

Analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih reality emisija

Vrdoljak, Ema

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:930618>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-01**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 271_KOM_2023

**Analiza percepcije i medijske pokrivenosti
plesnih *reality* emisija**

Ema Vrdoljak, 033604/9231

Koprivnica, rujan 2023. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 271_KOM_2023

Analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih *reality* emisija

Studentica

Ema Vrdoljak, 033604/9231

Mentorica

izv. prof. dr. sc. Lidija Dujčić

Koprivnica, rujan 2023. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	sveučilišni prijediplomski studij Komunikologija, mediji i novinarstvo		
PRISTUPNIK	Ema Vrdoljak	MATIČNI BROJ	033604/9231
DATUM	13. 9. 2023.	KOLEGIJ	Novinarska radionica 2
NASLOV RADA	Analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih reality emisija		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Analysis of perception and media coverage of dance reality shows

MENTOR Lidija Dujic ZVANJE izvanredna profesorica

ČLANOVI POVJERENSTVA	
1.	izv. prof. dr. sc. Željko Krušelj, predsjednik
2.	doc. dr. sc. Krešimir Lacković, član
3.	izv. prof. dr. sc. Lidija Dujic, mentorica
4.	doc. dr. sc. Irena Radej Milić, zamjenica članica
5.	

Zadatak završnog rada

BROJ 271_KMN_2023

OPIS

Tema ovoga završnog rada jesu percepcija i medijska pokrivenost plesnih reality emisija, na temelju usporedbe izvorne britanske verzije i hrvatske franšize; odnosno, njezinih inačica na javnoj i komercijalnoj televiziji. Kompoziciju rada čine dvije cjeline: (1) teorijska u kojoj se tumače ključni pojmovi (infotainment, reality, show) i (2) istraživačka u kojoj se komparativno uspoređuju pristupi javne i komercijalne hrvatske televizije kako bi se analizirali različiti segmenti produkcije i utvrdila medijska pokrivenost ovih televizijskih formata. Zaključno se usustavljaju rezultati istraživanja.

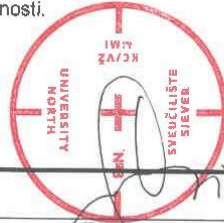
U radu je potrebno:

- Uvodno postaviti teorijski okvir istraživanih fenomena.
- Definirati metodologiju istraživanja.
- Istražiti razlike u produkciji reality emisija na javnoj i komercijalnoj televiziji.
- Analizirati rezultate komparativnog istraživanja medijske pokrivenosti.
- Izvesti zaključke na temelju provedenih istraživanja.

ZADATAK URUČEN 14. 9. 2023

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SIEVER



Predgovor

Zanimanje za svijet plesa neizbježno vodi i do emisija poput „Strictly Come Dancing“ i njezine hrvatske inačice „Plesa sa zvijezdama“. Ovaj završni rad upravo proizlazi iz interesa prema plesu, ali i svjetskim televizijama, kulturnim fenomenima, razlikama između percepcije hrvatske publike iste emisije različitih televizija – javne i komercijalne.

Motivacija za istraživanje ovih emisija i njihovih ključnih karakteristika bila je želja da dublje razumijem kako se globalno popularni format „Strictly Come Dancing“ prilagođava, interpretira i reinterpretira u hrvatskom kontekstu. Svjesna sam da uspoređivanje originala s hrvatskom franšizom donosi bolji uvid u procese kulturne prilagodbe i dinamike televizijske industrije. Analizom ovih sadržaja željela sam istražiti kako se hrvatski „Ples sa zvijezdama“ razvijao tijekom godina, prelazeći s javne na komercijalnu televiziju, koliko se razlikuje od britanskog originala te kako su oba formata oblikovala medijski pejzaž i percepciju plesa u svojim kulturama.

Osim toga, ovaj završni rad je i rezultat mnogih inspirirajućih ljudi i njihove podrške tijekom mog obrazovanja. Želim najprije zahvaliti mentorici koja mi je pružila neprocjenjivu stručnost i smjernice u izradi ovoga završnog rada. Također bih željela zahvaliti obitelji i prijateljima na neumornoj podršci i vjeri u moj rad; bez njihove podrške, ovaj rad ne bi bio moguć. Neka ova analiza sadržaja posluži kao prilog razumijevanju dinamike globalnih medija i kreativnih procesa koji oblikuju našu svakodnevicu.

Sažetak

Tema ovoga završnog rada jest percepcija i medijska pokrivenost plesnih *reality* emisija, odnosno usporedba izvorne britanske emisije s hrvatskom franšizom te javne s komercijalnom televizijom. Rad se sastoji od dva dijela: teorijskog i istraživačkog. U teorijskom dijelu objašnjava se razlika između javne i komercijalne televizije, uloga *reality* emisija u svijetu, karakteristike *infotainment*a, a upoznajemo i *show* kao žanr.

Istraživački dio rada uključuje analizu pristupa javne i komercijalne hrvatske televizije kako bismo utvrdili razliku u medijskoj pokrivenosti emisije „Ples sa zvijezdama“, kao i analizu različitih segmenata izvornoga britanskog *show*a „Strictly Come Dancing“ i hrvatske franšize „Plesa sa zvijezdama“ kako bismo uvidjeli postoji li razlike u naglašavanju plesnih vještina. Zaključno su navedeni rezultati istraživanja.

Ključne riječi: ples, TV *show*, *reality*, „Ples sa zvijezdama“, „Strictly Come Dancing“

Summary

The topic of this final paper is the perception and media coverage of dance reality – TV shows, i.e. the comparison of the original British show with the Croatian franchise as well as the comparison of public and commercial television. This work consists of two parts the theoretical and the research part. The theoretical part of this paper explains the difference between public and commercial television, the role of reality – TV shows in the world, the characteristics of infotainment, and the genre of the show is also explored.

The research part of this paper includes an analysis of the approach to Croatian public and commercial television. The purpose order to determine the differences in media coverage of the show „Dancing with the Stars”, as well as an analysis of different segments of the original British show „Strictly Come Dancing” and the Croatian franchise of the same show „Dancing with the Stars“ in order to see whether there is or differences in emphasizing dance skills. In the conclusion the results of the research will be stated and explained.

Key words: dance, TV show, reality, „Dancing with the Stars”, „Strictly Come Dancing”

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. TV: javna i komercijalna	2
3. TV žanrovi	4
3.1. <i>Reality</i> emisije	4
3.2. <i>Infotainment</i>	5
4. <i>Show</i> kao najproduktivniji TV žanr	7
5. Plesne emisije.....	8
6. Izvorna/britanska emisija „Strictly Come Dancing“	9
7. „Ples sa zvijezdama“	11
8. Sličnosti i razlike „Strictly Come Dancing“ i „Plesa sa zvijezdama“	13
9. Medijska pokrivenost emisije „Ples sa zvijezdama“ na komercijalnoj i javnoj televiziji..	16
9.1. Količina medijske pokrivenosti (HRT i Nova TV)	16
9.2. Ton medijskih materijala	17
9.3. Istaknuti sudionici	18
9.4. Vrste medijskih materijala.....	19
10. Analiza i usporedba sadržaja hrvatske franšize s originalom	22
10.1. Fokus na plesnim vještinama.	22
10.2. Osobne priče i druge karakteristike natjecatelja	23
10.3. Ton i narativ	25
10.4. Priznanja i nagrade.....	26
11. Zaključak.....	29
12. Literatura.....	32
13. Popis slika	34

1. Uvod

U vremenu brze i sveprisutne medijske konzumacije, televizija – iako se uz sve novije tehnologije smatra zastarjelom – i dalje zauzima posebno mjesto kao kanal koji povezuje milijune gledatelja diljem svijeta. U tom kontekstu, emisije plesnih natjecanja postale su neizostavan dio televizijskog pejzaža, privlačeći pažnju široke publike spojem poznatih osoba s glazbom i plesom. Njihova sposobnost da osvajaju srca gledatelja i izazivaju emocionalne reakcije čini ih ne samo zabavnim sadržajem, već i fenomenom koji odražava kulturne, društvene i medijske aspekte.

Tema ovoga završnog rada jest analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih *reality* emisija, odnosno – usporedba izvorne britanske emisije s hrvatskom franšizom te javne s komercijalnom televizijom. Fokus istraživanja leži u uspoređivanju i analizi nekoliko aspekata tih emisija na različitim televizijama s posebnim naglaskom na njihove produkcije, stilove izvedbi, sudionike i pristupe medijima. Emisija „Ples sa zvijezdama“ postala je prepoznatljiviji simbol hrvatske medijske scene, prikazujući poznate osobe iz različitih sfera javnog života na plesnom podiju. S druge strane, „Strictly Come Dancing“ postigao je međunarodni uspjeh kao originalna britanska emisija, koja je pridonijela globalnoj popularnosti plesnih natjecanja. Iako ove dvije emisije dijele zajednički koncept, njihovi pristupi i stilovi produkcije reflektiraju specifičnosti kulturnih, društvenih i medijskih uvjeta u kojima djeluju.

