

Profesionalni kriteriji selekcije vijesti i utjecaj javnosti

TENA PERIŠIN*

Sažetak

Autorica drži kako je istraživanje funkcija televizije prioritetni problem svih suvremenih teorija medija. Svi opisi funkcija televizije naglašavaju informacijsku ulogu televizije čime televizijska vijesti zadobiva izuzetno mjesto. Za bilo koje istraživanje informativnog programa moraju se definirati specifičnosti televizijske vijesti, te definirati osnovni profesionalni kriteriji u odabiru i obradi vijesti. Na taj se način može odrediti koja je informativna uloga određene televizijske emisije i koji se profesionalni standardi primjenjuju pri uređivanju. U tekstu se dalje analizira situacija na HTV-u i komentiraju novija istraživanja uređivanja i selekcije vijesti u Hrvatskoj.

Autorica smatra da je nužan temeljiti znanstveni rad iz područja televizijskog novinarstva kako bi se unio red među pojmove i definicije televizijskog novinarstva i TV vijesti. Sva buduća istraživanja televizijskog medija imati će višestruke koristi za unapređenje hrvatskoga televizijskog novinarstva u cjelini, podizanju profesionalnih standarda, a mogla bi se koristiti u različitim obrazovnim oblicima namijenjenim budućim novinarima.

Ključne riječi: HTV, javna televizija, selekcija vijesti, profesionalni kriteriji

Televizija istodobno pretpostavlja tehnologiju, ali je i sredstvo priopćavanja, medij koji brojni mediolozi određuju kao iznimno važnu sastavnicu društvene zbilje. Iščitava li televizijska vijest politički, ekonomski, kulturni ili neki drugi događaj, ona uvijek nalazi ishodište u nekom konkretnom zbivanju važnom za svakidašnji čovjekov život. Televizija je istodobno transnacionalni “biznis”, ali i nacionalna institucija. To je najpopularnije sredstvo zabave, ali i najvažnije sredstvo informiranja. Danas, na početku 21. stoljeća, televizija je središte mreže digitalnih tehnologija koja donosi revolucionarne promjene i u medije masovne komunikacije.

Televiziji pripada iznimno mjesto u doprinosu razumijevanju i odvijanju društvenog života koji je posljedica različitih vidova komuniciranja. Istraživanje funkcija televizije prioritetni je problem svih suvremenih teorija medija. Pritom, dakako, postoje različiti-

* *Tena Perišin*, urednica redakcije vanjske politike na Hrvatskoj televiziji i predavačica Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na predmetu Televizija.

tosti u pristupu. Međutim, u svim je opisima neprijeporna funkcija televizije, naglašivajući informacijske uloge televizije, što televizijskoj vijesti određuje iznimno mjesto.

Televizija i promjene koje se s njom događaju i na nju reflektiraju, od golemog su interesa i za istraživače i za one kojima su ta istraživanja namijenjena. U Hrvatskoj je bavljenje televizijom ostalo na razini povremenih praćenja sadržaja televizijskoga programa, a rijetko se pristupalo teorijskom promišljanju informativne uloge televizije. Tome u prilog govori činjenica što u Hrvatskoj donedavno nije postojala ni jedna knjiga koja bi se bavila osnovama televizijskoga novinarskog zanata.

U svijetu se medijskim istraživanjima bave komunikolozi, sociolozi, politolozi. Istraživanja su dio novinarskih studija. Naime, samo se analizom i istraživačkim radom može shvatiti na koji način funkcioniraju mediji, te na koji način na njih utječu javnost, politika, društvo, novac itd. Tako, na primjer, izbor vijesti u novinama ili jednoj televizijskoj emisiji govori o mnogočemu drugom. I uz metodološki dobro postavljeno istraživanje, pomaže da utvrdimo kontekst u kojem se stvaraju, izabiru i rangiraju vijesti.

