

Pregledni rad

UDK 7.097:654.197

DOI 10.7251/SVR1307176DJ

COBISS.BH-ID 3944728

INTERVJU - DOMINANTAN ŽANR SAVREMENE TELEVIZIJE

Doc. dr sc. Vesna Đurić¹

Mr Sanja Amidžić

Fakultet političkih nauka Univerzitet Banja Luka

Apstrakt: Intervju kao sublimacija tačnosti, objektivnosti, cjelovitosti i zanimljivosti istraživanja i prikupljanja podataka, prisutan je u nauci, ali i u mass medijima. Teoretičari su saglasni da je intervju popularan zbog prirodnosti, uvjerljivosti i jasnoće poruke, te se kao metod i tehnika odavno primjenjuje i u novinarstvu. Često je eksploatisan kao osnova ili samo jedan segment mnogih novinarskih žanrova i to mu daje veću popularnost u odnosu na ostale novinarske rodove. Od pojave intervjua početkom 19. vijeka, prisutne su stalne dileme autora kako posmatrati intervju: kao metod, tehniku ili kao oblik novinarskog izražavanja. U svijetu stalnih društvenih promjena sve je manje sredstava za istraživanje i istraživačke tekstove, a tad intervju dobija na značaju, jer predstavlja „najlakši put“ dolaženja do informacija.

Ključne riječi: *televizija, intervju, novinarski žanrovi, metod, istraživanje, prikupljanje podataka.*

UVOD

Intervju kao najzastupljeniji i najpopularniji oblik novinarskog izražavanja, od pojavljivanja u štampi, pa do danas, ima tendenciju stalnog rasta i sveprisutnosti. Amplituda zastupljenosti kreće se od informativnih emisija preko studijskih diskusija do zabavnih sadržaja, kao najgledanijih u svjetskim i domaćim programskim šemama. Konceptija tih emisija zasnovana je na razgovoru/intervjuu, što ovom obliku novinarskog izražavanja osigurava primat i zato predstavlja „glavni proizvod“ novinarstva, a razlog više je u njegovoj neposrednosti komunikacije sa javnošću, prirodnosti i uvjerljivosti, a prije svega pružanju informacija „iz prve ruke“, smatraju teoretičari. Intervju je engleska riječ „...koja je postala internacionalna oznaka za taj žanr. U anglosaksonskim zemljama je prvi put u istoriji stvoren adekvatan hardverski sistem (radio) koji je omogućio javnu afirmaciju dijaloga... Ako se malo dublje analizira termin intervju i na etimološkoj razini, onda se uviđa kako on bivstveno znači među-pogled,

¹ E- mail: profvesna@yahoo.com

što znači da je i izraziti verbalni žanr definisan modalitetima specijalne komunikacije, tj. multimedijски: gledanjem i govorenjem, što u prirodnoj osnovi komunikacije i jeste činjenica². Uvjerljivost, autentičnost i vjerodostojnost, naročito u elektronskim medijima – televiziji, neke su od njegovih gotovo nedostižnih prednosti u odnosu na ostale novinarske žanrove. Nikako ne smijemo izostaviti dinamičnost i visok stepen komunikativnosti sa publikom, što dodatno doprinosi da intervju ostvari primat dominantnosti nad ostalim oblicima novinarskog izražavanja. Sama priroda elektronskih medija, uslovljava i specifičnosti intervjuja na njima. Zvuk i „živa slika“, uz brojne tehničke mogućnosti, diktiraju i različitosti/specifikume ovog žanra na televiziji, u odnosu na intervju u štampi.

