zanimivo se mi je zdelo to, da sta imela včasih oblečene tudi zelo vpadljive barve, kot je živo rumena. Med vikendi oddajo vodi en(a) sam(a) voditelj(ica). Voditeljev obraz je izrazit in igra močno vlogo v oddaji. Ko gre za tragične novice, je tudi njihov obraz primeren temu, ob razvedrilnih pa je že med uvodnim delom novic moč opaziti nasmešek na obrazu. Studio je moderen, minimalističen in modre barve, ki sporoča zanesljivost. Večina pomembnih naslovov je v rdeči barvi, ki pri gledalcih naredi vtis takojšnjosti. Dodeli občutek resnosti in usmeri gledalčevo pozornost. Osrednji del studia zajemata ukrivljena miza, kjer sedi voditeljski par, in dva velika stenska zaslona. Po napovedniku sledi uvodna špica s prikazom sveta in glasba v ozadju.

Uporaba grafik je zelo izrazita. Studio sestavljata dva velika stenska zaslona, prek katerih različne animacije potrjujejo voditeljeve besede. Uporablja se tako za neposredni vklop poročevalca kot za fotografije in posnetke med uvodom v novico. Eden od stenskih zaslonov je neposredno za voditeljskim parom, drugi je na gledalčevi levi, ki ga vidimo le takrat, ko gre za neposredni vklop poročevalca. Primer: poročali so o nesreči dveh potniških vlakov v Avstriji. Medtem ko sta nas voditelja vpeljevala v zgodbo in nam izluščila bistvo, se je za njima prikazala fotografija dveh razbitih vlakov. Fotografija je potrdila besede voditeljev in v nas vzbudila občutek resničnosti. Hkrati pa so močne barve in kontrasti na fotografiji preusmerili pozornost nanjo. Hkrati za animacije, ki se pojavljajo v ozadju, uporabljajo ogromno montaže. Torej ne gre za tipično fotografijo, ki jo posnamemo, vendar dodajo elemente, ki dobesedno nakazujejo na zgodbo, o kateri voditelja ta trenutek govorita.

Nominacija ali poimenovanje niti ni tako izrazito. Pri neposrednem vklopu večinoma izvemo samo ime poročevalca iz ust voditeljev, pri strokovnjakih pa se vedno izpiše v identifikacijskem napisu pod sliko. S pomočjo identifikacije strokovnjakov jim institucija podeli status in kompetenco, da govorijo na določeno temo (Brunsdon in Morley v Hartley 1982, 108).

Aktualnost se pri oddaji 24ur kaže skozi vse tri podkategorije, ki jih predstavi John Hartley leta 1982. Največ je posnetkov s prenesenim glasom. Torej pred očmi se nam odvija posnetek nekega dogajanja, medtem ko nam zgodbo razlaga novinar iz ozadja (ni viden). Glas je

naknadno posnet. Zelo značilna je tudi uporaba tako imenovanega poročanja s kraja samega (stake-out). V tem primeru poročevalec stoji nekje zunaj studia in naslavlja voditeljski par prek kamere. Pri stake-outu igra voditeljski par vlogo posrednika, kjer poročevalca sprašujejo o stvari namesto gledalcev. Poročevalec je večinoma na mestu, ki je značilen za temo, ki govori. Na primer poročanje o šolski reformi ponese poročevalca pred zgradbo Ministrstva za šolstvo in šport ali pred neko osnovno šolo. Ker gre za poročanje v živo, ki je v prime timu in obsega večerne ure, verjetno niti Ministrstvo za šolstvo in šport ali osnovna šola nista odprta in ne igrata aktivne vloge v zgodbi. Pasivno pa sporočata, da je novica resnična in ji dajeta kredibilnost. V manjšem obsega pa vendar najdemo uporabo vox-popa. V tem primeru nominacije ni. Prav tako poročevalca ne vidimo oziroma samo njegovo roko, ki drži mikrofona.

Pri dnevnoinformativni oddaji Dnevnik zgodba ni tako vpadljiva. Oddajo namreč vodi ena voditeljica oziroma redko voditelj. Ker celoten čas oddaje sedi, lahko vidimo le, da je oblečena v suknjič, ki izraža zelo resen videz. Voditelj, ki se pojavi ob vikendih, je prav tako oblečen v resna oblačila. Oblečen je namreč v moško obleko s srajco in kravato. Razlika med tedensko izvedbo dnevnoinformativne oddaje in izvedbo med vikendom je predvsem ta, da v tedenski izvedbi voditeljica neprestano sedi za mizo. V rokah ima kemični svinčnik, pred seboj liste papirja in tablični računalnik. Med vikendom pa je voditelj celoten čas stal (enkrat se je usedel zaradi uvidevnosti do gosta (ta je namreč sedel). Voditeljica je večino časa brez izraza na obrazu. Zelo malo z mimiko obraza pokaže svoja čustva. Ko gre za razvedrilno temo, se prikaže majhen nasmeh na obrazu, v nasprotnem primeru je resna. Studio je sive in modre barve. Je zelo podoben kot pri oddaji 24ur – izredno minimalističen z dvema stenskim zaslonoma. Prehod iz daljnega v srednji plan je značilen tudi za oddajo Dnevnik, kjer prav tako za trenutek vidimo zaodrje (Goffman 1978, 109–110)

Grafika je zelo podobna kot pri oddaji 24ur. Studio zajemata dva stenska zaslona. Eden je neposredno za voditeljem oz. voditeljico. Eden pa je z voditeljeve desne strani in se uporablja za neposredni vklop poročevalcev. Drugi oziroma pomožni stenski zaslon se uporablja redkeje kot primarni. Prav tako na zaslonu, ki je za voditeljem oz. voditeljico, najdemo slike (images), ki ponazarjajo zgodbo. Že iz fotografije je moč razbrati, o čem govori novica, pa vendar da ne bi prišlo do napačne interpretacije, zraven še voditelj uvede v zgodbo z besedami.

Nominacije so bolj izrazite pri Dnevniku kot pri 24ur. Poleg vseh identifikacijskih napisov, ki jih najdemo pri uporabi strokovnjakov v zgodbah, je izrazito naglaševanje poročevalcev.