Pitanjem zašto neke vijesti ulaze u emisiju, a druge ne, uglavnom su se bavili televizijski kritičari, bez nekoga teorijskog uporišta. Pitanje je razlikuje li dobrog urednika od lošeg urednika televizijskih vijesti, samo “nos za vijesti” ili se “dobar nos” stječe i nekim poznavanjem profesionalnoga novinarstva, pogotovo profesionalnih kriterija. U teoriji novinarstva se smatra da novinari ne biraju vijesti proizvoljno, nego na temelju profesionalnih kriterija. Naime, iako se u redakcijskoj praksi čini da se plan o onome što će biti emitirano u vijestima neprestano mijenja, principi izbora i prezentacije vijesti su postojani. U literaturi se oni nazivaju i “mjerilima” vijesti, ili “vrijednosti vijesti”. Što se više takvih svojstava u konkretnom događaju može prepoznati i što je njihov intenzitet veći, to je i događaj informativno vredniji. Takva profesionalna selekcija prakticira se gotovo u svim medijima, a prema tim kriterijima prikupljaju se, obrađuju i strukturiraju informativne emisije. Vrlo se često može primijetiti da je neka televizijska postaja uvrstila u emisiju jednu vijest, a druga nije i nije rijetkost da se ta činjenica pripisuje neprofesionalnosti. To može i ne mora biti točno. Na različitost u odabiru utječu brojni činitelji. Istina je da tomu može biti uzrok i brojnost neškolovanih novinara u redakcijama, a također i unutarnja neorganiziranost i nedjelotvornost sustava.

Profesionalna selekcija vijesti ne znači da bi izbor vijesti u svim medijima trebao biti *a priori* sličan. Posebnost televizije u odnosu na druge medije uvodi i neka specifično televizijska mjerila. Na primjer, posve je sigurno da će se na televiziji dati prednost priči u kojoj dolazi do izražaja slikovna ili auditivna strana, te javljanjima s lica mjesta. Dakako da samo zanimljiva slika ili javljanje uživo bez relevantnog povoda ne bi trebalo biti dovoljno za uvrštavanje u informativnu emisiju, što je katkad slučaj. U uređivanju vijesti nerijetko se teži i različitom, drukčijem od drugih. Postoji potreba redakcija za ekskluzivnošću priloga. Iako se mediji danas koriste uglavnom istim izvorima informacija (agencije, priopćenja, *press* konferencije), redakcije se trude doći i do ekskluzivne informacije, a moćnije ili spretnije redakcije nastoje imati dopisnika na poprištu važnih zbivanja, a u slučaju televizije urednici teže dobiti slikovnu informaciju koju drugi nemaju. U uvjetima sve oštrije medijske konkurencije u novinstvu dobra prodaja gotovo ultimativno iziskuje ekskluzivnu vijest za naslovnice. Na izbor vijesti može utjecati i narav medija (javna ili komercijalna televizija), te koncepcija, vrijeme emitiranja i ciljna skupina informativne emisije. Philip Gaunt (1990.) jedan je od komuniko-

loga koji je došao do zaključka da na izbor i oblikovanje vijesti utječe kombinacija profesionalnog obrazovanja, organizacijskih uvjeta, osobnih sklonosti i općih društvenih čimbenika.

U svakom slučaju, za bilo koje istraživanje informativnoga programa moraju se definirati specifičnosti televizijske vijesti, te definirati osnovni profesionalni kriteriji u odabiru i obradi vijesti. Na taj se način može odrediti koja je informativna uloga određene televizijske emisije i koji se profesionalni standardi primjenjuju pri uređivanju. Osobito je važno utvrditi informativnu ulogu najgledanije informativne emisije u Hrvatskoj – *Dnevnika* HRT-a, središnje informativne emisije javne televizije. Samo je s pomoću ozbiljnih istraživanja moguće utvrditi i prisutnost javnosti – koliko je javnost u toj emisiji prisutna i na koji način.

Na temelju medijske literature i teorije, za potrebe istraživanja Vijeća za medije, izrađena je lista od jedanaest informativnih čimbenika (Stantić/Perišin, 2003.).¹ To su:

1. *Relevantnost (javni interes)*

Relevantni su događaji koji objektivno imaju značenje za najširi krug osoba (za javnost općenito) i to za njihove vitalne interese. U nas je tome možda najbliži pojam “javnog interesa”.