Većina istoričara i teoretičara novinarstva navodi dva datuma nastanka intervjuja. Prvi se vezuje za Sjedinjene Američke Države i 1836. godinu i novinara Gordona Beneta, koji je, nakon jednog ubistva u Njujorku, svjedoku R. Tausendu postavio nekoliko pitanja. Da bi što vjernije prikazao atmosferu i okolnosti autor je tekst dramaturški oblikovao i objavio u formi: pitanja–odgovori. Prema drugim teoretičarima, novinarski intervju dovodi se u vezu sa američkim građanskim ratom 1861. godine, a zaluge se pripisuju američkom ratnom izvještaju H. Griliju, koji je odlučio da se posluži intervjuom kao tada novom metodom, s namjerom da što tačnije čitaocima prenese svoj razgovor sa jednim od vojnih komandanata na ratištu – Brajanom Jangom. Nakon ovog intervjuja, u narednim mjesecima Grili je nastavio da u svom listu *The New Yorker* objavljuje izvještaje sa fronta, u formi pitanja i odgovora koje su davale pojedine vojne ličnosti. Tako se intervju kao novinarski žanr ustaljuje na stranicama štampe, a kasnije, pojavom radija i televizije dvadesetih i tridesetih godina dvadesetog vijeka, postaje sve učestaliji u novinarstvu.

Intervju je tek nakon više od šest decenija dobio „pravo građanstva“, kao ravnopravan i u objavljivanju redovan novinarski žanr. Za početak te, za novinarstvo izuzetno značajne prakse, uzima se 1927. godina, kada je Američkom društvu novinskih izdavača stigla jedna javna ocjena i sugestija, po kojoj se intervju smatra jednim od bitnih oblika novinarskog izražavanja, javnosti čak najprivlačnijim. Od tada, pa do danas, njegov značaj ne samo što ne opada, već iz godine u godinu raste, svrstavajući ga u red nezaobilaznih novinarskih žanrova.

DEFINISANJE INTERVJUA

U teoriji novinarstva su različite, a često i oprečne definicije intervjuja, zbog različitih pristupa ovom žanru, ali i metodu, iz čega, proizilaze i različite podjele, zasnovane na formi, nerijetko i sadržaju, pa čak i stepenu komunikativnosti.

Prema definicija Slavomira Milosavljevića: „Intervju se organizuje i realizuje zbog potrebe da se izvestan društveni problem javno raspravi, ili

² Plenković Mario, 1987, *Teorija i praksa suvremenog novinarstva*, Grafoimpex, Zagreb, s. 170-171.

da se javno predstavi i pokrene“³. Jovan Šćekić intervju definiše „kao građu za vijest, izvještaj i komentar“ ili, još preciznije „put da se dođe do izvora informacija“³. Za Ljubomira Rajnvajna i Marina Mladenova, intervju je „informacija koja se javnosti pruža u obliku pitanja i odgovora, a prema funkciji pripada svima trima novinarskim rodovima, može, dakle, biti faktografska, analitička i beletristička“⁴. Radomir Životić smatra da je intervju “složen oblik novinarskog izražavanja“, a njegovu privlačnost vidi u „prirodnoj i uverljivoj atmosferi u kojoj se istina nudi u formi neposrednog razgovora“⁵. Dušan Slavković smatra da je intervju svojevrsan razgovor novinara sa ličnošću radi objavljivanja u štampi, na radiju ili televiziji.⁶

Sve navedene definicije, a posebno njihova nesaglasnost, imaju za uzrok nerazumijevanje razlike, bar kod nekih autora, između intervju kao metoda, odnosno tehnike, i intervju kao oblika novinarskog izražavanja, tj. novinarskog žanra bilo kojeg medija. Analizirajući prezentovane definicije, može se zaključiti da je intervju razgovor sa relevantnom ličnošću o aktuelnim pitanjima, koji ima za cilj prikupljanje informacija, mišljenja, stavova i sudova, odnosno viđenja i analize nekog društvenog aspekta, koji mora imati pečat važnosti za javnost.

Intervju jeste metod istraživanja, prikupljanja podataka i informacija, i kao takav, sreće se u brojnim naučnim disciplinama, a u metodologiji, na primjer (usmeni i neusmeni intervju, anketa) predstavlja nezaobilazan instrument istraživanja društvenih i političkih pojava. On se, kao tehnika ili metod, javlja i u novinarstvu, gdje nerijetko predstavlja građu, ili jedan segment mnogih novinarskih žanrova – od vijesti i izvještaja, preko reportaže, do članka. Tu se intervju pojavljuje u vidu izjava, citata relevantnih i kompetentnih sagovornika. Pored toga što je metod, intervju je i autohton novinarski žanr, i kao takav, zastupljen je u svim vrstama medija. Jedan od nesporazuma u različitom definisanju intervju ogleđa se i u različitim podjelama na vrste intervju.