Voditeljica, ko napove vklop poročevalca s terena, ga poimenuje z imenom in priimkom. In enako ga naslavlja, ko se od njega/nje poslavlja: »Hvala, Jelena Aščič« (TV Slovenija 2015a). Z identifikacijo mu podeli kredibilnost, da o temi sploh razpravlja.

Aktualnost se kaže največ v filmskem poročilu. Voditelj oz. voditeljica namreč uvede v temo s svojimi besedami in animacijah na stenskem zaslonu. Nato pa prevzame filmski posnetek, kjer spremljamo dogajanje, ki je neposredno ali posredno povezano z zgodbo. Posnetki so lahko tudi arhivski. V ozadju slišimo poročevalca, ki podrobneje pojasnjuje zgodbo. Velikokrat je hkrati uporabljeno filmsko poročilo in t. i. stake-out ali vklop poročevalca s terena. Poročevalec/-ka stoji nekje zunaj studia in prikazuje oddaljenost ter pomembnost novice. Ko vidimo stati reporterja/-ko pred sodiščem, pomislimo, da gre za izredno relevantno in aktualno novico, čeprav se je zgodba na sodišču odvila že v jutranjih urah. Prav tako je največkrat uporabljen strokovnjak ravno nekje »tam zunaj«, in ne v studiu. Dnevnik izredno malo uporablja vox-pop, saj gre za najmanj kredibilno obliko poročanja, kjer so vključeni naključni ljudje brez identifikacije (torej ne predstavljajo stroke, ampak ljudstvo). Ker ne gre za strokovnjake, ne predstavljajo dejstev, ampak mnenja ljudi. Vox-pop je slabše viden kot pri oddaji 24ur, kjer vprašajo različne ljudi neko vprašanje. Ker gre za mnenja ljudstva, to uporabljajo pri zelo jasnih temah, kot je 70. obletnica druge svetovne vojne. S pomočjo filmskega poročila, vklopa poročevalca in vox-popa poskušajo novice personalizirati. Birdova pravi, da če pokažemo ljudem osebno stran javnih dogodkov, obstaja največja možnost, da bodo ljudje razumeli tudi vpliv teh dogodkov (Bird v Barnett 2011, 142).

Planet TV in njihova dnevnoinformativna oddaja Danes je na drugi strani neki hibrid med tipično komercialno oddajo 24ur in javno oddajo Dnevnik. Po napovedniku, kjer je v nasprotju z drugimi tudi vključen kratek vklop poročevalca s terena, sledita uvodna špica in glasba. Kamera se iz daljnega plana premakne v srednji plan. Vidimo tako del studia, ki je pred kamerami, oziroma tistega za njimi. Ker gre za nastop, lahko predelu, ki je pred kamerami, rečemo ospredje, in predel, ki je za kamerami, označimo kot ozadje (Goffman 1978, 109–110). V ozadju slišimo tretji glas, ki identificira glavnega voditelja oz. voditeljico in ostale voditelje drugih rubrik. Podobno kot pri Dnevniku med vikendom voditelj/-ica neprestano stoji, hkrati pa ni statičen/-na. Voditeljica je oblečena v resna oblačila. Njena mimika je bolj izrazita kot pri oddaji Dnevnik, vendar manj kot pri oddaji 24ur. Prav tako je odvisno od teme novice. Studio je razdeljen na dva dela. Eden je osrednji del, kjer je voditeljica in je v ozadju ogromen stenski zaslon. Voditeljica ima pred seboj visoko mizo, na kateri so listi papirja, in v rokah drži kemični svinčnik. Studio je modre in sive barve. V

ozadju na stenskem zaslonu je moč opaziti planet Zemlje, ki se vrti, vmes poleg bele in modre barve izžareva rdeča barva. Drugi del studia vidimo le za kratek čas ob menjavanju kadrov na samem začetku oddaje. V tem delu studia prevladuje rdeča barva. Vsebuje en osrednji stenski zaslon in pet manjših stenskih zaslonov, na katerih se izpiše rubrika oddaje. Prav tako vsebuje mizo, ki je namenjena strokovnjakom v rubriki »Debata«. Ravno ta del oddaje je posebnost pri oddaji Danes, saj gre za ločeno rubriko od glavne dnevnoinformativne oddaje. »Debato« vodi drug voditelj kot osrednje novice. Vendar se zaradi debate v studiu skrajšajo glavne novice dneva. Medtem je pri 24ur rubrika »Pop Klub« popolnoma ločena oddaja, ki se predvaja kasneje. V tem primeru oddaja Danes nasprotuje Hartleyjevemu mišljenju, da se studijska diskusija ne uporablja. »Glede načinov prezentacije je zanimivo opozoriti, da novice nikoli (v mojem primeru) ne uporabljajo ene od najbolj znanih in karakterističnih televizijskih načinov prezentacije, studijske diskusije« (Hartley 1982, 109). V primeru oddaje Danes se zdi stenski zaslon večji kot pri ostalih, saj pokriva celoten del gledalčevega zaslona, le majhen desni kot pokriva voditeljica.

Grafika v oddaji je izrazita, uporabljene so močne in žive barve. Pripomore tudi velikost stenskega zaslona. Za lažjo pojasnitev novice se voditeljica sprehodi do stenskega zaslona (odmakne od mize) in z listi v rokah kaže na stenski zaslon. Tega ni mogoče opaziti nikjer drugje, ker so voditelji celoten čas predvajanja dnevnik novic statični. Prav tako pride do menjavanja planov snemanja. Iz srednjega plana se kamera premakne v bližji, kjer snema voditeljico v obraz in s tem povzroči občutek dramatizacije. Takrat se gledalci pripravijo na naslednjo novico, ker bo zagotovo zelo udarna.