Cilj je završnog rada istražiti razlike između javne i komercijalne televizije u interpretaciji i prezentaciji sadržaja plesnih natjecanja te utvrditi kako se ti različiti pristupi manifestiraju u produkciji, sudionicima i načinu na koji ih mediji promoviraju. Svrha je rada, ovakvim analitičkim pristupom, doprinijeti širem razumijevanju medijske kulture, uloge televizije i interakcije između medijskih platformi i publike. U kontekstu brzih promjena medijskog okruženja, ovo istraživanje otvara vrata za razumijevanje dubljih medijskih trendova i dinamika koje oblikuju način na koji konzumiramo i percipiramo televizijski sadržaj.

Postavljene su sljedeće istraživačke hipoteze:

H1: Broj članaka i medijska pokrivenost emisije „Plesa sa zvijezdama“ na komercijalnoj televiziji (Nova TV) značajno je veća od medijske pokrivenosti iste emisije na javnoj televiziji (HRT).

H2: Medijska prezentacija sudionika u britanskoj verziji emisije „Strictly Come Dancing“ naglašava njihove plesne vještine više nego medijska prezentacija sudionika u hrvatskoj verziji „Plesa sa zvijezdama“.

2. TV: javna i komercijalna

Poznato je kako su javna i komercijalna televizija dvije osnovne kategorije televizijskog emitiranja koje se razlikuju po svojoj prirodi, ciljevima i načinu financiranja. Damir Matković u svojoj knjizi *Televizijski program* javnu televiziju opisuje kao onu čiji je upravitelj država. Dakle, javna televizija financira se iz javnih izvora, često putem pretplate ili poreza na televiziju. Neki javni televizijski kanali također primaju sredstva od države. Ona često ima javnu misiju koja uključuje obvezu pružanja obrazovnog, kulturnog i informativnog sadržaja. To znači da bi javni televizijski kanali trebali biti posvećeni emitiranju programa koji služe općem dobru i obrazovanju građana. Također, težiti novinarstvu bez pritiska političkih ili komercijalnih interesa. To je važno kako bi se osigurala neovisnost i kvaliteta informacija. Javne televizije obično imaju ograničenu ili nikakvu reklamnu prisutnost, ili se reklame koriste samo za promicanje vlastitih programa i usluga (prema Matković 2001: 127).

HRT je javna televizija u vlasništvu Republike Hrvatske. Financira se iz proračuna, pretplate koju plaćaju građani, prihoda od oglašavanja i drugih izvora. Uključuje informativne emisije, kulturne sadržaje, obrazovne programe i zabavu. Također ima odgovornost za promicanje hrvatske kulture i jezika. Nudi raznolik sadržaj, uključujući vijesti, dokumentarce, emisije o kulturi i umjetnosti, sportske prijenose, obrazovne programe, zabavu i serije. HRT ima ograničenu prisutnost oglasa, a oglašavanje je regulirano zakonima koji ograničavaju količinu i vrstu oglasa. „Javna radiotelevizija više nikada neće imati onu važnost i tako brojnu publiku kakvu je imala u predsatelitsko i preddigitalno doba“ (Matković 2001: 119). Važno je naglasiti da televizija ima ključnu ulogu u kritici i nadzoru vlasti. Unatoč tome, možemo primijetiti da, iako imamo veću slobodu za kritiku vlasti na HRT-u nego ikada prije, često se ta kritika čini nedovoljno zreloom. Umjesto da teži konstruktivnim rješenjima, nerijetko se svodi na ironiziranje odluka vlasti. Ponekad se može činiti da se radi o poziranju koje ne poštuje zrelost publike (Stantić 2003: 139).

Komercijalne televizijske stanice u privatnom su vlasništvu. One se financiraju uglavnom putem oglašavanja i prodaje oglasa. I u Hrvatskoj se različite komercijalne televizije, bilo da su u privatnom vlasništvu ili pripadaju medijskim korporacijama, oslanjaju na financiranje putem oglašavanja i prodaje reklama. Glavni cilj komercijalne televizije je profit. Njihova programska ponuda često je usmjerena na privlačenje većeg broja gledatelja kako bi privukli i više oglašivača. Komercijalna televizija nudi raznolik sadržaj; uključujući serije, *reality* emisije, sportske prijenose i zabavne programe. Ovakva programska ponuda ovisi o tržišnim trendovima i preferencijama publike. Već je poznato da imaju značajnu prisutnost oglasa. Reklame su ključni izvor prihoda te se programi često prekidaju reklamama. Takve televizije obično su podložne velikoj konkurenciji na tržištu medija jer se bore za gledatelje i oglašivače s drugim komercijalnim medijima. Važno

je napomenuti da u stvarnosti postoji mnogo nijansi između ovih dviju kategorija, a neke televizijske stanice mogu kombinirati elemente oba modela. Također, televizija se razvija s vremenom, a tehnološki napredak i promjene u potrebama publike mogu utjecati na način na koji javne i komercijalne televizije pristupaju svojim ciljevima i sadržaju. „Stvaranje takvih kombiniranih sustava zahtijeva nova velika ulaganja u infrastrukturu, ali i ujedinjavanje dobavljača priključka (komunikacijskih kanala) i dobavljača sadržaja. Dvojbeno je, dakle, mogu li se javne televizije uopće uključiti u ovakvu utrku koja je već počela!“ (Matković 2001: 119).

3. TV žanrovi

Raymond Williams (1974: 44) ističe da se televizijski formati razvijaju iz prethodnih formi, šireći se na način koji proizlazi iz ranijih oblika prisutnih u tisku, kazalištu, sportskim stadionima i slično. S vremenom televizija je razvila svoje vlastite, inovativne i specifične formate i žanrove. To su: drama-dokumentarac koji kombinira stvarnu situaciju s elementima fikcije pri čemu se stvarnost prikazuje putem medijske interpretacije, edukacija putem viđenja gdje se naglasak stavlja na učenje putem gledanja, diskusije koje omogućuju gledateljima da sudjeluju u interakcijama među sudionicima u stvarnom vremenu, televizijski prilog koji predstavlja kombinaciju eseja, časopisa i dokumentarca i na kraju „televizija“ koja je specifična zbog vizualne mobilnosti, koja je posebno izražena kada se isključi zvuk.

3.1. *Reality* emisije

Reality emisije su televizijski programi koji dokumentiraju stvarne događaje, situacije i živote ljudi. Ovaj televizijski žanr postao je iznimno popularan diljem svijeta i razvio se u niz različitih formata. *Reality* emisije dokumentiraju stvarne događaje, situacije i interakcije između sudionika. Umjesto glumaca, u ovim emisijama sudjeluju stvarne osobe. „*Reality* televizija se na razini svog medijskog samorazumijevanja reklamira kao novi oblik zabavnog programa zasnovan na nefikcijskim likovima“ (Grgić 2018: 7). One ustvari pokrivaju različite žanrove, uključujući natjecateljske emisije, dokumentarce o životima pojedinaca ili obitelji, *dating* emisije, putopise, kućne emisije i mnoge druge.

Mnoge *reality* emisije uključuju natjecateljski element. Sudionici se obično natječu za nagrade, titule ili druge oblike priznanja. Primjeri uključuju emisije poput „Survivor“, „The Amazing Race“ i „Top Chef“. Neke *reality* emisije stavljaju sudionike u izolaciju od vanjskog svijeta tijekom trajanja emisije kako bi stvorile dramatične situacije i napetost. To je često karakteristično za emisije poput „Big Brothera“. „Privlačnost za sudionike sastoji se u tome što vjeruju da mogu steći popularnost svojim karakternim osobinama, a za nagradu dobivaju ne samo novac nego i slavu“ (Popović 2012: 37). *Reality* emisije koriste kamere za praćenje sudionika 24 sata dnevno, sedam dana u tjednu. Montaža i produkcija igraju ključnu ulogu u stvaranju priče i dinamike emisije. Vrlo često istražuju društvenu dinamiku i međuljudske odnose među sudionicima. Konflikti, prijateljstva i romanse nerijetko su središnji elementi. Zbog toga, nije čudno da privlače veliku publiku i postaju popularne serije. Gledatelji se često emocionalno povezuju sa sudionicima i prate njihove avanture. Neke su izazvale i kontroverze zbog svojih sadržaja, etičkih pitanja ili efekata na sudionike. To može uključiti pitanja privatnosti, mentalnog zdravlja i autentičnosti. *Reality*

emisije prisutne su širom svijeta i često se prilagođavaju lokalnim tržištima. Originalni formati nerijetko putuju između zemalja i kontinenta. One su ekonomski isplative jer zahtijevaju manje produkcije i troškove od tradicionalnih scenarijskih serija.