VRSTE INTERVJUA

U žurnalističkoj literaturi navode se različite podjele intervju. Iz analize tih podjela može se zaključiti da teoretičari miješaju formalne i sadržinske kriterijume, ne razlikujući podvrste, a ponekad ne praveći razliku između intervju kao metoda, s jedne, i novinarskog žanra, s druge strane. Hrvoje Macanović smatra da „intervju ima onoliko koliko ima novinara i njihovih partnera“⁷. Sergej Lukač intervju dijeli na:

³ Šćekić Jovan, 1960, *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd, s. 81-89.

⁴ Rajnvajn Ljubomir i Mladenov Marin, 1982, *Oblici novinarskog izražavanja*, Srpski udžbenik, Beograd, s. 142.

⁵ Životić, Radomir, 1993, *Novinarski žanrovi*, Institut za novin. Beograd, s. 59.

⁶ Slavković Dušan, 1981, *Biti novinar*, Radnička štampa, Beograd, s. 363.

⁷ Macanović, Intervju na radiju i TV, časopis Novinarstvo 2-3/67: 86.

1. Intervju radi sakupljanja informacija, činjenica. Ovdje se govori o pretežno kratkom intervjuu koji obavljamo na mjestu događaja, improvizovano, sa više ljudi u kraćem vremenskom periodu.

2. Intervju radi saznavanja gledišta, stavova, mišljenja. To su obično intervjui srednje dužine – mini, čija dužina trajanja na televiziji je do 15 minuta ili duži intervjui, koji traju i do sat vremena, na televiziji su to emisije čija je koncepcija zasnovana na intervjuu. Obično se radi sa ličnostima koje imaju šta da kažu, odnosno da iznesu svoj stav, gledište i mišljenje na određenu temu – problematiku.

3. Intervju sa ličnostima ili intervju profil. To su duži intervjui sa izuzetno značajnim ili zanimljivim ličnostima koje su, recimo, trenutno u žiži javne pažnje.⁸

Prema Jovanu Ščekiću, postoje četiri vrste intervju⁹:

- a) Razgovor sa čovjekom sa ulice o interesantnim temama;
- b) Intervju sa zainteresovanom ličnošću od koje se očekuje objašnjenje nekog budućeg događaja;
- c) Intervju sa ličnošću interesantnom čitaocu, slušaocu i gledaocu.

Važni i značajni intervjui čiji je cilj da čitalac, slušalac ili gledalac dobije mišljenje najkompetentnije ličnosti koja poznaje određeni problem. Za Vladislava Jisla, podjela intervju¹⁰ je izvršena na osnovu načina njegove obrade, pa stoga on intervju dijeli na one koji se mogu obraditi, „kao doslovno bilježenje pitanja i odgovora, kao slobodno prepričavanje pitanja i odgovora, kao intervju, dat u obliku reportaže, ili kao odgovor samo na jedno pitanje, odnosno kao razgovor u kome učestvuje više lica i, najzad, kao anketa“. Autor ne uzima u obzir razliku između intervju¹⁰ i izjave ili ankete i ne pravi razlike između žanrova. Jedna od interesantnih podjela je i ona koju, na osnovu stepena komunikabilnosti, pravi Edgar Moren, razlikujući četiri vrste intervju¹⁰:

- Intervju ritual (obred) koji „obeležava zbivanje, svečanosti, zvanične susrete...“
- Anegdotski intervju („...intervju sa glumcima-vedetama koji ostaju na stupnju brbljanja...“)
- Intervju dijalog (kao zajedničko traganje u otkivanju istine o ličnosti intervjuisanog, ili o nekom problemu)
- Intervju nova ispovedanja.

Nezaobilazni Dušan Slavković intervju dijeli na osnovu načina obrade, kompozicione cjeline i mjesta pitanja i odgovora, te položaja novinara i sagovornika, kao i njihovog međusobnog odnosa na¹¹:

⁸ Lukač Sergej, 1979, *Teorija i tehnika novinarstva*, Fakultet političkih nauka, Beograd, s. 116.

⁹ Ščekić Jovan, 1960, *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd, s. 84.