Nominacije so bolj izrazite kot pri drugi komercialni oddaji 24ur. Voditeljica poročevalce nagovori z imenom in priimkom, hkrati pa se izpiše identifikacijski napis. Primer, ki izstopa od drugih, je bila novica o policijskih sprejemnikih. Študent Ornik je našel pomanjkljivosti in s tem opozoril oblasti. Med intervjuvanjem študenta, ki praktično še nima določenega statusa v družbi (status strokovnjaka na nekem področju), se ni izpisal identifikacijski napis, le v filmskem poročilu je poročevalec povedal, za koga gre. Ko pa gre za osebo, ki ji poročevalec da status strokovnjaka, se izpiše tudi identifikacijski napis. Bolj ali manj sledijo pravilu, da mora gledalec imeti podatke o kraju dogajanja in spoznati osebo, ki nastopa (Perovič in Šipek 1998, 139–140).

Najbolj pogosta je uporaba filmskega poročila, ki se večinoma prepleta s stake-outom oziroma vklopom poročevalca s terena. Uvod v novico slišimo od voditeljice, potem besedo preda poročevalcu na terenu, ta pa kasneje vključi še filmsko poročilo. Tak način prezentacije

definitivno prevladuje. Poročevalec kot pri ostalih oddajah stoji nekje, kjer se posredno ali neposredno povezujejo s temo novice. Vox-popa je manj, vendar ga najdemo, ko gre za neke lažje teme (študentske Majske igre ...).

## 9 Analiza institucionalnega glasu

Fraza, da dejanja govorijo glasneje kot besede, v nekih primerih držijo. Prav tako so neverbalni elementi zelo pomembni pri dnevnoinformativnih novicah, vendar pa Botts pravi, da se nič ne zgodi brez besed. Novinarjeve besede imajo tako vpliv na večje število gledalcev (Botts 1994, 5). Jezik voditeljev in novinarjev pri ustvarjanju dnevnoinformativnih novic je pomemben predvsem zaradi točnosti informacij. Ker se hitro lahko zalomi in si gledalci različno ali celo napačno tolmačijo novico, morajo biti ustvarjalci novic na to pozorni. Netočnost informacij lahko pripelje do izgube kredibilnost televizijskih novic (Botts 1994, 6–7). Zato se mi zdi zelo pomembna analiza institucionalnega glasu.

Pri oddaji 24ur na Pop TV gre za neformalni govor. Med vsemi tremi analiziranimi oddajami se mi je ta zdela najbolj lahkotna in razvedrilna. Že nagovor obiskovalcem je bolj sproščen. Dramatizacija doseže vrhunec pri oddaji 24ur. Pretirano poudarjanje določenih besed, kot je: »Smrtonosne tablete je moč dobiti *tudi v Sloveniji*« (POP TV 2015b). Največkrat pa je opaziti uporabo metafor. »Po zaušnici ustavnega sodišča /.../« ali naslov novice »Ščitenje svetih krav v pravosodju?« (POP TV 2015b). S tem se še bolj kaže uporaba neformalnega jezika in s številnimi frazami, ki jih uporabljajo, se želijo približati gledalcu kot vsakdanjemu človeku. Ker se ustvarjalci dnevnoinformativnih oddaj zavedajo, da so gledalci aktivni in preudarni (Harrison 2006, 156), poskušajo na različne načine novice narediti zanimive za gledalce. Od tukaj izvira uporaba dramatizacije in metafor. Voditelja večinoma ne poveujeta vsebinsko nepovezane novice. Čeprav je zelo redko, ko poveujeta vsebinsko nepovezane novice, to naredita s humorjem. Po novici o dnevu čistih rok voditeljica nadaljuje, da zdaj, ko smo si umili roke, lahko začnemo jesti. In sledila je novica o tednu evropske hrane (POP TV 2015b).

Oddaja Dnevnik je čisto nasprotje oddaje 24ur. Gre za formalni govor, voditelj/-ica govori dokaj monotono (odvisno tudi od osebnosti voditelja/-ice). Zelo majhna stopnja dramatizacije, ni pretiranega poudarjanja besed. Tudi uporabe metafor skoraj ni. Oziroma je tako malo, da je ni moč opaziti. Povezovanja med vsebinsko nepovezanimi novicami ni. Kakšen nasmeh in bolj toplo poročanje dobimo le pri razvedrilnih temah, ki pa jih je zelo malo na Televiziji Slovenija.

Pri oddaji Danes na Planet TV sem opazila neformalni govor, ki je v nasprotju z oddajo Dnevnik bolj sproščen, a vseeno bolj formalen kot pri oddaji 24ur. Izrazita je dramatizacija v glasu in načinu govora voditeljice. S poudarjanjem določenih besed in glasnejšo ter bolj jasno izgovarjavo predstavi del novice kot bolj pomemben. Opazila sem ogromno uporabo metafor, ki prav tako ustvarjajo dramo. Denimo »Veber izigrava državo« ali slabo finančno situacijo poimenujejo »finančno brezno«. Redko katero temo, ki ni vsebinsko povezana, med seboj povezujejo. Novice enakih tem si prav tako ne sledijo po vrsti. Voditeljica skače iz slovenske politike na svetovno, potem vmes vključi razvedrilno temo in se ponovno vrne na resnejšo temo.

## **10 Analiza povezovanja institucionalnega in zunanjega glasu**

Ker vse analizirane oddaje uporabljajo tako institucionalni kot zunanji glas in ker je njihova uporaba zelo pogosta, sem se odločila za analizo povezovanja med njima. Na kar Ob povezovanju med njima najprej pomislim na oddajo 24ur in kramljanje med voditeljema in poročevalcema. Nagovarjajo se izključno z imenom in opazim tikanje. Čeprav so med seboj delovne kolege, gre tukaj za nekaj več. Dobiš občutek, kot da se zelo dobro poznajo in da so zelo dobri prijatelji. To gledalcem vlije občutek domačnosti. Kramljajoči diskurz je v oddaji 24ur najbolj opazen. Boyd to na videz nepomembno kramljanje med voditelji označi kot »happy talk« (Boyd 2001, 164). Subjektivno komentiranje novic je stalnica. »No, midva sva še zmeraj pod vplivom tiste tajske poroke .../.../) (POP TV 2015c) in podobni stavki predstavljajo ta kramljajoči diskurz. Uporaba dvojine s strani voditeljice pa nakazuje, da sta z voditeljem ekipa in si delita mnenje. Komentiranje in kramljanje se največkrat pojavita ob lahkotnejših in razvedrilnih temah. Najdemo pa ga tudi ob nekih dogodkih, o katerih si absolutno vsi delimo mnenje. Kot je denimo obletnica druge svetovne vojne. Po končanem prispevku je voditeljica komentirala vojno kot: »Res ena grda stvar« (POP TV 2015b).