Reality emisije nude gledateljima priliku da se povežu sa stvarnim ljudima i situacijama te reflektiraju društvene, kulturološke i psihološke aspekte ljudskih života. Ovaj televizijski žanr ostaje popularan i raznolik te nastavlja privlačiti široku publiku. „Iako Amerika uvodi na tržište reality emisije, tijekom posljednjeg desetljeća 20. stoljeća dolazi do promjene te europske producentske kuće kreiraju neke od danas najpoznatijih reality emisija“ (Grgić 2018: 8).

3.2. Infotainment

Ranije je novinarski zadatak bio obraćati se svojoj publici dok je danas cilj obraćati se publici na originalan i dopadljiv način. Takav pristup stvorio je novu medijsku kulturu, a alati koji medijskim djelatnicima pomažu u tome su: atraktivni vizuali, kombinacija i raznovrsnost žanrova, emocionalnost, orijentacija komercijalnosti, zabava + informacija, ekspresivnost i dominacija forme.

Infotainment je medijski žanr koji kombinira elemente informiranja i zabave kako bi privukao i angažirao publiku. Ovaj žanr je često prisutan u različitim medijima, uključujući televiziju, radio, tiskak, *online* platforme i društvene medije. *Infotainment* je spoj riječi „informacija“ i „zabava“. Cilj ovog žanra je pružiti informacije na privlačan i zabavan način. Takav pristup često pruža informacije na prihvaćeniji način, koristeći elemente zabave kako bi zadržao pozornost publike. On se može pojaviti u različitim formatima, uključujući *talk-show* emisije, *reality* emisije, humorističke sadržaje i još mnogo toga. Vrlo često takve emisije vode poznate ličnosti ili slavne osobe koje bi privukle gledatelje ili čitatelje.

Pravi primjeri današnjeg vremena su TikTok i Instagram. To su platforme na kojima se koristi *infotainment* kako bi se privukla pažnja kroz zabavne videozapise i slike. Klasični primjer *infotaimenta* u tiskanim medijima su časopisi koji kombiniraju ozbiljne članke s tračevima o slavnim osobama. Kritičari tvrde da *infotainment* pruža površne ili nepotpune informacije zbog fokusa na zabavu. Često nailazimo na senzacionalističke naslove i priče koji također služe za privlačenje publike. *Infotainment* može oblikovati javno mišljenje i percepciju o određenim temama, događajima i slavnim osobama. Razvoj novih tehnologija i digitalnih platformi donosi nove načine za korištenje *infotaimenta*, kao i mogućnost personalizacije sadržaja. Jasno je da igra značajnu ulogu u medijskom okruženju i medijskoj kulturi današnjice. On kombinira potrebu za informacijama s potrebom za zabavom, pružajući raznolik i privlačan sadržaj publici.

Khangeldieva (2015) kroz internetski tekst nudi pet definicija koje obuhvaćaju značenje *infotainmenta* u suvremenoj medijskoj kulturi:

1. „*Infotainment* je fenomen prisutan u suvremenoj medijskoj kulturi i obuhvaća informacijske, komunikacijske i masovno zabavne elemente. On predstavlja organsku sintezu tih komponenti te posjeduje svoj društveni i kulturni status, uz nadnacionalna obilježja. Ovaj oblik estetske zabave često kombinira vijesti i druge vrste informacija s elementima drame i uvodnih igara, te je prisutan na različitim medijima kao što su tisak, radio, televizija i internet.
2. *Infotainment* je rezultat razvoja sociokulturnih oblika unutar prethodno specifičnih kulturno-povijesnih modela. To uključuje pionirske fenomene u drevnim kulturama, spektakularno kazalište starog Rima, predavanja i propovijedi srednjeg vijeka te javne procesije i umjetničku komediju.
3. *Infotainment* je višenamjenski fenomen medijske kulture s polifonim karakterom. Njegove glavne funkcije obuhvaćaju pružanje informacija, zabave, užitka, komunikacije, privlačnosti, šarma, redukcionizma, obrazovanja, prilagodbe i kompenzacije.
4. *Infotainment* se razvija u suvremenim masovnim medijima i razvili su se različiti oblici implementacije, kao što su politička zabava (*politainment*), obrazovna zabava (*edutainment*), tehnička zabava (*technotainment*) i drugi.
5. Televizijski *infotainment* obuhvaća različite žanrove i formate, uključujući vijesti, talk showove, jutarnje emisije, emisije u sudnici, medicinske emisije, TV časopise, TV igre, dokumentarce i mnoge druge.“¹

Postoji mnogo perspektiva koje se mogu primijeniti na ovu novu kulturu recepcije, ali ono što spaja sve te perspektive jest neosporni utjecaj medija na njezinu raširenost. „Današnji je svijet prepun radikalnih i naglih društvenih promjena, a televizija je medij kojem se prilazi bez kritičnosti i s malim razumijevanjem“ (Krušelj 2023: 8).

¹ <https://korona-himki.ru/bs/tuning-russian-cars/infoteinment-primery-kurosovaya-rabota-infoteinment-kak-zhanr-sovremennoi/>

4. *Show* kao najproduktivniji TV žanr

Show možemo svrstati u televizijski ili medijski žanr koji se karakterizira spektakularnim izvedbama, često uživo pred javnošću, kako bi zabavio i privukao gledatelje. Ovaj žanr obuhvaća različite vrste emisija koje se fokusiraju također na različite aspekte zabave; od glazbenih i plesnih performansa do komičnih nastupa i natjecateljskih elemenata. *Show* emisije često uključuju vizualno atraktivne i upečatljive elemente kako bi privukle pozornost gledatelja. To mogu biti impresivni svjetlosni efekti, scenski dizajn, kostimi, posebni efekti i sl. „Na TV *show* se gleda kao na noviji žanr, no on nije ništa nego moderniji oblik drame koji je kroz vrijeme podnosio brojne prilagodbe“ (Radović Jovanović 2010: 299). Većina *show* emisija izvodi se uživo pred javnošću ili kamerama, što dodaje dinamiku i nepredvidljivost izvedbama. *Show* kao žanr uključuje raznolikost izvedbe, glazbene nastupe, plesne brojeve, komične skečeve, natjecateljske segmente i druge zabavne elemente. Takve emisije često uključuju sudionike ili natjecatelje koji se ističu svojim talentom, vještinama ili osobnošću.

Publika igra važnu ulogu u ocjenjivanju i podršci tim sudionicima. Također, vrlo često uključuju elemente interakcije s javnošću, kao što su glasovanje, sudjelovanje u razgovorima s voditeljima ili komentiranje izvedbe. *Show* je popularan zbog svoje sposobnosti da privuče širok spektar gledatelja i stvori emocionalne reakcije. „Svojim načinom prikazivanja stvara iluziju neočekivanosti i nepredvidivosti“ (Radović Jovanović 2010: 299). Iako se *show* emisije često povezuju sa zabavom, mnoge od njih također mogu imati dublje poruke ili društveni kontekst, što dodaje slojevitost ovom žanru. „Produktivnost i popularnost *showa* kao TV žanra očituje se u tome što donosi novac, a produkcija je vrlo često jeftina“ (Radović Jovanović 2010: 299).

5. Plesne emisije

U ovom ćemo se poglavlju najprije osvrnuti općenito na plesne emisije i njihovu ulogu. Dakle, plesne emisije su televizijski programi koji se fokusiraju na plesnu izvedbu. Ovaj televizijski žanr postao je izuzetno popularan i raznovrstan, nudeći različite stilove plesa, natjecanja i zabave za gledatelje. One obuhvaćaju širok spektar plesnih stilova, uključujući standardne plesove poput valcera i tanga, suvremene plesove, hip-hop, latino plesove, balet, jazz i mnoge druge. Mnoge plesne emisije su natjecateljskog karaktera. Sudionici se ocjenjuju prema svojim plesnim vještinama, interpretaciji glazbe i scenskom nastupu. Emisije poput „Plesa sa zvijezdama“ popularizirale su ovaj koncept. Plesne emisije često ističu kreativnost u koreografiji. Plesni koreografi stvaraju različite plesne brojeve za izvođače, a originalnost i izvedba igraju ključnu ulogu u ocjenjivanju. Natjecateljske plesne emisije uključuju stručne sudce koji ocjenjuju izvedbu i daju povratne informacije natjecateljima. Ovi stručnjaci obično dolaze iz svijeta plesa ili zabavne industrije. Takve emisije prate put sudionika, uključujući njihov trening, napore za poboljšanje vještina i razvoj plesnih likova. Često su to emisije zabavnog karaktera i *show* programi koji kombiniraju ples s elementima zabave.

Plesači izvode nastupe uz pomoć scenskih efekata koji znatno pridonose izvedbi. Emisije ovog karaktera privlače publiku koja se emocionalno povezuje s plesačima i njihovim životnim pričama. Ples može izražavati emocije i priče na način koji dotiče gledatelje. Neke emisije pozivaju poznate osobe izvan plesne industrije da sudjeluju i natječu se u plesu. To dodaje element slavnih osobnosti i šarmu emisije. Promatrajući ovu tematiku lako je zaključiti da ovakve emisije postaju popularne i imaju značajan utjecaj na popularnost različitih plesnih stilova i plesnih škola. Ono što je dobro jest to da pružaju gledateljima priliku da nauče više o plesu, različitim plesnim stilovima i tehnikama. Nude i priliku za uživanje u plesnim izvedbama, inspiraciju i podršku.

