

Tabloidni žurnalizam

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 6

Sažetak: Tabloidna medijska kultura je usmerena na senzacionalizam, skandal, trač i aferu. Tabloidi upravo svet i događaje u njemu predstavljaju kao seriju afera, senzacionalnih događaja i skandala. U tabloidnom novinarstvu akcentat je na pseudodogađaju, na performansu koji pruža zahvalan materijal za medijsku kulturu senzacionalizma. Za tabloide je bitno izazivanje emocija, a ne racionalnih tumačenja i doživljaja stvarnosti. Tabloidno novinarstvo karakteriše odsustvo etičnosti, profesionalizma i samoregulacije. Tabloidno novinarstvo karakteriše populističko kreiranje javnog mnjenja, lišenost odsustva brige za javni interes. Tabloidno novinarstvo je tržišni model privređivanja, po kome je informacija roba a čitaoci potrošači.

Ključne reči: tabloidno novinarstvo, tabloid, senzacionalizam, populizam, pseudodogađaj

Uvod

Mediji imaju ogromnu moć da predstavljaju osnovni, a često i jedini izvor informacija o mnogim važnim događajima i temama. Oni mogu definisati koji događaji su važni, kao i u kojoj meri medijski potrošači treba da razumeju te događaje. Aktuelni trend tabloidizacije u današnjim medijima, izazvao je uzbunu među medijskim tradicionalistima, prvenstveno u oblasti vesti i štampanih medija.

Tabloidizacija je rezultat prilagođavanja tržištu i pojavi novih, jednostavnijih medija koji su uspeli da promene potrebe i navike korisnika medijskih usluga. Kroz tabloidizaciju mediji, a posebno novinarstvo, postaju još jedan oblik industrije za pravljenje novca. Tabloidno novinarstvo je postalo deo velikog medijskog biznisa i ono je rezultat komercijalizacije novinarstva.

Tabloidi su u stalnoj interakciji sa okruženjem i oni se mogu posmatrati kao jedan od odraza postojeće kulture, ali na način na koji ostali mediji to ne mogu ili ne žele ostvariti i, kao takvi, oni zadovoljavaju određene želje i potrebe svojih čitalaca. Da bi povećali svoj tiraž i popularnost, novine i časopisi objavljuju senzacionalističke, skandalozne i nepotvrđene informacije, koje su obično praćene bombastim naslovima i fotografijama.

Tabloid - ilustrovane dnevne novine ili nedeljni magazin manjeg formata u kojima dominira senzacionalizam u obradi tematike

Tabloidni format – mali, praktični novinski format, dimenzija oko 297 x 420mm

Human interest (HI) - novinski sadržaj koji pored činjeničnog materijala sadrži i emocionalni naboj pojedinačnog slučaja

Senzacionalizam - preovladavanje medijskih sadržaja u kojima dominira morbidno, seksualno, nasilno. Podizanje temperature načinom obrade

Populizam - medijski diskurs koji sadržinom i formom privlači mase

Infotainment - medijski sadržaj u kome su činjenice kombinovane sa zabavom (happy news)

Pseudodogađaji ili „dvosmislena istina“ svrsishodno se stvaraju samo da bi se osigurao publicitet za vladu, stranku, organizaciju, korporaciju, javnu osobu na svim područjima javnog života. Često se kao sinonim za pseudodogađaj upotrebljava sintagma „medijski događaj“ jer se ti događaji i organizuju samo da bi ih mediji zabeležili. Stoga se uobličuju tako da bi bili medijski atraktivni.

Šta su tabloidi?

Teoretski posmatrano, tabloidi su izdanja malog formata čiji je sadržaj lak, čitaocima razumljiv, brzo se čita, i još brže prihvata. Reč potiče od latinske reči tabula – tabla i grčke eidos – oblik. Reč „tabloid“ pretežno ima negativnu konotaciju, jer je postala povezana sa sadržajem lošeg kvaliteta i tehnikama nemoralnog izveštavanja. Neki od često korišćenih sinonima za tabloide su: „žuta štampa“, „meke vesti“, „infotainment“ (savremeni termin nastao kombinacijom informisanja i zabave – eng. information – informisanje i entertainment – zabava) i sve češće „newszac“ („vest pretvorena u zabavu“).

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com