Uporaba stavkov, kot je »In gremo sedaj neposredno v Kumanovo.../.../« (POP TV 2015f), in podobnih ustvari dramo v poročanju. Že tako gre za poročanje o terorističnih napadih v Kumanovu, a voditeljica vseeno še enkrat poudari, da gremo s sliko neposredno na kraj dogajanja. Ko voditeljica pozdravi poročevalca/-ko in ji postavi vprašanje (samo za gledalce), se, še preden začne poročevalec/-ka odgovarjati, postavi v naslednjo držo: v rokah drži kemični svinčnik, roke pred seboj prekriža, eno pa podstavi tako, da si podpira brado. Deluje,

kot, da jo resnično zanima, kaj bo poročevalka povedala. Voditeljica tudi postavlja vprašanja tako, da personalizirajo zgodbo. »Elena, kaj pa ljudje, kaj ti pripovedujejo .../.../« (POP TV 2015f). Na koncu se poročevalki zahvali in reče: »Elena, hvala lepa za te res zadnje informacije, hvala lepa.« (POP TV 2015f). V bistvu spet opozori na to točnost in zanesljivost informacij. S tem, ko reče, da gre za zadnje informacije, jih kategorizira kot najnovejše in najbolj pomembne. »Noddy« je v oddaji 24ur zelo pogost. V bistvu ga najdemo ob vsakem vklopu poročevalca v studio. Voditelj ali voditeljica prikimavajo in postavljajo vprašanja. Ustvari se občutek, da so vprašanja postavljena izključno za nas gledalce. Hkrati pa predstavljajo neko povezavo oziroma most med poročevalcem ali strokovnjakom in gledalci. Samo za gledalce voditelja prenašata informacije reporterja ali stroke.

Lokacije intervjujev so različne. Ko je šlo denimo za kustosinjo, je bil intervju opravljen v muzeju, kjer je omenjena zaposlena. Ko pa je šlo za očividca/strokovnjaka partizana, ki bi ga lahko uvrstili v obe kategoriji, je intervju nastal na klopi v naravi. Če gre za neki dogodek, je intervjuvanec intervjuvan na kraju dogodka. Tudi glede poročevalca, če želijo prikazati aktualnost v samem poročanju, bo ta daleč stran od studia v relevantnem okolju. Če gre za neko temo, ki traja že nekaj časa, ali je potrebna grafična razlaga, potem poročevalec stoji v studiu ob desnem boku voditeljev in razlaga s pomočjo stenskega zaslona.

Pri oddaji Dnevnik je zanimivo to, da imajo veliko povezovanj med zunanjim in institucionalnim glasom, a se ta kaže na drugačen način kot pri oddaji 24ur. Tam gre za kolektiv in kolegialnost, medtem ko gre pri Dnevniku za službo, ki jo pač opravijo namesto gledalcev. Tak občutek se vzbudi med gledanjem. Poročevalci in voditelji se med seboj nagovarjajo z imenom in priimkom, gre za veliko bolj uraden pogovor kot pri 24urah. T. i. »happy talka« skoraj ni moč opaziti. Vmesnih subjektivnih komentarjev ni. »Noddy« sicer je prisoten, a v manjši meri. Če nam je pri 24urah voditeljica že s samo držo nakazala, da je zainteresirana in da bo kimala z glavo, tukaj tega občutka ni. Dobimo pa občutek, da se trudijo in zares sprašujejo za gledalce. Na primer poročevalka je intervjuvala odgovornega za neko afero v NKBM. Ni in ni mu pustila, da bi imel čas, da razmisli. Vprašanja so kar drvela na plan. Ta hitrost in upornost kažeta na »trud«, ki ga opravljajo za gledalce. Voditelj tudi tukaj predstavlja most med zunanjim glasom in gledalcem. Lokacije se večinoma dogajajo zunaj studia v nekem okolju, ki je za dogodek relevanten in ga gledalci lahko prepoznajo kot takega. Ob vikendih je zgodba malo drugačna. Takrat pride tudi do studijske diskusije. Kramljajoči diskurz sem opazila le pri enem voditelju v sobotni oddaji (TV Slovenija 2015e). Po intervjuju s strokovnjakom, ki ga je gostil v studiu, mu je voditelj z zamudo čestital 100.

rojstni dan. Čeprav voščilo ne ustreza kontekstu, menim, da je bilo to iz neke vljudnosti in da pokaže, koliko zares ceni strokovnjaka, ki se je boril v drugi svetovi vojni.

Oddaja Danes prikazuje močno povezavo med institucionalnim in zunanjim glasom. Voditeljica in poročevalci neprestano komunicirajo med seboj. Čeprav je odnos bolj uraden kot pri oddaji 24ur, je vseeno bolj sproščen kot pri dnevnoinformativni oddaji Dnevnik. Voditeljica večinoma nagovarja poročevalce z imenom in priimkom, med pogovorom pa je možno slišati samo ime. Posebnost tako kot pri oddaji 24ur je poročevalec v studiu, ki poroča ob stenskem zaslonu. Šlo je za ekonomsko temo, za katero so bili potrebni za lažje razumevanje tudi grafični prikazi. Ko je voditeljica poročevalca napovedala, sta nekaj besed izmenjala med seboj. Tukaj je v bistvu prišlo do nekaj vprašanj, ki jih je voditeljica postavila poročevalcu. Takrat je poročevalec gledal voditeljico in razlagal njej, medtem ko je ona prikimavala (»noddy«) in iskala odgovore za gledalce. Potem se kot kamere premakne in voditeljice ne vidimo več. Takrat nas poročevalec nagovarja neposredno. Pride do prehoda poročevalca iz zunanjega v institucionalni glas.