6. Izvorna/britanska emisija „Strictly Come Dancing“

U ovom poglavlju najprije ćemo saznati osnovne i općenite podatke vezane za emisiju „Strictly Come Dancing“, a nakon toga istražiti ćemo razlike između izvorne i domaće verzije kako bismo lakše razumjeli i pratili istraživački dio završnog rada, to su: format emisije, stil i odabir sudionika.

„Strictly Come Dancing“ britanski je i prvi plesni natjecateljski *show*, koji je ujedno i svim njegovim franšizama poslužio kao primjer. *Show* je poznat i kao „Strictly“ ili „SCD“. To je plesno natjecanje u kojem poznate osobe iz svijeta zabave i sporta pariraju s profesionalnim plesačima. Svaki par izvodi različite plesne rutine svaki tjedan, a žiri i gledatelji ocjenjuju njihove nastupe. Emisija je prvi put emitirana na BBC-u 15. svibnja 2004. godine i brzo je postala iznimno popularna u Velikoj Britaniji. Svaka emisija „Strictly Come Dancing“ podijeljena je u nekoliko dijelova. Parovi plesača izvode svoje koreografije, a nakon svake izvedbe žiri dodjeljuje ocjenu. Gledatelji imaju priliku glasati za svog favorita, a par s najmanje glasova napušta natjecanje svaki tjedan. Emisija okuplja talentirane profesionalne plesače koji vode poznate osobe kroz različite plesne discipline, uključujući valcer, tango, cha-cha-cha, foxtrot, sambu i mnoge druge. Do 2014. godine voditelji emisije bili su Bruce Forsyth i Daly, a danas su to Tess Daly i Claudia Winkleman.²

Žiri emisije čine poznate osobe iz svijeta plesa, glazbe i zabave. Oni ocjenjuju nastupe parova plesača i daju im bodove za tehniku, izvedbu i stil. „Strictly“ nudi mješavinu emocija, od smijeha do suza. Gledatelji se često povezuju s poznatim osobama koje se trude naučiti plesati i prikazati impresivne izvedbe. Emisija je postala ključni dio britanske kulture i ima masovnu gledanost. Također je inspirirala brojne inačice i adaptacije diljem svijeta. Nastupi u „Strictly“ obično su uživo, što dodaje element uzbuđenja i nepredvidljivosti. Sve sezone sagledavaju se u finalnoj emisiji u kojoj preostali parovi natjecatelja izvode svoje najbolje nastupe kako bi osvojili titulu pobjednika. Emisija je doprinijela popularizaciji plesa i plesnih škola u Velikoj Britaniji i diljem svijeta. „Strictly Come Dancing“ je emisija koja spaja zabavu i umjetnost plesa na način koji privlači široku publiku i čini je nezaboravnom i omiljenom među gledateljima. Sa svojim visokim brojkama gledanosti, „Strictly Come Dancing“ postao je značajan program na britanskoj televiziji, a proizvedeno je i 18 samostalnih božićnih specijala i 19 dobrotvornih specijala. Emisija se emitirala iz posebno izgrađenog seta u BBC-jevom televizijskom centru (prvenstveno u najvećem

² <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006m8dq>

studiju, TC1) do njegovog zatvaranja 2013. godine. Nakon toga emisija se preselila u Elstree Studios „George Lucas Stage“. Prve dvije sezone *showa* snimane su u Tower Ballroomu u Blackpoolu, gdje je 1970-ih snimana originalna serija „Come Dancing“.

7. „Ples sa zvijezdama“

U ovom ćemo se poglavlju detaljnije osvrnuti na hrvatsku verziju emisije te na njezino prikazivanje na javnoj i prelazak na komercijalnu televiziju. Kao što već znamo, hrvatska verzija emisije „Ples sa zvijezdama“ adaptacija je britanske emisije „Strictly Come Dancing“. Prva sezona hrvatske verzije emitirana je 2006. godine. U emisiji sudjeluju poznate javne ličnosti koje se natječu u plesnim disciplinama. Svaki natjecatelj ima svoga plesnog partnera/instruktora.

Tijekom sezone, parovi izvode različite plesne rutine, a ocjenjuju ih žiri i gledatelji. Žiri obično čine plesni stručnjaci koji ocjenjuju nastupe natjecatelja prema različitim kriterijima kao što su tehnička izvedba, ritam i izražajnost. Ocjene žirija kombiniraju se s glasovima gledatelja kako bi se odredili pobjednici. Emisiju obično vode poznati voditelji koji prate tijek natjecanja i razgovaraju s natjecateljima i žirijem. Emisija „Ples sa zvijezdama“ u Hrvatskoj je postala izuzetno popularna i privlači veliku gledateljsku publiku. Plesne vještine i nastupi natjecatelja često su teme razgovora u medijima.

Vidljivo je kako je doprinijela popularizaciji plesa u Hrvatskoj i potaknula mnoge da se zainteresiraju za ples. Tijekom sezone emisija često ima gostujuće izvođače i poznate ličnosti koje izvode posebne nastupe. Kroz godinu, emisija je imala više sezona, a svaka sezona ima svoje pobjednike i natjecatelje koji su ostvarili uspjeh u plesnim izvedbama. Emisija također može promicati društvene vrijednosti poput timske suradnje, predanosti i truda koji su potrebni za postizanje ciljeva. „Ples sa zvijezdama“ u Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama, kombinira zabavu, plesnu umjetnost i natjecanje te ima značajan utjecaj na medijski pejzaž i plesnu kulturu.

„Ples sa zvijezdama“ u Hrvatskoj se emitira od 2006. godine. Show je definiran kao zabavna emisija s elementima plesa. Od početka do 2013. godine emitira je HRT. U početku je emisija „Ples sa zvijezdama“ na HRT-u bila predstavljena kao kulturni događaj koji obećava plesnu umjetnost i talent poznatih osoba u plesu. Emisiju su vodili Barbara Kolar i Duško Ćurlić. Urednik je bio Tomislav Štengl, producent Vojo Stojanac, scenograf Dragutin Broz, glazbeni producent Nikša Bratoš, dizajner svjetla Marko Foretić, redatelj Dalibor Sokolić, a scenarist Alen Đurica. Kao gledatelji na javnoj televiziji očekujemo vidjeti analitičke pristupe emisijama koji istražuju plesne vještine sudionika, njihovu progresiju kroz emisiju i možda čak i kulturni utjecaj takvih programa. Od 2019. godine prava na emitiranje emisije preuzela je Nova TV.

Što čini televiziju javnom? Financijska struktura sama po sebi ne čini televiziju javnom. Iako je većina financiranja HRT-a proizašla iz obveznih pretplata koje se propisuju zakonom, ključna odrednica javne televizije nije samo izvor financiranja, već i njezina odgovornost prema javnosti. Javna televizija, kao što je HRT, trebala bi biti odgovorna javnosti na nekoliko načina. Javna televizija treba pružati nepristrane i objektivne informacije. To znači izvještavanje o događajima

s minimalnim političkim ili ideološkim pristranostima. Informacije koje pružaju trebaju biti istinite, točne i utemeljene na provjerenim činjenicama. Novinarstvo na javnoj televiziji treba biti visoke profesionalnosti. Javna televizija trebala bi razmatrati različite aspekte i stajališta o određenim temama, pružajući prostor za različite perspektive. To je važno kako bi se osigurala uravnotežena pokrivenost. Ona bi trebala služiti kao društveni forum na kojemu se razmatraju važna pitanja i raspravljaju različita mišljenja. To je ključna uloga u demokratskom društvu. Novinari na javnoj televiziji trebaju se suzdržavati od promicanja određenih političkih opcija i ostati neutralni u svom izvještavanju. Odgovornost prema javnosti, a ne samo izvor financiranja, čini televiziju javnom. Javna televizija trebala bi služiti interesima građana i pružati im pouzdane informacije i različite perspektive (Popović 2004: 20).

Nova TV je komercijalna televizija koja se financira pretežno putem oglašavanja. To može utjecati na način na koji se emisija predstavlja i na uključenost oglasa tijekom emitiranja. Na Novoj TV, emisija je više orijentirana prema zabavi i široj publici, uz potencijalno naglašavanje društvenih elemenata i zabavnih performansa. Važno je razumjeti kako se javna i komercijalna televizija razlikuju u pristupu sadržaju. Ovo može uključiti ton, naglasak, oglašavanje i percepciju koja se želi postići emisijom „Ples sa zvijezdama“ na oba kanala.