¹⁰ Edgar Moren, 1982, *Intervju u društvenim naukama i na radio-televiziji*, III program Radio Beograda, Beograd.

¹¹ Slavković Dušan, 1981, *Biti novinar*, Radnička štampa, Beograd, s. 367.

- Klasični intervju
- Improvizovani intervju
- Kombinovani intervju.

S obzirom na brojne, do sada nadamo se ukazane nedostatke prethodnih podjela i neodrživosti kriterijuma na osnovu teme, važnosti ličnosti, načina izlaganja sagovornika, pa čak i stepena komunikabilnosti, Neda Todorović izvela je klasifikaciju intervju¹²:

- Klasični intervju, ili intervju pitanje-odgovor:
- Intervju-portrer, tj. intervju profil.

Sve ostalo, kako navodi autorka: ankete, konferencije za novinare, razgovori pred mikrofonom i sl., u najboljem slučaju, mogu se svrstati u podvrste intervju. E. Bojd ističe tri osnovne vrste i 12 podvrsta intervju preuzete iz prakse BBC-a¹³:

1. *Istraživačko-analitički intervju*, koji temeljno razmatra predmet razgovora.
2. *Informativni intervju*, u studiju gdje učestvuje i publika.
3. *Emotivni intervju*, čiji je cilj da otkrije trenutno raspoloženje osobe koja se intervjuje.

Prema ovom autoru, podvrste intervju su:

- 1 Informativni intervju – odnosi se na neposredne događaje ili na one koji će tek uslijediti. Uvijek se mora pripremiti predistorija ili pozadina događaja. Ovaj intervju obično ide dalje od glavne poente, da bi se dali potpuniji odgovori na pitanja *kako* i *zašto*. Svrha mu je da se dobije bolji i opisniji prilog.
- 2 Istraživačko-analitički intervju – cilj ovog intervju jeste da se uđe dublje i temeljnije u neki problem i da se ustanove uzroci i predvide događaji. Ovakva vrsta intervju predstavlja vrlo često osnov dokumentarnih emisija.
- 3 Intervju suprotstavljenih stavova – unakrsno ispitivanje.
- 4 Interpretativni intervju – reakcija na događaj ili objašnjava ga.
- 5 Lični intervju – razgovor sa poznatom ličnošću.
- 6 Emotivni intervju – pokušava da ogoli nečija osjećanja, što izaziva veliki odjek u javnosti, što izaziva saosjećanje, posebno ako je riječ o ličnoj tragediji i slično. Pravilo ovog intervju je da se ide postupno sa pitanjima, lagano razvijajući priču, jer ćete moći da zađete samo dotle dokle vam sagovornik dozvoli.
- 7 Zabavni intervju – ovakva vrsta intervju treba da pokaže ljepšu stranu života i da nasmije.
- 8 Aktuelni intervju – intervju koji tretira aktuelne događaje.
- 9 Telefonski intervju – intervju putem telefonskog aparata. Nije poželjan direktno u televizijskim emisijama zbog smetnji na vezi.
- 10 Ankete – glas naroda.

¹² Todorović Neda, 1998, *Savremeno novinarstvo*, Čigoja štampa, Beograd. s. 32.

¹³ Bojd Endrju, 2002, *Novinarstvo u elektronskim medijima*, Klio, Beograd, s. 143.

- 11 Ugrabljeni intervju – intervju koji se dobije od ljudi koji ne žele dati izjavu, pa se na taj način grabi bilo kakva informacija, na televiziji obično na prepad sagovornika.
- 12 Intervju u prvom licu – intervju u kojem se uzima samo izjava osobe koja se intervjuiše.

Bez obzira kako intervjui bili različiti po stilu i sadržaju, svi intervjui trebaju imati **cilj**. Šta bi mogao biti cilj kada se radi intervju sa nekim političarem? Koju bi svhu moglo imati postavljanje pitanja žrtvama nekog nemilog događaja? Zašto želite da vam baš neko da određenu informaciju? Iz ovog proizilazi zaključak da svaki intervju mora da ima polaznu tačku, a to je poznavanje **razloga/povoda** zbog kojeg se radi određeni intervju.