Opazila sem veliko uporabo strokovnjakov in očividcev. Strokovnjaki so prisotni pri vsaki zgodbi in predstavljajo dejstva o določeni temi. Večinoma se pojavi naslednja situacija. Poročevalec v filmskem poročilu nekaj pove, kar potem isto ponovi strokovnjak in nekako potrjuje poročevalca kot del institucije, ki dela v dobro ljudi. Nekaj je tudi uporabe besed, kot sta »naša ekipa« (Planet TV 2015c), s katerimi nakazujejo kolektivnost.

Ko pride pri isti novici do drugega vklopa istega poročevalca, se izpiše lokacija poročevalca in voditeljice. Zdi se mi sporno, da piše zelo na splošno. Poročevalec je namreč v Ljubljani (za njim vidimo nekakšno zgradbo, vendar nič drugega), voditeljica pa je v Studiu Danes, ki je prav tako v Ljubljani. Ko celoten zaslon prevzame poročevalec, v zgornjem desnem kotu piše »V živo: izpred sedeža KPK« (Planet TV 2015c). Šele takrat vemo, da ni v bližini studia. Menim, da gre le za občutek, da je poročevalec res »tam zunaj« in išče zgodbo za gledalce.



## 11 Analiza vizualne in verbalne strukture na podlagi ene novice

Za analizo sem si izbrala 70. obletnico druge svetovne vojne. Vse tri oddaje so predvajale novice na to temo celoten teden. Način poročanja (tako vizualne kot verbalne strukture) se razlikuje, pri enih pride do t. i. televizijskega spektakla, medtem ko je pri drugih le vnesen v novice (brez posebne obravnave). Najprej je treba povedati, da 9. 5. velja za obletnico miru ali konca druge svetovne vojne. Proslave so se odvijale po celotni Evropi in Rusiji. Ker sem sama spremljala oddaje od 4. 5 do 10. 5., lahko zaključim, da je pri vseh vrhunec dosežen 9. 5. ravno na dan obletnice.

Oddaja 24ur sicer v napovedniku ni napovedovala novice glede obletnice, je pa zato proti koncu oddaje vedno posvetila čas temu. Voditeljja sta zgodbo na hitro predstavila in pokazala filmsko poročilo, ki je prikazovalo vox-pop mladih ljudi. Spraševali so jih o drugi svetovni vojni. Skozi celotno predvajanje novice so se prepletali različni načini prezentacije od filmskega poročila do vklopa in vox-popa. Tudi v nadaljnjih dneh je bilo moč opaziti uporabo vox-popa. Intervjuvali so otroke, ljudi na proslavi ... Ko je tema prešla na drugo svetovno vojno, se je kamera preselila v studio. Pokazali so poročevalca, ki je stal ob stenskem zaslonu in govoril. Na stenskem zaslonu so prikazovali stare fotografije iz tega časa. V ozadju je v nasprotju z drugimi novicami igrala dramatična/junaška glasba. Ko so zopet prešli na filmsko poročilo, smo si ogledali animacijo iz starih fotografij, junaške glasbe in napisa »Obletnica miru« (POP TV 2015b). Isto animacijo smo spremljali še v dveh naslednjih oddajah. Gledalce so spoznali z velikim številom očitvicem (v tem primeru partizani) in strokovnjaki, kot so različni člani društev, kustosi v muzejih o moderni zgodovini in podobno. Ker ta tema ni bila dovolj »zanimiva« za tolikokratno poročanje v enem tednu, so se stvari obrnile. Sedemdeseto obletnico so navezovali na različne stvari. Najbolj prodorna tema se je odvijala okoli razcepljenosti slovenskih politikov. Spraševali so se, kdo se bo udeležil proslav in kdo ne. Poročali so o prvem jugoslovanskem barvnem filmu, ki govori o drugi svetovni vojni. Poročali so tudi o lutkovni predstavi na to temi, rapperju, ki rapa o partizanih, tradicionalnem pohodu ob žici. Prav tako so se obračali na druge države, ki so bile udeležene v boju. Predvsem so govorili o Rusiji, ki je imela tudi eno od največjih slovesnosti. Lahko bi rekla, da je oddaja 24ur naredila spektakel, glede na to, da so veliko časa namenili tej temi, ki je izstopala iz navadnih novic. Izstopala ni po vsebini, ampak po načinu poročanja. Videlo se je, da je sodelovalo veliko več poročevalcev kot pri ostalih novicah, da so si med seboj podajali

besede, ki pa so se vedno nekako zaključile v studiu pri posrednikih – voditeljih. Glede na to, da ima vsaka televizijska postaja določeno število minut, ki jih lahko posvetijo dnevnoinformativnim oddajam, morajo novice, ki se jim zdijo pomembne formirati v najbolj produktivno obliko, ne da bi izgubili gledalčevo pozornost (Milburn in McGrail 1992, 614). Epstein pravi, da bi vsaka novičarska zgodba morala brez tveganj, da bi izgubila poštenost in odgovornost, predvajati attribute fikcije in drame (Epstein v Milburn in McGrail 1992, 614).