2. *Osobna uključenost*

Ona se procjenjuje brojem ljudi koji trpe posljedice i konkretnom važnošću posljedice događaja. Ovaj čimbenik odgovara na pitanje “Da li me se to tiče?”.

3. *Utjecajnost događaja*

Procjenjuje se na temelju važnosti ili brojnosti sudionika događaja.

4. *Blizina*

Određuje se na temelju geografske blizine poprišta događaja ili psihološke bliskosti mjesta, sudionika.

5. *Konfliktnost i kontroverznost*

Može biti riječ o konfliktnoj situaciji između (a) pojedinaca/skupina, (b) čovjeka sa samim sobom, (c) pojedinca/skupina s njegovom/njihovom sudbinom ili s prirodom. Takvi događaji zrače opasnošću ili prijetnjom. Kontroverznost bi trebalo razumjeti kao posebnu vrstu konfliktnosti u širim socijalnim i tematskim sklopovima.

6. *Personalizacija/humanost*

Ovo svojstvo sadržava emocionalni karakter vijesti. U tom se svojstvu reflektira interes za sudbinu drugih ljudi, pa i onda kad ti pojedinci nisu poznate osobe. Priče u kojima se neki događaj prenosi kroz sudbinu pojedinca proizvode često i jake osjećaje (solidarnosti, ugroženosti, olakšanja, ganutosti).

¹ Lista čimbenika izrađena je na temelju tekstova Mayeaux, 1991.; Tugglea, 2001.

7. Prominencija

Riječ je o ljudima, mjestima ili stvarima za koje vlada aktualni interes ili znatiželja javnosti.

8. Neobičnost

Posrijedi je opće poznato novinarsko preferiranje događaja koji odstupaju od norme. I danas se uvažava prastara novinarska uzrečica prema kojoj “nije vijest da je pas ugrizao čovjeka, nego da je čovjek ugrizao psa”.

9. Novost/pravodobnost

Što su događaji svježiji, to su i vredniji za vijesti. Glavna prednost televizije u odnosu na novine jest u tome što ona može obraditi “današnje” vijesti, pa i ono što je u tijeku. Posrijedi je ipak supstancijalna, a ne formalna novost: izjava premijera ima informativnu vrijednost ako sadržava novost ili unosi promjenu u sklop stvari na koju se odnosi.

10. Tematizacija

Izraz je načela da glasilo u pravilu treba nastaviti izvještavati o događaju što ga je počelo pratiti dok on ne izgubi informativnu vrijednost.

11. Raspoloživost ili posebna atraktivnost slike

To je specifičan kriterij koji se iz televizije u međuvremenu donekle proširio i na tisak. Zbog tehničkoga napretka danas raspoloživost slike praktično nije više takav problem kao prije dvadesetak godina. Atraktivnost slike, međutim, otvara urednička vrata i onim vijestima koje sadržajem to možda i ne bi zaslužile.

U literaturi nailazimo na različite nazive i broj informativnih čimbenika, tj. kriterija selekcije vijesti. To ovisi o tome kako pojedini autori definiraju te čimbenike i što u njih uključuju. Međutim, ako bismo detaljnije pogledali te podjele, uvidjeli bismo da su vrlo slične.

Gotovo svi autori, kao osnovni kriterij navode važnost ili relevantnost. Taj je pojam najteže definirati. Što čini vijest važnom, relevantnom? Zvonko Letica (2003.: 211) govori o biranju vijesti po kriterijima važnosti, korisnosti i zanimljivosti. Neke su vijesti važne, ali su malo korisne. Neke su pak korisne vijesti zanimljive samo onima kojih se tiču.