ELEMENTI INTERVJUA

Uspjeh intervjuja zavisi od pripreme i izbora teme, sagovornika, pitanja i same kompozicije. Dakle, prvi preduslov je obaviještenost novinara, spremnost da aktivno sluša sagovornika da pravi, kako Plenković ističe, brze i logičke izmjene. „Komunikacijsko je osnovno pravilo da svako sledeće pitanje ili potpitanje mora biti u strogoj funkciji onoga što je osoba prije rekla. Zapravo to pitanje i nije ništa drugo nego komunikacijski impuls kompetentnoj osobi da informaciju vodi u ovom, a ne u onom smeru, da tezu bolje argumentuje, da bitne stvari proširi.^{14c}

Priprema intervjuja spada u osnovu, gotovo imperativni preduslov svakog intervjuja, počev od štampe, pa preko radija, do televizije. Svjedoci smo da se u novinama i radiju, a posebno na televiziji, preferiraju različiti intervjui koji se ili svode na lako, neobavezno popodnevno ćaskanje, ili na samu ličnost novinara, koji ostaje krajnje inferioran u odnosu na sagovornika. Razlog za to leži, prije svega, u nekompetentnosti i nepripremljenosti novinara, ali često i sagovornika. Kompetentnost novinara, za obradu određene teme sa određenom ličnošću, odnosno za intervjuisanje, treba da bude aksiom savremenog novinarstva. Naime, intervjuisani s pravom očekuje da preko puta sebe ima ravnopravnog sagovornika, osobu koja dovoljno poznaje temu koja je predmet intervjuja. U protivnom, često se dogodi da sagovornik čak i odbije intervju, što je za novinara nezgodna situacija. Pomalo zaboravljena specijalizacija u novinarstvu morala bi se afirmisati na svim nivoima u medijima. Temeljna priprema za intervju podrazumijeva prelistavanje dokumentacije, kako lične, tako i dokumentacije medijske kuće za koju radi, zatim razgovor sa tzv. živim izvorima informacija, dakle, svim onim relevantnim i kompetentnim sagovornicima koji mogu biti od koristi pomoći u sagledavanju problema, analiza teme iz više uglova i sl. Često novinar mora biti upoznat sa stvaralaštvom svog sagovornika (npr. umjetnik, književnik, muzičar), a to znači da mora pročitati knjigu, odgledati predstavu, poslušati muzičke numere, odnosno

¹⁴ Ščekić Jovan, 1960, *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd, s. 169.

poznavati biografiju. Ovdje važi pravilo: „Prikupiti sto podataka da bi upotrijebio deset“. Tek nakon pripreme, može se pristupiti intervjuu.

Izbor teme je drugi važan uslov za dobar intervju. Tačna je konstatacija da u okviru interesovanja cijelog društva ili, pak, samo jedne kategorije ljudi, sve može da bude tema intervjuja. Vidimo, da to zavisi i od televizije, odnosno koncepcije njenih emisija i slično. Ali, zašto baš ta tema i zašto baš u to vrijeme? Dakle, osnovni motiv kojim se treba rukovoditi pri odabiru teme, jeste povod, odnosno nešto što je aktuelno u društvu. Time se zadovoljava i jedan od osnovnih novinarskih postulata, a to je njegova dnevna aktuelnost. Stoga i od izbora prave teme u pravom trenutku zavisi da li će program biti gledan, a samim tim i rejting televizijske kuće.

Izbor sagovornika direktno zavisi od izbora teme „jer to su, dve strane jedne medalje...pronaći ličnost koja će informaciju moći da pruži stručno, autoritativno i kompetentno“¹⁵. Ova konstatacija je većim dijelom ispravna, jer se u praksi i ne može razgovarati sa svakim o svačemu, mada ni takve situacije nisu rijetke. U praksi se pokazuje nekada i suprotna situacija, gdje od izbora sagovornika zavisi i izbor teme. Razlog, prije svega, često leži u samoj prirodi medija, da odgovori na zahtjeve publike i u emisiji ima onu ličnost koja je u žiži interesovanja, čak i ako se čini da pravi – aktuelni povod ne postoji. Primjeri su brojni intervjui sa estradnim zvijezdama, ali u ovom vremenu sve više i sa političarima koji su tema „sami po sebi“.