Oddaja Dnevnik je obletnico miru spremljala iz podobnega zornega kota kot oddaja 24ur. Prvič, ko so omenili 70. obletnico, je bilo to v sklopu tedna Evrope, in sicer nas je na to opozorila poročevalka, ki je temu namenila nekaj stavkov. Vmes v eni oddaji sploh niso omenili obletnice. Potem so naslednjič začeli prav tako z Rusijo in njihovo proslavo. O slovenski proslavi ni bilo slišati niti besede. Presenetljivo je to, da gre v tem primeru za javno televizijo, ki bi morala poročati predvsem o dogajanju v Sloveniji. Izmenjavali so se vklopi poročevalcev v živo, filmsko poročilo in vox-pop. Vox-pop, ki ni tako značilen za oddajo Dnevnik, so vključili v kontekstu, da so spraševali ljudi na ulici v Rusiji, kaj si mislijo o proslavi in obletnici. Naslednji dan so tudi večinski del posvetili Rusiji in njihovi proslavi. V ozadju je bila vojna glasba. Pozornost so namenili tudi pohodu ob žici in otrokom, ki se ga tradicionalno udeležujejo vsako leto. Intervjuvali so nekega strokovnjaka/očividca partizana. V naslednji oddaji, ki je bila dan pred obletnico, je bila celo v napovedniku napovedo proslavo. Na filmskem poročilu, ki je prišlo iz predsednikove palače, smo lahko gledali predsednika države Boruta Pahorja in njegov nagovor. V tem primeru sem prvič opazila uporabo metafor pri oddaji Dnevnik. Drugo svetovno vojno so poimenovali »krvava vojna« (TV Slovenija 2015d). Odpeljali so nas v Križanke na proslavo, od koder je poročala poročevalka tik pred začetkom proslave. Tudi v oddaji Dnevnik so se odločili pozornost preusmeriti na politiko in njihov razcep. Nekaterim poslancem so postavili vprašanje, ali se bodo udeležili proslave, zakaj da in zakaj ne. Vedno znova in znova so vpeljevali strokovnjake, ki so komentirali dogajanje. Zanimivo je bilo, da se je pozornost z naših politikov in njihovih odnosov preselila na kitajsko-ruske odnose in njihove načrte za prihodnost. Naj omenim, da je 8. 5. 2015 v oddaji Dnevnik bilo namenjenih kar 14 minut poročanju o obletnici druge svetovne vojne, ar je veliko, glede na to, da posamezna novica traja nekje največ do dve minuti. Naslednji dan, na dan obletnice, pa so več kot polovico oddaje namenili samo tej temi. Tudi na dan obletnice je bilo kar nekaj kamer uperjenih v Rusijo in njihovo proslavo. Iz Moskve se je celo oglasila poročevalka, ki je z Rdečim trgom v ozadju poročala o najnovejših novicah iz tega predela. Sledila sta filmsko poročilo in vox-

pop. Zanimivost, ki tudi kaže na izredno poročanje, je to, da se je zaslon razdelil na dva dela. V enem je stala poročevalka, v drugem pa se je odvijalo nemo filmsko poročilo. Tega prej nisem opazila. Ker je bila skoraj celotna oddaja namenjena tej temi, so imeli tudi v studiu gosta, ki je predstavljal tako strokovnjaka na tem področju kot tudi očitidca, glede na to, da je sodeloval v vojni. Na stenskem zaslonu so se v ozadju odvijale stare fotografije. Pozornost so namenili tudi proslavam v drugih slovenskih mestih, in ne samo v Ljubljani kot prestolnici.

Veliko časa so namenili tudi studijski diskusiji, ki je govorila večinoma o stanju v družbi in slovenski politiki glede na 70. obletnico druge svetovne vojne, česar pri 24ur ni bilo moč opaziti.

Oddaja Danes se najbolj razlikuje od dveh preostalih analiziranih dnevnoinformativnih oddaj. Najbolj očitna razlika pri oddaji Danes je ta, da se je v nasprotju z ostalima šele 8. 5. 2015 prvič spomnila na drugo svetovno vojno. Ostali oddaji sta prenašali skoraj enake informacije celoten teden, oddaja Danes pa je prvič omenila 70. obletnico šele dan pred njo. Na stenskem zaslonu se je prikazala premikajoča se bodeča žica. Voditeljica nas je vpeljala v to težko temo z lahkotnejšo tematiko, in sicer 70 klekljaric iz 70 slovenskih mest je naredilo 70 klekljanih golobov v znak miru. Šele potem je prešla na resno temo in predsednika države, ki se je na ljubljanskih Žalah poklonil padlim borcem. Sledilo je filmsko poročilo o pohodih ob žici. Ko je poročevalka govorila o preteklosti, so bili posnetki v črno-beli barvi, čeprav je možno opaziti, da gre za aktualen posnetek iz današnjega časa. Ko je začela govoriti o sedanosti, se je prikazala barvna slika na zaslonu. Poudarek je bil na dramatičnosti. Uporaba dramatičnosti v televizijskih novicah ima dva pomembna aspekta. Prvi je čustveno vzburjenje in drugi je uporaba mita (Milburn in McGrail 1992, 615). Bertolt Brecht se je ukvarjal s tem, kako dramatičnost vpliva na občinstvo. Pravi, da občinstvu zagotavlja senzacijo in gledalca vključi v izkušnjo (v Milburn in McGrail 1992, 615–616).

Med izvajanjem vox-popa z dijaki in otroci iz vrtca, ki podrobnosti druge svetovne vojne niso najbolj poznali, je poročevalka povedala, da je bila Ljubljana obkoljena z žico kar 1171 dni. S tem, ko je uporabila večje število in poudarila to besedo, je usmerila pozornost na to. 1171 dni se sliši zelo veliko, celo več kot tri leta. Ravno to so hoteli opozoriti. Z uporabo dramatičnosti pritegnejo gledalčevo pozornost in informacijo naredijo izredno pomembno. Ker je televizija neposreden, čustven in dramatičen medij, so po besedah Wallisa in Barana idealne dnevnoinformativne oddaje kombinacija dramatičnosti in informativnosti (v Laban 2007a, 24).

Zgodba se je vrnila na voditeljico, ki igra vlogo posrednice, in nazaj na poročevalca ali filmsko poročilo. Uporaba strokovnjakov je bila pogosta. Tako so na primer intervjuvali strokovnjaka partizana na Ljubljanskem gradu. Zgodbo so tudi malo personalizirali. Namreč partizane in partizanke so spraševali, kako se spomnijo novice, da je Ljubljana osvobojena. Vsak je povedal svojo zgodbo, kje je takrat bil, kaj je počel, kakšni so bili občutki in podobno. Tako kot pri ostalih oddajah so v filmskem poročilu predvajali del sprejema in nagovora predsednika Slovenije. Potem so zgodbo obrnili na širše, na Evropo. Tudi oni so se dotaknili dela, da se večina zahodnih voditeljev ni udeležila parade v Moskvi (zaradi spora z Ukrajino). V tem primeru so kot strokovnjaka postavili ameriškega veleposlanika, ki je bil intervjuvan pred ameriško ambasado. Veleposlanik je izrazil mnenje, da je zadovoljen, ker se slovenski predsednik ni udeležil parade v Moskvi. S tem je poročevalec navezal vprašanja na slovensko gospodarstvo.