Što su relevantni događaji? Ako se oni definiraju kao događaji koji imaju objektivno značenje za najširi krug osoba (za javnost općenito) i to za njihove vitalne interese (Stantić/Perišin, 2003.: 75), uvijek se postavlja pitanje tko određuje što je važno za najširi krug osoba, tko određuje što je “javni interes”, tko određuje koju informaciju običan čovjek treba doznati. Je li to ono što oni žele znati ili ono što mi mislimo da bi oni morali znati. U ovom slučaju, “javno” shvaćamo u kontekstu funkcije javne televizije. Prema Zakon o HRT-u,² od javne se televizije traži da trajno, istinito, cjelovito, nepristrano i pravodobno informira javnost o činjenicama, događajima i pojavama u zemlji i

² Zakon o HRT-u, 13. veljače 2003. godine.

u inozemstvu od javnog interesa. Prema tome, uloga javne televizije nije samo da informira, nego i da pouči. Javni interes pretpostavlja da čovjek relevantnu informaciju treba doznati (ili mu barem treba omogućiti uvid u nju) čak i kad nije izravno svjestan njezine neposredne važnosti.

Koliko je javni interes prisutan u informativnim televizijskim emisijama? Pogotovo na televiziji koja sebe naziva javnom? Hrvatska radiotelevizija trenutačno prolazi fazu transformacije u javnu. S pojavom višestranačja, demokracije i hrvatske samostalnosti, u Hrvatskoj su nastajale i nestajale tiskovine, nastajale privatne radiopostaje. Samo je Hrvatska radiotelevizija bila pod čvrstom kontrolom vladajuće stranke. U početku se takvo stanje opravdavalo ratom, a poslije, u nedostatku konkurencije, uvidjelo se da je televizija medij koji se ne smije ispustiti iz ruku. U transformaciju Hrvatske televizije krenulo se nakon izbora 2000. i taj proces još nije dovršen. Naime, promjene zakona potrebnih da bi se to ostvarilo, odvijale su se sporo i napreskokce. Na primjer, Sabor je iznjedrio Zakon o HRT-u, od predstavnika civilnih udruga izabrano je Vijeće HRT-a, da bi se nakon toga opet mijenjao Zakon o HRT-u i njegove ključne odredbe. Donesen je i Zakon o elektroničkim medijima. Provedena je privatizacija Trećega kanala nacionalne mreže. Zbog stalnih promjena, proces transformacije Hrvatske radiotelevizije tekao je presporo. Gotovo u pravilu započinjalo se s promjenama nakon izbora, a onda bi se cijeli proces usporio i gotovo zaustavio do nekoliko mjeseci uoči sljedećih izbora.

Dosad nijedna emisija, nijedna konkurentna televizija nisu ugrozili gledanost najgledanije emisije u Hrvatskoj – *Dnevnika* HRT-a. Tako je bilo i u vrijeme jednopartijskoga sistema, i za vrijeme vladavine HDZ-a, pa i sada. Dakako, dogodi se da neka emisija na tjednoj listi gledanosti izbjije na prvo mjesto, međutim dugoročno *Dnevnik* ipak stabilno drži tu poziciju. *Dnevnik* je najgledaniji, iako se gotovo sve promjene, kako društvene, političke, ali i unutrašnje organizacijske, reflektiraju ponajprije na *Dnevnik*. Tijekom Domovinskoga rata *Dnevnik* HRT-a bio je glasilo ratne propagande, iako je istodobno čak i na Hrvatskoj televiziji bilo emisija koje su gledateljima pružale drugu, objektivniju sliku stvarnosti (*Slikom na sliku*, te informativna emisija na engleskom jeziku *The Big Blue*). Poslije rata, kad se očekivalo da će stega donekle oslabjeti, dogodilo se suprotno. *Dnevnik* ostaje u službi vladajuće politike i, ponajprije, pod kontrolom predsjednika države.