Izbor pitanja je od presudnog značaja za intervju. Ona moraju biti precizna, jasna, konkretna i sažeta. Jedino se tako može obezbijediti da se dobiju takvi odgovori. Od invencije, maštovitosti, kreativnosti pitanja, zavisi i stimulacija sagovornika da odgovara. Ovdje se treba čuvati da novinar pitanja ne optereti nepotrebnom „mudrošću“ u želji da se pokaže kao ravnopravan ili čak dominantan u odnosu na sagovornika. Takvo, pogrešno ophođenje, zbunjuje sagovornika, čini razgovor nejasnim i opterećenim. Jedno od pravila koje važi za postavljanje pitanja jeste: postavljanje otvorenih pitanja, gdje sagovornik može da iznese svoje mišljenje i stav o nečemu. Uvijek postavljati jedno po jedno pitanje, a ne više pitanja u jednom. Zatim, izbjegavati dugačke konstatacije gdje intervjuisani ima samo mogućnost odgovora sa da ili ne. Takva pitanja u teoriji poznata su kao pitanja zatvorenog tipa. Novinari, naročito početnici, prije intervjuja sastavljaju koncept pitanja koja će postaviti tokom emisije. Ali bez obzira na pripremljena pitanja, ona ni u kom slučaju ne smiju da ometaju novinara da vodi stvaralački razgovor i na koncept treba gledati samo kao na okvir za intervju. Ta pitanja treba da budu samo vodilja da se tokom razgovora ne skrene u pogrešnom smjeru, odnosno „otvoreni okvir“. Druga opasnost tokom intervjuja jeste slučaj da novinar omogući da sagovornik preuzme glavnu ulogu u emisiji, u pravcu koji njemu odgovara. Nakon ovoga dolazimo na još jedno neizbježno polje, a to je „otvaranje“

¹⁵ Slavković Dušan, 1981, *Biti novinar*, Radnička štampa, Beograd, s. 365.

sagovornika. I ono je u neposrednoj vezi sa pristupom novinara, vrstom pitanja i načinom, ali i redoslijedom njihovog postavljanja. Da bi se to postiglo, pored iskustva, značajno je i poznavanje psihologije, pristup, taktičnost, elokventnost, osjećaj za mjeru i pravi trenutak, kao i sticanje povjerenja sagovornika.

Kompozicija o kojoj se malo govori u literaturi može se smatrati jednim od elemenata svakog uspješnog intervjua. Tu se, prije svega, misli na slijed pitanja, njihovu logičnost i postojanje odvojenih tematskih cjelina, kako bi intervjui predstavljao zaokruženu cjelinu, poslije koje gledaocu ne ostaje prostora za dodatna pitanja i nejasnoće. Tokom intervjua treba biti smiren i učtiv, ali „držati stvari pod kontrolom“. Sagovornika ne treba bespotrebno prekidati, niti iznositi lične stavove, a posebno se ne treba svađati tokom emisije što se u posljednje vrijeme dešava ostavljajući utisak da novinar obavezno zastupa nečiju stranu.

Specifičnost intervjua ogleda se i u **snimanju i montaži**. Kamera se mora spustiti na odgovarajuću visinu, a sagovornicima treba objasniti zašto ekipa snima. Osjetljivost običaja, moralnih normi i privatnosti, prvenstveno dolazi do izražaja u direktnom kontaktu novinar-sagovornik. Stoga, TV ekipa mora saradivati i imati dozvolu za snimanje. Kada se odaberu odgovarajući dijelovi iz intervjua, montažer može da sve nezgodne preklape pokrije dodatnim kadrovima koje je potrebno snimiti.

Svi snimljeni intervjui moraju imati pet osnovnih vrsta kadrova¹⁶:

- *Uvodni kadrovi* – slike koje se mogu koristiti kao uvod u intervjui, npr. slike sagovornika za radnim stolom ili za vrijeme aktivnosti.
- *Rezovi (cutaways)* – ovo su kadrovi kojima se prelazi sa intervjua na montirani dio. Mogu se prekriti kako bi se pokrili preklopi, npr. krupni kadar ruku sagovornika, ili nešto što se pominje u intervjui, npr. neki dokument.
- *Klimanje glavom (noddies)* – to su kadrovi u kojima reporter klima glavom (snimljen iz ugla osobe koja daje intervjui) kao da prima k znanju ono što sagovornik govori.
- *Dvoplan* – obično široki kadar u kome se vidi i novinar i sagovornik. Snima se nakon intervjua i izgleda kao da sagovornik sluša pitanja reportera. Isto tako postoji dvoplan preko ramena u kojem kamera gleda u leđa novinara i zumira pored njega da bi pokrila sagovornika.
- *Obrnuti kadrovi* – snima se iz suprotnog ugla u odnosu na ugao iz kojeg je rađen intervjui.