8. Sličnosti i razlike „Strictly Come Dancing“ i „Plesa sa zvijezdama“

Formati emisija „Strictly Come Dancing“ i „Ples sa zvijezdama“ imaju slične osnove, no postoje i određene razlike u pristupu, produkciji i stilu. Evo nekoliko ključnih razlika u formatu između ove dvije emisije:

- Originalna britanska emisija često ima žiri koji se sastoji od profesionalnih plesača, plesnih instruktora i medijskih ličnosti. Ocjene su kombinacija tehničkih elemenata, izražajnosti i cjelokupne izvedbe. Hrvatska verzija također ima žiri, no sastav žirija i kriteriji ocjenjivanja mogu se razlikovati. Ocjene mogu uzimati u obzir slične aspekte kao i britanska verzija, ali s lokalnim prilagodbama.
- Britanska verzija naglašava sofisticiranost i tradicionalnost u plesnim izvedbama. Fokus je na tehničkim aspektima plesa uz određenu dozu elegancije i klasičnog stila. Hrvatska verzija može imati različite stilove izvedbi, uključujući i humoristične i zabavne elemente. Izvedbe se mogu prilagoditi ukusu domaće publike.
- U britanskoj verziji često sudjeluju poznate ličnosti iz raznih sfera, kao što su gluma, sport, glazba i javna djelatnost. Hrvatska verzija također ima poznate sudionike, ali njihov izbor može varirati ovisno o sezoni i dostupnosti.
- Hrvatska verzija emisije prilagođava se kulturnim preferencijama i interesima domaće publike. To može rezultirati drugačijim temama, stilovima i pristupima.
- Jezik, dijalekti i kulturne referencije u emisiji „Ples sa zvijezdama“ prilagođavaju se hrvatskom okruženju dok britanska verzija koristi engleski jezik i britanske kulturne elemente.
- Produkcija i tehnička oprema emisija mogu se razlikovati, što utječe na vizualni identitet i doživljaj gledatelja.³

Stil emisija „Strictly Come Dancing“ i „Plesa sa zvijezdama“ odražava njihovu produkciju, prezentaciju i opću atmosferu. Iako dijele sličan koncept, postoji nekoliko razlika u stilu između ovih dviju emisija:

- Britanska verzija obično stavlja snažan naglasak na tehničke aspekte plesa. Izvedbe su precizne i fokusirane na tehničke detalje, kao što su koraci, ravnoteža i plesna forma.

³ <https://www.youtube.com/@bbcstrictly>

Hrvatska verzija ima raznolik stil izvedbi, s većom fleksibilnošću prema plesnim tehnikama. Ponekad se više fokusira na izražajnost i zabavu nego na strogu tehničku preciznost.

- Britanska verzija često ima sofisticiraniji ton i ozbiljniji pristup. Emisija teži očuvanju klasičnog plesnog stila, no prisutni su i zabava i humor. Hrvatska verzija ima opušteniji i zabavniji ton. Emisija se nerijetko prilagođava ukusu lokalne publike, uključujući humoristične i zabavne elemente.
- Kostimi i scenografija obično se prilagođavaju kulturnom okruženju i stilu svake verzije. „Strictly Come Dancing“ oslanja se na klasične i elegantne kostime dok „Ples sa zvijezdama“ ima raznovrsniju paletu stilova.
- Način na koji sudionici komuniciraju sa žirijem i publikom može varirati. Britanska verzija ima formalniji pristup dok se hrvatska verzija često oslanja na međuljudsku interakciju i lokalni duh.
- U „Strictly Come Dancing“ naglasak je na plesnoj eleganciji dok se u „Plesu sa zvijezdama“ igra s raznim stilovima izvedbi, uključujući humoristične i zabavne elemente.
- Emisije mogu varirati u glazbenom izboru i stilovima plesa koji se prikazuju. „Strictly Come Dancing“ često se drži klasičnih plesova dok „Ples sa zvijezdama“ može eksperimentirati s različitim žanrovima. Ove razlike u stilu čine svaku verziju emisije jedinstvenom, prilagođavajući je svojoj ciljnoj publici i kulturološkom kontekstu.⁴

Sudionici u emisijama „Strictly Come Dancing“ i „Ples sa zvijezdama“ imaju sličan koncept – poznate osobe se natječu u plesnim izvedbama. Međutim, postoje razlike u odabiru sudionika, njihovim profilima i ulogama unutar emisija;

- U britanskoj verziji, sudionici su često poznate ličnosti iz različitih sfera kao što su gluma, sport, glazba, novinarstvo itd. Sudionici su već svjetski poznate javne osobe. Hrvatska verzija također uključuje poznate osobe iz raznih sfera, ali njihov profil može varirati. Sudionici mogu biti poznati unutar Hrvatske ili u regionalnom kontekstu, s različitim razinama slavnih. U posljednje vrijeme primjećuje se prisutnost influencera i tiktokera, čija su djela i lica prepoznatljiva uglavnom mlađim generacijama.

⁴ <https://www.youtube.com/@bbcstrictly>

- Sudionici u obje emisije sudjeluju iz različitih razloga, kao što su testiranje svojih granica, zabava, prikupljanje sredstava za dobrotvorne svrhe i izazovi na osobnom i poslovnom planu.
- Sudionici u britanskoj verziji mogu imati različita iskustva s plesom, od potpunih početnika do onih koji već imaju određene plesne vještine ili su ih stekli tijekom svoje karijere. Hrvatska verzija također uključuje sudionike različitih plesnih vještina, od potpunih početnika do onih s određenim iskustvom.
- U obje emisije, sudionici su parovi s profesionalnim plesačima koji ih uče plesnim tehnikama i koreografijama. Dinamika između poznate osobe i profesionalnog plesača često je ključna komponenta emisije.
- Popularnost sudionika može varirati između emisija i sezona, što može utjecati na gledateljsku privlačnost i dinamiku natjecanja.⁵

Ove razlike u odabiru sudionika dodaju autentičnost svakoj verziji emisije, zbog toga su prilagođene kulturološkim i medijskim kontekstima u kojima se emitiraju. Ono što je zanimljivo pratiti jest promjena profila kandidata u novijim sezonama. Primjećujem kako se predrasude o izgledu ili plesnim sposobnostima razbijaju, pružajući priliku različitim pojedincima. Hrvatska verzija franšize usvojila je ovu inkluzivnu filozofiju iz originalne verzije, omogućujući kandidatima svih dobnih skupina, tjelesnih karakteristika ili s različitim plesnim iskustvom da pokažu svoj jedinstveni talent.⁶

⁵ <https://www.youtube.com/@bbcstrictly>

⁶ <https://www.youtube.com/@NOVATVHRV>

9. Medijska pokrivenost emisije „Ples sa zvijezdama“ na komercijalnoj i javnoj televiziji

U ovom dijelu rada ispitat ćemo medijsku pokrivenost emisije na jednoj i drugoj televiziji te tako doći do potvrde ili opovrgavanja početne hipoteze završnog rada. Prije analize, smatram važnim opisati ulogu medijske pokrivenosti. Naime, medijska pokrivenost ima ključnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja i društvenih diskursa. Zbog toga je važno da medijski profesionalci poštuju etičke standarde novinarstva kako bi osigurali točno i uravnoteženo izvještavanje o različitim temama i događajima. Mediji mogu izvještavati o istoj temi iz različitih perspektiva ili uglova. Izbor ugla može značajno utjecati na percepciju javnosti o danom događaju ili temi.

Vrlo često susrećemo se s medijskim naglašavanjem senzacionalističkih elemenata kako bi privukli pažnju publike, što može dovesti do iskrivljavanja stvarnosti ili preuveličavanja određenih događaja. Također, u nekim slučajevima mediji mogu biti podvrgnuti cenzuri ili kontrolama od strane vlasti ili drugih moćnih aktera, što može ograničiti slobodu izvještavanja. Medijska pokrivenost može biti globalna ili lokalna, što ovisi o značaju događaja ili teme i ciljne publike medija. Metodom analize sadržaja službenih portala HRT-a i Nove TV, kao i društvenih mreža koje prate te portale, cilj je utvrditi medijsku pokrivenost emisija prikazivanih na javnoj i komercijalnoj televiziji.

9.1. Količina medijske pokrivenosti (HRT i Nova TV)

Pretražujući arhiv stranice HRT-a i objava vezanih za „Ples sa zvijezdama“⁷ dok je emisija bila aktualna na HRT-u, mogla sam zapaziti kako je broj objava puno manji u odnosu na broj objava na stranici Nove TV. Dok je na Novoj TV kroz godinu dana objavljeno 320 objava vezanih za „Ples sa zvijezdama“⁸, na HRT-u sveukupno pronalazim 62 objave.

9.2. Ton medijskih materijala

Osim po učestalosti objavljivanja, ogromna je razlika u sadržaju i temama o kojima se piše. Sve objave iz arhive HRT-a potpuno su objektivne i služe kao obavijesti (tko su voditelji,

⁷ <https://www.hrt.hr/ples/sa/zvijezdama>

⁸ <https://novatv.dnevnik.hr/zabavni/ples-sa-zvijezdama>

natjecatelji/pobjednici...) ili kao preporuke za gledanje emisije. S druge strane, na portalu Nove TV jedva se može pronaći objava u takvom tonu. Tamo su objave često subjektivno opisanih plesova, životnih priča natjecatelja ili zanimljivih situacija koje su se događale na setovima, često „prenapuhanih“ naslova. Svi članci i s jednog i s drugog portala pozitivni su prema emisiji.