Nakon promjene vlasti 2000. godine, pobjednička koalicija najavljuje i velike promjene. Dakako, kao i drugi do sada, i novi čelnici HRT-a smatrali su da nije dovoljno promijeniti sadržaj i način obrade, nego je najvažnije promijeniti lica na ekranu i scenografiju. Nakon parlamentarnih izbora 3. siječnja 2000. i godina dominacije političkog protokola u *Dnevnici*ma, nova urednička postava Informativnoga programa HRT-a najavljuje promjene i time što se u sadržaj vijesti nastoji uvrstiti više tema od javnog interesa, a manje protokola. Također se najavljuje da će se u *Dnevniku* njegovati istraživačko novinarstvo i obrađivati teme od javnog interesa, udarne teme iz više kutova, na analitičan način, te da će se naći mjesta za jedan od dotad zanemarenih oblika televizijskog novinarstva – reportažu. No, i dobra reportaža, te način rada koji je pretpostavka istraživačkoga novinarstva, podrazumijeva drukčiju organizaciju rada, te drukčije organiziran *desk*. Naime, *desk* kao mjesto planiranja i prikupljanja informacija radi na prvoj selekciji tema. To, dakako, znači da i osobe koje rade na planiranju onoga što će se snimati, moraju imati svijest o profesionalnim kriterijima selekcije vijesti. No, nijedna

nova koncepcija nije bila dugog daha. Prečeste uredničke promjene na vrhu Informativnoga programa uvijek su se očitovale u *Dnevnicima*. Od ideje da *Dnevnik* treba trajati onoliko koliko ima materijala, do zahtjeva da treba trajati 30, 25 ili 22 minute. Naime, kad se trajanje *Dnevnika* svede na 22-23 minute, s dodatcima prognoze vremena i sporta taj blok traje pola sata. U tom slučaju, s obzirom na količinu materijala koja se "mora" objaviti, uvijek manjka prostora za reportažu, ili jednostavno rečeno, priču. U *Dnevniku* rijetko nailazimo na priče koje uz odgovore na 4 W, odgovaraju i na ono peto pitanje W – "why?" ili "zašto?" Naime, i za to možemo naći obrazloženje. Postoji ono što se zove "navika" gledatelja, koji su navikli da upravo u *Dnevniku* vide sve bitno što se toga dana dogodilo. To je u svakom slučaju različita koncepcija od prakse u nekim europskim zemljama, gdje se središnjoj temi posvećuje i po desetak minuta, osvjetljujući je iz različitih kutova. U Hrvatskoj većina građana još uvijek dobiva većinu informacija s televizije pa još uvijek prevladava mišljenje da se "ono što nije u *Dnevniku*, nije ni dogodilo". Zbog toga možemo reći da je *Dnevnik* još uvijek nešto poput "kronike dana". Povremeno u *Dnevnik* ipak ulaze više ili manje analitički obrađene teme. Već je spomenuto istraživanje, koje je provelo Vijeće za medije HHO-a 2002. godine, analizom sadržaja utvrdilo da su u *Dnevniku* najprisutnije teme funkcioniranja pravne države i privrednoga života, a zanemarene manjinske teme.

U svrhu bilo kakvoga znanstvenog bavljenja televizijskim novinarstvom, nužno je pozicionirati *Dnevnik* HRT-a u odnosu na teoriju i praksu televizijskoga novinarstva, te u odnosu na neke slične emisije u Hrvatskoj i inozemstvu. Na taj je način moguće utvrditi i to kad je, i na koji način, svijest o javnom interesu, javnosti prisutna kod uređivanja vijesti.

Istraživanje objavljeno u knjizi Geze Stantića i autorice *Politika u programu HTV-a* pokazalo je da se u sustavu selekcije vijesti mogu prepoznati klasične medijske vrijednosti javne televizije, koja iznad svega želi držati do neutralnog posredovanja informacija između političke elite i javnosti. Istodobno, kad je posrijedi primjena profesionalnih kriterija u selekciji vijesti, pokazalo se da tu postoji nekonzistentnost, te da se oni selektivno primjenjuju. Primjenjujući takav način selekcije, navode autori, postoji opasnost da se televizija, umjesto u instituciju u službi javnosti, pretvori u čimbenika autonomne moći nad javnošću.

Spomenuto istraživanje, jedino te vrste u Hrvatskoj, provedeno je u vrijeme dok još, osim Vijesti dana CCN-a, nije bilo drugih nacionalnih komercijalnih postaja. U međuvremenu pojavile su se vijesti komercijalnih televizija Nove TV i RTL-a.