Naslednji dan, 9. 5. 2015, (na dan obletnice) je bilo več govora o vojni. Voditeljica je celotno oddajo poudarjala besedo »svoboda«. Drastično se je od drugih oddaj razlikovalo to, da so pokazali in omenili samo proslavo, ki se je zgodila na Trgu republike v Ljubljani. Proslave v Križankah niso omenili niti z besedo. Predstavili pa so nam celoten program proslave na Trgu republike in temu primerno tudi filmsko poročilo. Iskali so neke skrite pomene v nagovoru župana Ljubljane, ki jih sama nisem opazila. Poskušali so tudi navezati malo na slovensko politiko in njihovo udeležbo na proslavi, vendar bistveno manj kot ostali analizirani oddaji. Neposredni vklop poročevalca, ki je govoril o predsedniku države in njegovi navzočnosti na proslavi, je spremljal poročevalec nekje ob sprehajalni poti ob žici. Čeprav ni bilo nikjer napisano, je bilo moč prepoznati bunker za njim. Zmago nad fašizmom in nacizmom so v oddaji Danes pospremili tudi z literarnimi govori. Tako so nam pokazali posnetek Edvarda Kocbeka in Otona Župančiča, kako nagovarjata Ljubljančane. Zopet se je zgodba obrnila na pot ob žici, za katero so nam predstavili celoten potek pohoda in podatke o bodeči žici. Prikazan je bil vox-pop s prisotnimi ljudmi. Iz Ljubljane so se oči kamere obrnile v Mursko Soboto in potem še v Moskvo, kjer so uprizorili največjo proslavo v ime zmage. Voditeljica je potem navezala zgodbo na začetke evropske skupnosti in zgodbo, kaj je Evropska unija doprinesla Sloveniji.

## 12 Zaključek

Analizirane dnevnoinformativne oddaje se med seboj razlikujejo tako po vizualnih kot po verbalnih strukturah, razlike pa so minimalne. Pri analizi vizualnih struktur sem naletela na manjša odstopanja med oddajami. Tako je denimo pri vseh treh dnevnoinformativnih oddajah videz studia zelo podoben. Prevladuje modra barva studia, kjer sta najmanj dva stenska zaslona. Glavni stenski zaslon stoji za voditeljem ali voditeljskim parom. Na razliko naletimo tu. Pri oddaji 24ur spremljamo voditeljski par, ki je oblečen formalno in je barvno usklajen. Pri ostalih dveh oddaji vodi voditelj/-ica. Pri oddaji 24ur in oddaji Dnevnik voditeljski par ali voditelj/-ica sedi, medtem ko pri oddaji Danes neprestano stoji in ni statičen.

Stenski zasloni so vabljivi in povsod se uporabljajo na isti način. Predvajanje fotografij, ki podprejo besede voditelja, filmsko poročilo in neposredni vklop poročevalcev s terena so osrednje naloge stenskih zaslonov. Nekajkrat predvsem pri oddaji Danes in 24ur so ga uporabljali za grafični prikaz informacij. Barve na stenskih zaslonih so žive. Oddaji 24ur in Danes uporabljata ogromno obdelanih fotografij, kjer dobtedno ponazorijo temo novice.

Pri oddaji Dnevnik, kjer gre za formalni govor, identificirajo poročevalce z imenom in priimkom, posebnih identifikacijskih napisov ni. Pri oddaji 24ur je uporaba nominacijskih znakov bolj prijateljska. Nagovarjajo se samo z imenom. Identifikacijski napisi se pojavijo ob koncu prispevka. Strokovnjake v vseh oddajah napovedo z nazivom (če ga ima) in imenom ter priimkom. Zraven dodajo še identifikacijski napis.

Glede načinov prezentacije ni velikih razlik, razen pri oddaji Dnevnik je zelo majhna uporaba vox-popa, medtem ko je pri ostalih dveh bolj izrazita. Vsaka bolj pomembna novica sestoji tako iz neposrednega vklopa kot iz filmskega poročila. Večkrat se tudi med seboj primerjajo.

Pri analizi institucionalnega glasu se razlikujejo oddaje predvsem glede formalnega/neformalnega govora. Pri oddajah 24ur in Danes je uporabljen neformalni govor, pri oddaji Dnevnik pa formalni. Največ metafor uporabljajo pri oddaji 24ur, čeprav oddaja Danes ne zaostaja preveč. Dramatizacija je najbolj očitna pri oddaji Danes (s premikom kamere in bližnjega plana) in pri oddaji 24ur (poudarjanje določenih besed). S tega vidika je oddaja Dnevnik najmanj zanimiva in zaostaja.

Povezava med institucionalnim in zunanjim glasom od oddaje do oddaje ne odstopa preveč. Kar zadeva pogovor med poročevalcem/voditeljem, ki predstavlja institucionalni glas, in

strokovnjaka, ki predstavlja zunanji glas, je ta predstava zelo uradna. Pogovor poteka le za gledalčeve oči. Voditelji/poročevalci v tem primeru predstavljajo posrednika med strokovnjakom in gledalcem. Tako imenovana uporaba »noddyja« je pogosta pri vseh oddajah, najbolj opazna je pri oddaji 24ur. Že drža voditeljev pove, da ga res zanima za odgovor in raziskuje, da bi gledalci izvedeli čim več. 24ur izstopa tudi po kramljanju med voditelji in poročevalci. Komentirajo novice, se smeji, nagovarjajo z imenom. Ustvari se občutek domačnosti in zaupnosti. Voditeljski par bi lahko opredelila kot zakonski par. Med seboj se dopolnjujeta, sta zelo usklajena in domača med seboj.