Stranica Nove TV na društvenoj mreži Facebook dijeli svaki tekst s njihovog portala i publici/korisnicima društvene mreže otvara mogućnost komentiranja.⁹ Prema komentarima na Facebooku možemo vidjeti kako je publika podijeljena. Ispod objava pronalazim jednak broj pozitivnih koliko i negativnih komentara. Neki od njih su: „Jedva cekam 👍❤️“, „Kad počinje?“, „To je toooo 😁 jedva čekam, ali će mi faliti Maja. 😞“, „Opet anonimci sudjeluju' Prošle sezone samo Bojana je mogla imati status zvijezde“, „U šta trošite novce“, „Čini se da lagano plešete prema kraju...“¹⁰ Uz posljednji komentar priložena je i sljedeća slika.



Slika 9.2.1. Naslov iz Jutarnjeg lista koji je priložen uz komentar na društvenoj mreži Facebook

Jedan od zanimljivijih komentara korisnika Facebooka je i ovaj: „Dok je "ples sa zvijezdama' bio na Hrt.....sa pravim plesacima, jednim i jedinim ziriom ...tada se je telka gledala

⁹ <https://www.facebook.com/NovaTV.hr>

¹⁰ <https://www.facebook.com/DNEVNIK.hr/posts>

subotom...danas????“ Iz brojnih komentara publike možemo uočiti kako nekima ipak nedostaje izvorna hrvatska verzija „Plesa sa zvijezdama“.

Sljedeći članak također nam može pojasniti ton medijskih materijala; u ovom slučaju, odnos između javne i komercijalne televizije.¹¹



Slika 9.2.2. Večernji list; Mario Sedmak o konkurentskoj televiziji

9.3. Istaknuti sudionici

Dok se na portalu HRT-a svi natjecatelji podjednako spominju, na portalu Nove TV ipak se očekivano neki posebno ističu zbog svoje zanimljive životne priče, a to je ono što uvijek privlači publiku. Među njima su Paula Tonković i Marco Cuccurin. Osim toga što su i pobjednici, kroz cijelu sezonu bili su zanimljivi publici zbog njihove vanjske prezentacije, životne priče i povezanosti koju su isticali i na društvenim mrežama.¹² U današnjem svijetu društvene mreže

¹¹ <https://www.vecernji.hr/showbiz/nas-ples-sa-zvijezdama-bio-je-kvalitetniji-a-a-stranu-ćemo-vratiti-u-program-1375059>

¹² https://www.instagram.com/p/Cse2LyMtSL_/?img_index=1

mijenjaju oblik komunikacije, od kojih oblik vizualne komunikacije predstavlja najzastupljenije oružje u interakciji. Virtualni svijet se oblikuje putem stalnog ažuriranja „estetike“, pri čemu je često naglasak daleko od realnosti (Sumarni 2018: 49).



Slika 9.3.1. Screenshot s društvene mreže Instagram; Paula Tonković i Marco Cuccurin

Aktivno sudjelovanje na Instagramu, uključujući sudjelovanje u svim aspektima i praksama koje obuhvaćaju Instagram iskustvo, ključno je za dublje razumijevanje ove društvene mreže. Osim samog načina snimanja fotografije, koji je jedan od načina sudjelovanja na ovoj platformi, važno je shvatiti da su fotografije, zajedno s komentarima, važan oblik interakcije koji oblikuje odnose unutar digitalnog, ali i stvarnog svijeta (Mc-Cune 2011: 38).

9.4. Vrste medijskih materijala

Tekstovi na portalu Nove TV su kratki i najčešće se uz njih nalazi videozapis plesa ili događaja o kojemu se piše. Tekst je povezan poveznicama na YouTube kanal, i društvene mreže Facebook

i Instagram. Među takvim oblicima tekstova ponekad se nađu i kratki intervjui koje također prate videozapisi.¹³ Tekstovi na portalu HRT-a obično su duži i uz njih su priložene samo fotografije.



Plijenili su pažnju svakim korakom! Bio je to vatreni i moćni paso doble!

21.5.2023 / 21:29 / Zanimljivosti

Paso doble izveli su Marco i Paula na drugom finalnom nastupu.

Prije deset tjedana prvi su put plesali paso doble. Napornim radom došli su do finala i nema koga nisu oduševili.

Slika 9.4.1. Izgled videozapisa uz tekst na portalu Nove TV

¹³ <https://novatv.dnevnik.hr/zabavni/ples-sa-zvijezdama/clanak/zanimljivosti/maja-drobnjakovic-i-marko-mrkicu-intervjuu-za-youtube-kanal-nove-tv---782495.html>



Slika 9.4.2. Izgled portala HRT-a, „Ples sa zvijezdama“ iz arhive

Pretražujući arhiv portala HRT-a, možemo vidjeti koliko je virtualni i multimedijски svijet uznapredovao. Sadržaj, način i izgled objava vremenom se evidentno promijenio, ali se uz multimedijalnost naglasak stavio i na funkcionalnost. Za razliku od objava danas, uz tekstove iz arhiva ne stoje poveznice za društvene mreže.

Upravo je to ono što Novoj TV znatno pomaže u pokrivenosti jedne takve emisije kao što je „Ples sa zvijezdama“ jer nam povezanim sadržajima pruža pogled na emisiju u svim oblicima i iz svih perspektiva gledanja.

10. Analiza i usporedba sadržaja hrvatske franšize s originalom

Dolazimo i do poglavlja u kojemu je cilj potvrditi ili opovrgnuti drugu hipotezu, a ona glasi ovako: Medijska prezentacija sudionika u britanskoj verziji emisije „Strictly Come Dancing“ naglašava njihove plesne vještine više nego medijska prezentacija sudionika u hrvatskoj verziji „Plesa sa zvijezdama“.

Analiza i usporedba sadržaja pomoći će nam u tome. U ovom dijelu istraživanja rad se usredotočuje na analizu i usporedbu hrvatske franšize „Plesa sa zvijezdama“ s britanskom emisijom „Strictly Come Dancing“ koja služi kao prototip za mnoge globalne verzije. U istraživanju ću analizirati različite aspekte ovih dviju emisija kako bismo bolje razumjeli njihove produkcije, prezentacije i utjecaj na gledatelje. Cilj je ispitati fokus na plesnim vještinama, osobne priče i karakteristike natjecatelja, ton medijskih materijala, priznanja i nagrade – sve u svrhu identifikacije razlika u načinu na koji se natjecatelji percipiraju.

Zbog toga što je originalna britanska verzija emitirana od listopada do prosinca 2022. godine, a hrvatska verzija 2023. godine od ožujka do svibnja, za uzorak ću uzeti epizode iz posljednjih sezona i usporediti ih. Ova analiza pružit će dublji uvid u medijske strategije, kulturološke prilagodbe i komercijalne implikacije emisija poput „Plesa sa zvijezdama“.

10.1. Fokus na plesnim vještinama

Iako znamo kako je britanska izvorna verzija poznata po visokoj razini plesnih vještina svojih natjecatelja, pregledavajući i našu domaću verziju mogu reći da je ipak i kod nas i dalje fokus na plesnim vještinama. I u jednoj i u drugoj emisiji žiri ima ključnu ulogu u vrednovanju plesnih vještina i napretku natjecatelja tijekom sezone. Njihovi komentari i ocjene često utječu na to kako gledatelji percipiraju plesne izvedbe i tko će napredovati u emisiji. U obje emisije žiri uglavnom čine stručnjaci za ples koji ocjenjuju izvedbu sudionika prema različitim kriterijima, uključujući tehniku, ritam, izražajnost i ukupni dojam. U britanskoj verziji svake sezone u žiriju sudjeluje i peti član, tj. slavna osoba. Još jedna razlika je ta da „Strictly Come Dancing“ ima svoj službeni podcast studija BBC.¹⁴ On zasigurno ima utjecaja na percepciju plesnih vještina natjecatelja.