Odnos primarnih i sekundarnih u intervjui mora imati reciprocitet. U intervjui je sagovornik primarni, a novinar ne treba biti u centru pažnje.

¹⁶ Spahić Besim i Nermina Šaćić, 2004, *Novinarstvo u funkciji ljudskog napretka*, Internews B&H, Sarajevo, s. 113.

ZAKLJUČAK

Nastanak prvog intervjua vezuje se za početak 19. vijeka, prema nekim autorima 1836. godinu, odnosno 1866. godinu. Od tog perioda, pa do danas, među teoretičarima novinarstva preklapaju se različita viđenja, počev od samog definisanja, pa do njegovih vrsta. Jedni ga smatraju metodom, drugi tehnikom, dok ga u novinarstvu osim metode i tehnike za prikupljanje podataka i informacija smatraju i zasebnim novinarskim žanrom. Bez obzira na to ko ga kako smatrao i nazivao, intervjua od svog postanka ima tendenciju stalnog rasta. Njegova upotreba je konstantna i kao metoda, i tehnika, a sve više i kao žanra, bez obzira na vrstu medija. Jedni smatraju da intervjua ima onoliko koliko i njihovih autora, drugi pak da intervjua može biti „klasični“ i „intervjua profil“, a prema BBC-u tri su osnovne vrste intervjua i čak 12 podvrsta. Od 2008. godine svijet je pogodila velika ekonomska kriza. Niko nije bio pošteđen, pa ni mediji, počevši od štampe, koja je, može se reći, pretrpjela najveće gubitke, preko nešto manje gubitnika ako se analiziraju audio-vizuelni mediji. Stoga je sasvim izvjesno da je novinarstvo pod ovakvim uticajem doživljavalo i doživljava ozbiljne promjene, pa i kada je riječ o žanrovima i njihovom prezentovanju. Finansijskih sredstava za ozbiljna istraživanja i istraživačke tekstove sve je manje, a intervjua u njegovim različitim modalitetima sve više. Naročito onih kojih će biti kao jedan od „najlakših puteva“ dolaženja do informacija i saznanjih gledašta. Sve su to ozbiljni motivi koji podstiču da se proučavanje fenomena intervjua uopšte, a posebno na najzastupljenijem svjetskom mediju – televiziji, kao dominantnog istraživačkog metoda u savremenom interpretativnom novinarstvu, dodatno aktualizuje. U prilog ovoj tezi ide svakako i to da danas nema medija, bilo štampe, radija ili televizije, a da nema u svom izdanju ili programu zastupljen intervjua, da li kao izjavu, da li kao emisiju, pošto akcenat stavljamo na televiziju. Međutim, ovo sve ukazuje na to da intervjua oslikava njegova raznolikost, kako kao metoda, tako i kao žanra, i naravno sve zavisi i od vrste medija, što samo potvrđuje njegovu višeznačnost, mogućnosti i različite primjene. Ako se tome doda prezent već aktuelne četvrte tehnološke revolucije, dakle, pojave i razvoja Interneta, a potom i sve veće besplatno gledanje televizije putem internet provajdera, i sve veće prisustvo intervjua u novim medijima, kako Internet nazivaju neki teoretičari novinarstva, jednostavno se vidi njegov značaj, kako na društvenom, tako i na naučnom planu.