U tranzicijskim zemljama pojava komercijalnih televizija donosi i komercijalizaciju vijesti. Za razliku od zapadnoeuropskih zemalja, u tranzicijskim zemljama središnje informativne emisije javnih televizija izgubile su trku pred naletom vijesti na komercijalnim TV postajama. To se dogodilo susjednoj Mađarskoj, Sloveniji, te u Rumunjskoj i Bugarskoj. Postoji opasnost da se slično dogodi u Hrvatskoj. Iskustva drugih najčešće govore o tome da se u takvim slučajevima najčešće mijenja "ambalaža", a sadržaj ostaje isti. Tako je pojava komercijalnih, tabloidiziranih vijesti na komercijalnim postajama u mnogim tranzicijskim zemljama, potaknula i javne televizije da krenu imitirati komercijalne televizije. Ne samo u "ambalaži", tj. grafičkom dizajnu vijesti, scenografiji, tipu voditelja, nego i sadržajno. U težnji da vijesti postanu popularnima, one su se u mnogome pretvorile u populističke. Bilo da je riječ o javnoj ili komercijalnoj televiziji,

uloga znanosti i obrazovanja u području novinarske struke i novinarske etike jest to da utvrdi određeni profesionalni minimum kojeg bi trebali biti svjesni školovani novinari i urednici. Ta potreba postaje još većom u trenucima kad se na tržištu pojavljuje još jedna komercijalna televizijska mreža, a HRT najavljuje pokretanje digitalnoga kanala na kojem će se emitirati samo vijesti. Televizijske vijesti sve više postaju robom kojom se trguje. Zakoni su tu samo da bi regulirali nužnost i vrijeme trajanja tih vijesti. Zbog toga je od velike važnosti i za znanost, ali i za struku, imati definirane osnovne pojmove televizijskoga novinarstva i utvrditi profesionalne kriterije selekcije vijesti.

Kod selekcije vijesti postoji i opasnost da se krene u preslikavanja komercijalne televizije, kao što je već sada slučaj sa zabavnim emisijama HTV-a. Gledajući *Coca Cola Music Talents Show*, teško je otići se dojmima da je to kopija sličnog programa koji je pokrenula Nova TV. U informativnim emisijama postoji nastojanje da se kaska za naslovima iz novina i to onih komercijalnih. U polustrukturiranom intervjuu koji je za potrebe prethodno spomenutog istraživanja o politici u programu HRT-a proveo HHO, većina pripadnika elite prigovorila je selekciji vijesti, i potrebi da se senzacionalističko stavi ispred relevantnoga (Stantić/Popović, 2003.: 103-141).

Postala je gotovo redovitom pojava da je neka vijest šire obrađena tek nakon što je tu istu vijest na prvoj stranici plasirao *Jutarnji list* ili *Večernji list*. Na primjer, vijest s prve stranice *Večernjeg lista* 8. srpnja pod naslovom "Otrovani nepotrebnim lijekovima" koja govori da je troje štićenika Doma u Stančiću umrlo, ne od otrovanja hranom, nego od otrovanja lijekovima, udarna je vijest *Dnevnika* koji se emitira u 19.30. Takvi slučajevi postali su učestalima, čak i onda kad u danu postoje drugi važni događaji koji zahtijevaju cjelovitu obradu.

Kad je riječ o nekonzistentnosti u uređivanju vijesti, i tu se zapaža različitost u uređivanju emisije. Tragajući za nekim od očitih primjera iz novije prakse, upada u oči nastojanje da se mehanički rangiraju vijesti koje se na prvi pogled čine protokolarnima. Katkad se u samom vrhu *Dnevnika* nalaze vijesti koje čini isključivo protokol, bez sadržaja relevantnog za gledatelja, a drugi se puta neka vijest stavlja u drugi dio emisije samo zato što urednik nije uočio da vijest ima elemente koji zaslužuju da taj događaj ima bolju poziciju u emisiji. Tako je npr. 28. svibnja, izvještaj iz Beograda o prvom susretu ministra vanjskih poslova Republike Hrvatske Žužula i ministra vanjskih poslova Srbije i Crne Gore Draškovića emitiran poslije nekoliko vijesti koje nisu imale toliko informativno značenje. Nastojeći pod svaku cijenu izbjeći protokol, zanemarena je važnost tih razgovora i kontekst u kojem se odvijao taj susret. Naime, nekoliko dana prije bilo je pitanje hoće li se taj susret održati, raspravljalo se o izjavama da Drašković nije dobrodošao u Hrvatskoj, a bilo je i drugih pitanja zbog kojih je taj susret bio iznimno važan za javnost (vojska na granicama, himna Srba u Hrvatskoj, predstojeći predsjednički izbori u Srbiji itd.).