¹⁴ <https://www.bbc.com/mediacentre/articles/2023/strictly-come-dancing-series-21>



Slika 10.1.1. „Strictly Come Dancing“ prostor i pozadine plesnih izvedbi

Razlika koja je uočljiva jest ta da britanska verzija obično ima veći budžet za produkciju nego hrvatska. To se jasno odražava u impresivnijim scenografijama i kostimima te angažmanu poznatih stručnjaka. Britanska verzija koristi naprednu tehničku opremu i efekte kako bi plesne izvedbe bile spektakularne. Hrvatska verzija ima manje tehničkih resursa. Također, u britanskoj verziji, poznate osobe koje sudjeluju obično su poznate na globalnoj razini, što može dovesti do većeg interesa i medijske pažnje.¹⁵

10.2. Osobne priče i druge karakteristike natjecatelja

Gledajući emisije jasno je kako osobne priče natjecatelja često igraju važnu ulogu. Takve priče dodaju emocionalnu notu javnom mnijenju i jačaju povezanost s javnošću. Priče o natjecateljima koji se suočavaju s izazovima, preprekama ili osobnim teškoćama inspiriraju publiku i jednako su prisutne i u jednoj i u drugoj emisiji. Gledatelji se osjećaju povezanim s natjecateljem koji se trudi nadići svoje granice. Takve priče naglašavaju raznolikost i inkluzivnost. Uključivanjem natjecatelja različitih dobnih skupina, kulturnih pozadina i sposobnosti, emisija promiče raznolikost i toleranciju. Promatrajući i jednu i drugu verziju, ipak zaključujem da je taj aspekt prisutniji u britanskoj verziji.

¹⁵ <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006m8dq>



Slika 10.2.1. Ellie Simmonds i Nikita Kuzmin, „Strictly Come Dancing“ na BBC-u



Slika 10.2.2. Maja Drobňaković i Marko Mrkić, „Ples sa zvijezdama“ na Novoj TV

Na prethodnim slikama nalaze se Ellie Simmonds i Maja Drobňaković sa svojim plesnim partnerima. Ellie Simmonds je bivša britanska paraolimpijska plivačica koja ima ahondroplaziju dok je Maja Drobňaković sportašica amputirane potkoljenice. No, to im nije bila nikakva prepreka za sudjelovanje u ovakvom vidu *showa*.

Vrlo često kada gledatelji saznaju o osobnim izazovima i pričama natjecatelja, stvara se emocionalna povezanost. Zbog toga, gledatelji navijaju za natjecatelje ne samo zbog njihovih plesnih vještina, već i zbog njihove osobne priče. Kroz sezonu gledatelji vide kako se natjecatelji suočavaju s izazovima, rastu i razvijaju se kao osobe. Osobne priče služe kao motivacija i podsjetnik da se uz trud i posvećenost mogu postići veliki rezultati.

Natjecatelji kroz *show* postaju uzorima i inspiracijom za druge. Primjećujem kako ponekad u obje emisije osobne priče natjecatelja utječu na ocjenu žirija. Emocionalna dubina priča može utjecati na to kako žiri vrednuje plesnu izvedbu. U konačnici, osobne priče natjecatelja dodaju ljudsku dimenziju emisijama o plesu i doprinose njihovoj privlačnosti i emocionalnoj dubini.

10.3. Ton i narativ

Ton i narativ koji se odnose na natjecatelje emisija igraju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije gledatelja o natjecateljima. Obje emisije koriste inspiracijski ton kako bi prikazale natjecatelje kao osobe koje se suočavaju s izazovima i preprekama te se trude ostvariti svoje snove. Ovo uključuje priče o njihovoj borbi i odlučnosti. Narativi često naglašavaju emocionalne trenutke sudionika, uključujući njihovu radost, suze, strahove i trijumfe.



Slika 10.3.1. Frano Ridjan pokazao emocije u „Plesu sa zvijezdama“

Show ističe izazove i prepreke s kojima se natjecatelji suočavaju, bilo da se radi o nedostatku plesnog iskustva, ozljedama ili drugim poteškoćama.



Slika 10.3.2. Metro; Will Mellor u „Strictly Come Dancing“

Na prethodnoj slici možemo vidjeti glumca Willa Mellora koji je posvetio ples svojoj majci i pokojnom ocu u trenutku kada je shvatio da su on i Hamza Yassin zajedno zauzeli vrh ljestvice najboljih „Strictly Come Dancing“ u prvom tjednu nove serije.¹⁶

Narativi kroz analizirane emisije također ističu prijateljstva koja se razvijaju među sudionicima i njihovu suradnju kao tima. Ton i narativ često odražavaju kako sudionici doživljavaju kritike i ocjene žirija. To uključuje njihove reakcije na pozitivne i negativne komentare. Kako sezona napreduje, narativi se oblikuju prema tome tko napreduje u natjecanju i kako se približava završetku; što uključuje priču o pobjedniku i završnoj izvedbi.

10.4. Priznanja i nagrade

U obje emisije natjecatelji mogu osvojiti priznanja i nagrade tijekom ili nakon svog sudjelovanja. Najprestižnija nagrada je naslov pobjednika sezone. Natjecatelj koji osvoji ovu titulu obično dobiva trofej ili medalju te često novčanu nagradu.



Slika 10.4.1. Pobjednici „Strictly Come Dancing“ 2022., Jowita Przystal i Hamza Yassin

U obje verzije gledatelji imaju priliku glasati za svoje omiljene natjecatelje. Natjecatelj koji osvoji najviše glasova publike može dobiti posebnu nagradu ili priznanje. Uz plesnu izvedbu, natjecatelji se ocjenjuju i prema drugim kriterijima, poput stilskog izražaja ili kreativnosti u

¹⁶ <https://metro.co.uk/2022/09/25/strictly-2022-will-mellor-emotional-as-he-tops-leaderboard-in-week-1-17444873/>

kostima. Nagrade za ove aspekte mogu biti dodijeljene od strane stručnjaka. Emisije često ističu napredak natjecatelja tijekom sezone.

Ako se emisija bazira na parovima ili timskim izvedbama, nagrade za najbolji timski rad mogu biti posebno priznanje za suradnju između natjecatelja. Neki natjecatelji odluče svoj uspjeh iskoristiti za dobrotvorne svrhe.

Nagrade za njihov angažman i doprinos humanitarnim projektima također su moguće. Pobjednici ili iznimni natjecatelji mogu dobiti pozivnice za sudjelovanje u drugim plesnim natjecanjima ili projektima.



09.06.2023. / 11:20

Televizijski show 'Ples sa zvjezdama' dobio je nagradu u kategoriji "Najbolji TV show powered by Altera" na ovogodišnjem L'Adria Hall of Fameu.

IZVOR: STORY PRESS

Prije nekoliko dana održan je L'ADRIA STORY HALL OF FAME, koji je i ovaj put tradicionalno okupio najveće hrvatske i regionalne zvijezde.

Slika 10.4.2. Story; „Ples sa zvjezdama“ dobio nagradu za „Najbolji TV show powered by Altera“

Na prethodnoj slici vidimo članak koji opisuje nagradu dobivenu nakon trajanja *showa*, a to je nagrada za „Najbolji TV show powered by Altera“ na ovogodišnjem L'Adria Hall of Fameu.¹⁷

Sumirajući rezultate drugog dijela istraživanja mogu reći kako druga hipoteza nije u potpunosti potvrđena. Naime, fokus na plesnim vještinama i odnos žirija prema natjecateljima jednak je i u

¹⁷ <https://story.hr/Celebrity/a257100/Larisa-Lipovac-Marko-Ciboci-i-Igor-Barberic-na-Story-Hall-of-Fameu-2023.html>

britanskoj i u domaćoj verziji. Osobne priče natjecatelja također su prisutne i u jednoj i u drugoj verziji. Priznanja i nagrade jednako osvajaju kandidati i sudionici i jednog i drugog *showa*. Jedina je razlika u tome što percepcija gledatelja može ići u smjeru da britanska verzija naglašava plesne vještine više nego domaća, samo zbog bogatije prezentacije izvedbi i globalne prepoznatljivosti sudionika *showa*. To pridonosi doživljaju ozbiljnosti i naglašavanja plesnih vještina.

11. Zaključak

Tema ovoga završnog rada bila je analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih *reality* emisija, odnosno – usporedba izvorne britanske emisije s hrvatskom franšizom te javne s komercijalnom televizijom. Završni rad komponiran je od dviju cjelina. U prvoj, teorijskoj cjelini osvrćemo se na javnu i komercijalnu televiziju, na njihove uloge u hrvatskom društvu, obveze, financije i načine prezentiranja sadržaja. Nakon toga opisani su novi TV žanrovi koji ruše svu konkurenciju; to su *reality showovi* i *infotainment* emisije koje spajaju informativni dio sa zabavom i na taj način privlače publiku. Zatim smo saznali što su to *showovi* kao samostalni žanrovi i koju ulogu nose sa sobom u današnjem svijetu. U drugoj, istraživačkoj cjelini detaljnije se upoznajemo s plesnim emisijama. Ona najpoznatija je i prva takva, britanska plesna emisija „Strictly Come Dancing“, uz nju objašnjene su i glavne razlike u odnosu na našu domaću verziju „Plesa sa zvijezdama“. Potom je hrvatska franšiza detaljnije opisana i kroz pregled djelovanja na javnoj televiziji (HRT) i komercijalnoj (Novoj TV). Taj dio uveo nas je u analizu sadržaja javne i komercijalne televizije, tj. portala koji prate televizije.