Uglavnom, teoretičari su saglasni u zaključci da razlog, prije svega, leži u njegovoj neposrednosti u komunikaciji s javnošću, prirodnosti i uvjerljivosti, a iznad svega u informativnosti. Dakle, uvjerljivost, autentičnost i vjerodostojnost neke su od njegovih gotovo nedostižnih prednosti u odnosu na ostale novinarske žanrove. Ako se tome doda njegova dinamičnost i izuzetno visok stepen komunikativnosti, onda su razlozi popularnosti intervjua i njegove predominantnosti nad ostalim oblicima izražavanja sasvim logični. Intervjua je sastavni dio svakog priloga u televizijskim vijestima, jer se njime prilog proširuje, dodatno razvija teza

i dodaje segment „običnog čovjeka“ koji ima priliku da kaže. I u tome možemo vidjeti dodatne razloge za njegovu sve veću zastupljenost u savremenom novinarstvu.

INTERVIEW – DOMINANT GERNE CONTEMPORARY TELEVISION

Vesna Đurić, Ph.D. and Sanja Amidžić, M.A.

Abstract: The Interview as a sublimation of accuracy, objectivity, integrity, and interesting research and data collection has been present in science, but also in the mass media. Experts agree that an interview is popular for his naturalness, clarity and persuasiveness of the message, and to a method and technique long used in journalism. It is often exploited as a base or only as one of many journalistic genres and gives it more popular than other journalistic genres. Since the advent of the interview, at the beginning of the 19th century, present constant author dilemmas, to watch the interview: a method, technique, or as a form of journalistic expression. In a world of constant social change there is less funding for research and research articles, and then the interview becomes more important because it is the "easiest way" of obtaining information.

Key words: *television, interviews, journalistic genres, methods, research, data collection.*

LITERATURA

1. Bjelica Mihajlo i Jeftović Zoran, 2006., *Istorija novinarstva*, Univerzitet primenjenih nauka, Beograd;
1. Bojd Endriju, 2002., *Novinarstvo u elektronskim medijima*, Klio, Beograd;
2. Daglas A. Anderson i Brus Itjua, 2001., *Pisanje vesti i izveštaja za današnje medije*, Media centar, Beograd;
3. Edgar Moren, 1982., *Intervju u društvenim naukama i na radio-televiziji*, III program Radio Beograda, Beograd;
4. Gocini Đovani, 2002., *Istorija novinarstva*, Klio, Beograd;
5. Lukač Sergej, 1979., *Teorija i tehnika novinarstva*, Fakultet političkih nauka, Beograd;
6. Macanović, Hrvoje, *Intervju na radiju i TV*, „Novinarstvo“ 2-3/67
7. Mek Kvin Dejvid, 2000., *Televizija*, Klio, Beograd
8. Mek Kvejl Denis, 2007., *Uloga medija u društvu*, CM 3
9. Nuhić Muhamed, 2000., *Od pečinskog crteža do interneta*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo;
10. Plenković Mario, 1987., *Teorija i praksa suvremenog novinarstva*, Grafoimpex, Zagreb;
11. Plenković Mario, 1993., *Komunikologija masovnih medija*, Barbat, Zagreb;
12. Rajnvajn Ljubomir, 1988., *Stvaralaštvo novinara*, Naučna knjiga, Beograd;
13. Rajnvajn Ljubomir i Mladenov Marin, 1982., *Oblici novinarskog izražavanja*, Srpski udžbenik; Beograd
14. Rus-Mol Štefan, 2005., *Novinarstvo*, Klio, Beograd;
15. Spahić Besim i Nermina Šaćić, 2004, *Novinarstvo u funkciji ljudskog napretka*, Internews B&H, Sarajevo;
16. Sapunar Marko, 2001., *Teorijski aspekti novinarstva*, Zagreb;
17. Slavković Dušan, 1981., *Biti novinar*, Radnička štampa, Beograd;
18. Šćekić Jovan, 1960., *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd;
19. Todorović Neda, 2002., *Interpretativno i istraživačko novinarstvo*, Čigoja štampa, Beograd;
20. Todorović Neda, 1998., *Savremeno novinarstvo*, Čigoja štampa, Beograd;
21. Zuber, Vesna, 2005. *TV intervju*, Anali poslovne ekonomije, UPIM, Banjaluka
22. Zuber, Vesna, 2005. *De/monopolizacija medija u Republici Srpskoj*, Besjeda, Banjaluka
23. Životić, Radomir, 1993., *Novinarski žanrovi*, Institut za novinarstvo Beograd