Kako navode autori istraživanja Vijeća za medije HHO-a, "profesionalni nedostaci pri selekciji vijesti mogu u pogledu pluralizma ili objektivnosti imati posljedice slične onima koje inače proizvodi kontrola vlasti ili drugih moćnika" (Stantić/Perišin, 2003.: 72). Utoliko analiza profesionalne selekcije vijesti treba razjasniti unutarnje uzroke manjkavosti informativne funkcije te pomoći prepoznavanju problema u strukturi i sadržaju emisije. Vijesti imaju ključno značenje za informativnu funkciju medija. Profesionalni odabir vijesti znači ujedno praktičnu primjenu nekih stručno-etičkih postulata,

profesionalno strukturiranje vijesti, pa se na temelju odnosa novinara prema tom segmentu može donijeti zaključak i za odnos novinara prema profesionalnosti u cjelini.

Temeljiti znanstveni rad iz područja televizijskoga novinarstva nužan je da bi se unio red među pojmove i definicije televizijskoga novinarstva i TV vijesti. Sva buduća istraživanja televizijskoga medija mogu imati višestruke koristi za unapređenje hrvatskoga televizijskoga novinarstva u cjelini, podizanju profesionalnih standarda, a mogla bi se koristiti u različitim obrazovnim oblicima namijenjenim budućim novinarima. Istraživanje bi pomoglo samom razumijevanju specifičnosti televizijskoga novinarstva te bi pomoglo da se razumije koja je uloga javne televizije u informiranju gledatelja, te koji su putovi kojima javnost može utjecati na kvalitetu informativnoga programa ili dobiti ono za što plaća pretplatu.

Literatura

Gaunt, Philip, 1990.: *Choosing the News*, Greenwood Press, New York/London

Letica, Zvonko, 2003.: *Televizijsko novinarstvo*, Disput, Zagreb

Mayeux, Peter E., 1991.: *Broadcast News, Writing and Reporting*, Wim. C. Brown Publishers, Dubuque, Iowa

Stantić, Geza/ Perišin, Tena, 2003.: Profesionalni kriteriji selekcije vijesti u HTV-u, u: Stantić, Geza (ur.), *Politika u programu HTV-a*, Hrvatski helsinški odbor, Zagreb

Stantić, Geza/ Popović, Viktorija, 2003.: Polustrukturirani intervju: Ostvarivanje političkih funkcija Hrvatske televizije, u: *Politika u programu HTV-a*, HHO, Zagreb: 103-141

Tuggle, C.A., 2001.: *Broadcast News Handbook*, Mc Graw Hill, New York

Zakon o HRT-u, 13. veljače 2003. godine

Tena Perišin

*PROFESSIONAL CRITERIA OF NEWS SELECTION AND PUBLIC
INFLUENCE*

Summary

The author argues that exploring the functions of television is top priority for all current media theories. All accounts of the functions of television emphasize the informative role of television which makes television news important. In any study of news programming, specific features of TV news must be identified, and fundamental professional criteria in the news selection and interpretation defined. In that way the informative role of a certain broadcast may be strengthened and professional standards applied. The text also analyses the situation on the HTV and reviews some recent studies of news editing and selection policies in Croatia.

The author thinks that thorough research of television journalism is needed to put some order into the concepts and definitions of TV journalism and TV news. All the future studies of the television medium will contribute greatly to the quality of Croatian TV journalism on the whole and raise the professional standards; also, they might come in handy for the education of future journalists.

Key words: HTV, public television, news selection, professional criteria



Mailing address: Ksaverska cesta 13, HR 10 000 Zagreb.
E-mail: tena.perisin@zg.htnet.hr