Na temelju analize službenih portala, potvrđena je prva hipoteza rada (H1) koja glasi ovako: „Broj članaka i medijska pokrivenost emisije „Plesa sa zvijezdama“ na komercijalnoj televiziji (Nova TV) značajno je veća od medijske pokrivenosti iste emisije na javnoj televiziji (HRT)“. Rezultati koje smo dobili pokazuju da se na portalu komercijalne televizije pojavio znatno veći broj objava vezanih za *show* u jednoj godini, nego što se u arhivu portala HRT-a mogu sveukupno pronaći. Vidljiva je razlika i u oblicima objava. Portal Nove TV uz svaki tekst sadrži i poveznice na društvene mreže (YouTube, Facebook i Instagram), što HRT ne čini. Upravo to smatram ključnim za potvrdu prve postavljene istraživačke hipoteze.

Drugi dio analize sadržaja potvrdio je i drugu hipotezu (H2) koja glasi: „Medijska prezentacija sudionika u britanskoj verziji emisije „Strictly Come Dancing“ naglašava njihove plesne vještine više nego medijska prezentacija sudionika u hrvatskoj verziji „Plesa sa zvijezdama“.“ Ključ za provjeru/dokazivanje ove hipoteze bio je u medijskoj prezentaciji. Naime, veća financijska sredstva pružaju britanskoj verziji mogućnost da naglasak bude na plesnim vještinama zbog čega prezentacija izvedbe izgleda puno profesionalnije; uz to što su i sudionici poznati i priznati na svjetskoj razini.

Ono što je na kraju neizbježno spomenuti jest odabir „zvijezda“ koje sudjeluju u novijim sezonama „Plesa sa zvijezdama“. O temi tko su to „zvijezde“ mogao bi se napisati još jedan zaseban rad. Naime, možemo primijetiti da u *showu* sve češće sudjeluju *influenceri*, osobe koje su postale poznate putem društvenih medija i interneta, a koje starije generacije najčešće ne poznaju ili nisu upoznate s njihovim radom. Ovaj trend reflektira promjene u medijskom krajoliku i načinu

na koji se danas definira „zvijezda“. Tradicionalno, „zvijezde“ su bile poznate osobe iz svijeta filma, glazbe, sporta ili televizije. Međutim, *influenceri* su svoju slavu stekli putem *online* platformi poput Instagrama, YouTubea i drugih društvenih medija. Njihova popularnost proizlazi iz njihovog sadržaja koji je često osoban, autentičan i usmjeren prema mlađoj publici. Odluka da se uključe *influenceri* u „Ples sa zvijezdama“ može imati različite posljedice. S jedne strane, to može privući mlađu publiku koja prati ove *influencere* na društvenim medijima, što može povećati gledanost emisije. S druge strane, može izazvati podijeljene reakcije kod starije publike koja možda nije upoznata s radom *influencera* ili može sumnjati u njihove vještine. Ova promjena u odabiru „zvijezda“ ukazuje na evoluciju zabavnih formata i mijenjanje percepcije slavnih osoba u digitalnom dobu. To je i odraz prilagodbe medijske industrije kako bi privukla različite ciljane skupine gledatelja i održala relevantnost u brzo mijenjajućem medijskom krajoliku.

Osobno smatram da takvi TV formati poput „Plesa sa zvijezdama“ igraju važnu ulogu u zabavnom svijetu te da će nastaviti privlačiti raznoliku publiku i prilagođavati se medijskim promjenama. Ipak, važno je zadržati kritički pristup prema takvim formatima kako bismo bolje razumjeli razliku između autentičnog i kvalitetnog sadržaja naspram prolaznih trendova i utrke za popularnošću.



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Ema Vrdoljak (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom "Analiza percepcije i medijske pokrivenosti plesnih reality emisija" (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Ema Vrdoljak

(*vlastoručni potpis*)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

12. Literatura

Knjige:

[1] Matković, D. 2019. *Televizijski program*. Zagreb: Školska knjiga.

[2] Williams, R. 1974. *Technology and Cultural Form*. Psychology Press.

Znanstveni i stručni radovi:

[1] Lončar, M.; Vučica, Z.; Hržić, L. „Instagram: prilog sociološkim istraživanjima aktivnosti mladih na društvenim mrežama“. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/439510>, datum pristupa 02.07.2023.

[2] Popović, H. „Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva“. *Holon*, Vol. 2 No. 3, 2012. str. 18-43. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/94534>, datum pristupa 02.07.2023.

[3] Krušelj, A. 2016. „Reality televizija između banalizacije i demokratizacije društvene zbilje“. Dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/fpzg:32/preview>, datum pristupa 02.07.2023.

[4] Stanković, S.; Rakić, M. „Reality show kao medijski model stanovanja“. *Socijalna ekologija*, Vol. 21 No. 1, 2012. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/117586>, datum pristupa 20.07.2023.

[5] Radović Jovanović, J. „Osvrt na dosadašnja istraživanja žanrova u TV programima“. Dostupno na: [file:///C:/Users/EliteBook84/Downloads/233-1-302-1-10-20171006%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/EliteBook84/Downloads/233-1-302-1-10-20171006%20(1).pdf), datum pristupa 20.07.2023.

[6] Sumarni, L. „Social Media Construction in the Post Modernist Era“. Dostupno na: <https://msocialsciences.com/index.php/>, datum pristupa: 22.08.2023.

[7] McCune, Z. „Consumer Production in Social Media Networks: A Case Study of the Instagram iPhone App“. Dostupno na: <https://www.scribd.com/doc/58386692/>, datum pristupa 22.08.2023.

Kvalifikacijski radovi:

[1] Fabijanić, I. „Oglašavanje na društvenim mrežama“. Specijalistički diplomski stručni. Veleučilište u Rijeci, 2018.

[2] Međurečan, D. „Emisija „Stanje nacije“ kao primjer infotainmenta na hrvatskom medijskom prostoru“. Završni rad. Sveučilište Sjever u Koprivnici, 2022.

Internetski izvori:

[1] <https://korona-himki.ru/bs/tuning-russian-cars/infoteinment-primery-kursovaya-rabota-infoteinment-kak-zhanr-sovremennoi/>, datum pristupa 29.07.2023.

[2] <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006m8dq>, datum pristupa 29.07.2023.

- [3] <https://www.youtube.com/@bbcstrictly>, datum pristupa 29.07.2023.
- [4] <https://www.youtube.com/@NOVATVHRV>, datum pristupa 20.08.2023.
- [5] <https://www.hrt.hr/ples/sa/zvijezdama>, datum pristupa 20.08.2023.
- [6] <https://novatv.dnevnik.hr/zabavni/ples-sa-zvijezdama>, datum pristupa 20.08.2023.
- [7] <https://www.facebook.com/NovaTV.hr>, datum pristupa 20.08.2023.
- [8] <https://www.facebook.com/DNEVNIK.hr/posts>, datum pristupa 22.08.2023.
- [9] <https://www.vecernji.hr/showbiz/nas-ples-sa-zvijezdama-bio-je-kvalitetniji-a-a-stranu-cemo-vratiti-u-program-1375059>, datum pristupa 27.08.2023.
- [10] <https://www.bbc.com/mediacentre/articles/2023/strictly-come-dancing-series-21>, datum pristupa 27.08.2023.
- [11] <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006m8dq>, datum pristupa 28.08.2023.
- [12] <https://metro.co.uk/2022/09/25/strictly-2022-will-mellor-emotional-as-he-tops-leaderboard-in-week-1-17444873/>, datum pristupa 28.08.2023.
- [13] <https://story.hr/Celebrity/a257100/Larisa-Lipovac-Marko-Ciboci-i-Igor-Barberic-na-Story-Hall-of-Fameu-2023.html>, datum pristupa 28.08.2023.

13. Popis slika

Slika 9.2.1. Naslov iz Jutarnjeg lista koji je priložen uz komentar na društvenoj mreži Facebook.....	17
Slika 9.2.2. Večernji list; Mario Sedmak o konkurentskoj televiziji.....	18
Slika 9.3.1. Screenshot s društvene mreže Instagram; Paula Tonković i Marco Cuccurin.....	19
Slika 9.4.1. Izgled videozapisa uz tekst na portalu Nove TV.....	20
Slika 9.4.2. Izgled portala HRT-a, „Ples sa zvijezdama“ iz arhive.....	21
Slika 10.1.1. „Strictly Come Dancing“ prostor i pozadine plesnih izvedbi.....	23
Slika 10.2.1. Ellie Simmonds i Nikita Kuzmin, „Strictly Come Dancing“ na BBC-u.....	24
Slika 10.2.2. Maja Drobnjaković i Marko Mrkić, „Ples sa zvijezdama“ na Novoj TV.....	24
Slika 10.3.1. Frano Ridjan pokazao emocije u „Plesu sa zvijezdama“.....	25
Slika 10.3.2. Metro; Will Mellor u „Strictly Come Dancing“.....	25
Slika 10.4.1. Pobjednici „Strictly Come Dancing“ 2022., Jowita Przystal i Hamza Yassin.....	26
Slika 10.4.2. Story; „Ples sa zvijezdama“ dobio nagradu za „Najbolji TV show powered by Altera“.....	27