Pri analizi ene novice na vseh treh televizijskih postajah sem opazila večje razlike. Teden, v katerem sem opazovala oddaje, je zaznamovala 70. obletnica druge svetovne vojne. 24ur in Dnevnik sta ves teden spremljala dogajanje in prenašala informacije o tej temi. Oddaja Danes pa je novice zanemarila in jo predvajala zgolj dva dni. 24ur in Dnevnik imata tudi to podobnost, da sta skoraj celotno predvajanje dogajanje povezovala s slovensko politiko in njihovo udeležbo na proslavah. Danes ene od pomembnih proslav sploh ni omenil in je dogajanje bolj spremljal z vidika, kaj se je vse zgodilo. Predstavili so nam program proslave, podatke o bodeči žici, potek pohoda ob žici in podobno. Oddaja Danes je predstavljala bolj nekakšno učno uro o drugi svetovi vojni in njeni obletnici kot nove informacije o dogajanju. 24ur je predstavila dogodek kot spektakel. Skozi teden je imela novica o drugi svetovni vojni svoj uvodni del, ki se je ponavljal iz dneva v dan. Spremljalis ga enak napis, fotografije in glasba. Osrednje dogajanje prenaša isti poročevalec ves teden. Novico o obletnici sta oddaji 24ur in Danes favorizirali.

Vse tri oddaje se med seboj tako razlikujejo kot ne. V nekaterih stvareh, kot so studio, uporaba grafike, načini prezentacij razlik, skoraj ni. Pri identifikaciji zunanjih glasov se v majhni meri razlikujejo sploh pri nagovarjanju poročevalca. Medtem ko so razlike bolj očitne pri uporabi institucionalnega glasu. Oddaja 24ur je najbolj senzacionalna. Poročanje odstopa po meri dramatizacije, uporabe metafor, kramljajočem diskurzu. Vse to je v oddaji 24ur v ospredju. Pri Dnevniku gre za bolj uradno formo poročanja in bolj malo uporabljajo senzacijo kot način poročanja. Danes pa velja za neko vmesno oddajo. Oddaljuje se od komercialne oddaje in prav tako ni podobna Dnevniku na javni televiziji. Voditeljica neprestano stoji, se premika po studiu, igra vlogo bralca novic in poročevalca. Zato Labanova ugotavlja, da v sodobnem novinarstvu ne moremo strogo ločevati med tehtnimi in razvedrilnimi novicami, saj so le-te lahko upovedane na razvedrilni način (Laban 2007a, 9). Ugotovitev ni enotna. Vse

tri oddaje uporabljajo verbalne in vizualne strukture, nekatere uporabljajo na enak način, medtem so ko druge uporabljene bolj avtentično.

## 13 Literatura

1. Barnett, Steven. 2011. *The Rise and Fall of Television Journalism*. London: Bloomsbury Academic.
2. Bašić Hrvatinić, Sandra in Marko Milosavljević. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih: regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni inštitut (Mediawatch).
3. Botts, Jack. 1994. *The Language of News*. Iowa: Iowa State University Press.
4. Boyd, Andrew. 2001. *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television news*. Oxford: Focal Press.
5. Briggs, Asa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev: Od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Založba Sophia.
6. Fiske, John in John Hartley. 1992. *Čitanje televizije*. Zagreb: Barbat&Prova.
7. Fiske, John. 2004. Televizijska kultura: branja poročil, bralci poročil. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei, HannoHardt: 147–178. Ljubljana: Študentska založba.
8. Goffman, Erving. 1978. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Penguin Books.
9. Harrison, Jackie. 2006. *News*. New York: Routledge.
10. Hartley, John. 2004. Novinarstvo in vizualizacija resnice. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei, HannoHardt: 179-192. Ljubljana: Študentska založba.
11. --- 1982. *Understanding News*. London and New York: Methuen.
12. Laban, Vesna. 2007a. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Maklen.
13. --- 2007b. Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov. Ljubljana: Media.
14. Luthar, Breda. 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute (Mediawatch).
15. Merljak Zdovc, Sonja. 2007. *Preteklost je prolog: pregled zgodovine novinarstva na Slovenskem in po svetu*. Ljubljana: Maklen.
16. Milburn, Michael A. in Anne B. McGrail. 1992. *The Dramatic Presentation of News and Its Effects on Cognitive Complexity*. *Political Psychology* 13 (4). Dostopno prek: <http://www.jstor.org.nukweb.nuk.uni-lj.si/stable/pdf/3791493.pdf?acceptTC=true> (7. september 2015)
17. Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze v Ljubljani.



18. Prpič, Marko. 2008. Kako smo dobili prvi slovenski dnevnik: 40 let Dnevnika na TV Slovenija. *Javnost / The Public* 15 (2008): 95–112.
19. TV Slovenija, 1. program. 2015a. Dnevnik. Ljubljana, 4. maj.
20. --- 2015b. Dnevnik. Ljubljana, 5. maj.
21. --- 2015c. Dnevnik. Ljubljana, 6. maj.
22. --- 2015č. Dnevnik. Ljubljana, 7. maj.
23. --- 2015d. Dnevnik. Ljubljana, 8. maj.
24. --- 2015e. Dnevnik. Ljubljana, 9. maj.
25. --- 2015f. Dnevnik. Ljubljana, 10. maj.
26. POP TV. 2015a. 24ur. Ljubljana, 4. maj.
27. --- 2015b. 24ur. Ljubljana, 5. maj.
28. --- 2015c. 24ur. Ljubljana, 6. maj.
29. --- 2015č. 24ur. Ljubljana, 7. maj.
30. --- 2015d. 24ur. Ljubljana, 8. maj.
31. --- 2015e. 24ur. Ljubljana, 9. maj.
32. --- 2015f. 24ur. Ljubljana, 10. maj.
33. Planet TV. 2015a. Danes. Ljubljana, 4. maj.
34. --- 2015b. Danes. Ljubljana, 5. maj.
35. --- 2015c. Danes. Ljubljana, 6. maj.
36. --- 2015č. Danes. Ljubljana, 7. maj.
37. --- 2015d. Danes. Ljubljana, 8. maj.
38. --- 2015e. Danes. Ljubljana, 9. maj.
39. --- 2015f. Danes. Ljubljana, 10. maj.