



Telewizja

dr Magdalena Szpunar

www.magdalenaszpunar.com

Informacje telewizyjne

- 60% informacji w dziennikach telewizyjnych stanowią tzw. pseudozdarzenia, których celem jest skupienie uwagi widza
- 70-80% postaci prezentowanych w mediach, to osoby znane (członkowie elit politycznych)
- Postacie nieznane to głównie uczestnicy strajków, protestów, osoby poszkodowane i ofiary, sprawcy przestępstw i wykroczeń
- 80% informacji można zaliczyć do trzech kategorii: podejmowanie decyzji → cierpienie → łapanie złoczyńców

Jak telewizja opisuje rzeczywistość społeczną ? /wg. Smitha/

- Mężczyźni w większości zajmujący różne stanowiska w aparacie państwa
- Przedstawiciele aparatu państwa są grupą najczęściej będącą obiektem działań
- Kobiety są tylko częścią tła zdarzeń
- Postacie pierwszoplanowe angażują się w przewlekłe procesy decyzyjnej, przeżywają cierpienia
- Relacje dziennikarskie dotyczą głównie: niesprawiedliwości, korupcji, próby sił między postaciami



Konstruowanie relacji telewizyjnych /E. Epstein/

- Dialektyczne: ujmowanie wydarzeń z dwóch przeciwstawnych punktów widzenia np. rządu i opozycji, pracowników i pracodawców
- Ironiczny: pół żartem, pół serio
- Narodowe opakowanie: 2-3 podobne przypadki w różnych częściach kraju przedstawia się jako łącznie, jako przejaw szerszego zjawiska,
- Akcja: eksponowanie przemocy, agresji, kulminacji
- Nostalgia: przemijanie i zmiany społeczne



Telewizyjna retoryka

- Retoryka spojrzenia: kąt widzenia kamery, ustawienie, ruch, technika montażu i oświetlenia,
- Retoryka obrazu: sposób ukształtowania tego, co widzi kamera, kadrowanie i inscenizacja,
- Retoryka głosu: sposób konstruowania wypowiedzi → elipsy, metonimie, apofanzy



Efekt nożyc

- Niezgodność komunikatu werbalnego i warstwy wizualnej
- Wg Wembera jeśli słowo wynika z tego, co dzieje się na obrazie zapamiętywane jest 80% informacji
- Jeśli słowo nie zgadza się z obrazem zapamiętujemy jedynie 30% przekazanych informacji



Efekt Kuleszowa – jak ważny jest montaż

- Widz przypisuje bohaterowi różne emocje w zależności od tego, jaki materiał poprzedza materiał wyjściowy (portret aktora)
- Umiejętnie zestawione zdjęcia tworzą dialog obrazowy, zwiększając emocjonalny wydźwięk danego materiału audiowizualnego



Telewizja publiczna vs komercyjna

- Format dialektyczny
- Pełniejsze i pogłębione ujęcie tematu
- Przegadanie, rozwlekłość, monotonia
- Mała czytelność dla przeciętnego odbiorcy
- Format akcji
- Dynamiczny montaż tj. więcej krótkich ujęć
- Relacje są żywsze, atrakcyjniejsze, bardziej ekscytujące



Prime time

- Czas najwyższej oglądalności
- Najczęściej między godziną 18:00-22:00
- Najwyższa cena za bloki reklamowe emitowane w tym czasie



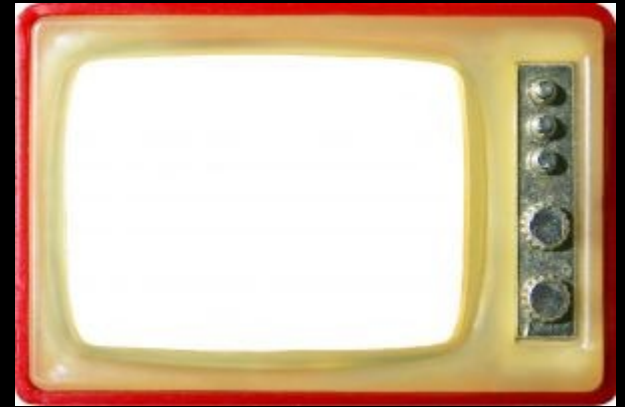
Zapping

- Nawyk nieustannego zmieniania kanałów telewizyjnych
- Często spowodowany jest trudnościami z wyborem określonej stacji telewizyjnej



Paleotelewizja

- Telewizja tradycyjna, bazująca na instytucjonalnych strukturach
- To telewizja o „pedagogicznym” modelu komunikacji nadawca-odbiorca



Neotelewizja

- Zastosowana w latach 80. nowa formuła działania TV
- Przedefiniowanie roli nadawcy i odbiorcy → większa interaktywność, symulacja
- Obecnie nadawcy przypisuje się rolę demiurga np. film na życzenie, lista przebojów układana na życzenie widzów



Vodcast

- Video-On-Demand broadCAST
- technologia transmisji plików wideo dostępnych w Internecie
- stanowią formę telewizji internetowej
- Funkcjonują również jako: videocast, vidcast, vcast, videopost, vpost



http://pl.wikipedia.org/wiki/Plik:Videopodcast_logo.jpg