VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

Ima (NE)RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA talent?

Kandidatka: Natalija Bratkovič

Študentka izrednega študija

Številka indeksa: 11190070101

Študijski program: Medijska produkcija

Mentor: mag. Boštjan Miha Jambrek

Mentor v podjetju: prof. Zlatko Mihaljčič

Maribor, 2014

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Natalija Bratkovič, z vpisno št. 11190170101, sem avtorica diplomskega dela z naslovom *Ima (NE)RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA talent?*, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Boštjana Mihe Jambreka.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena projektna naloga izključno rezultat mojega dela;
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia skladno z njenimi pravili;
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, junij 2014 Podpis študenta:

ZAHVALA

V prvi vrsti se zahvaljujem mag. Boštjanu Mihi Jambreku in prof. Zlatku Mihaljčiču, ki sta sprejela mentorstvo pri ustvarjanju diplomske naloge. Ni jima bilo lahko, a nam je uspelo.

Zahvala gre tudi Višji strokovni šoli Academia oziroma njenemu strokovnemu kadru, ki je z veliko mero potrpežljivosti in prilagajanja pokazal, kako v praksi poteka študij in v katero smer mora iti slovensko šolstvo.

Zahvala gre tudi lektorici, dr. Ines Voršič.

Vsi omenjeni (in mnogi drugi, vključujoč predvsem starše in sodelavce) so mi pomagali in omogočili prehoditi (pre)večkrat prestavljeno ciljno črto, za kar se jim resnično zahvaljujem.

POVZETEK

Resničnostna televizija je mamljiva, zabavna, sproščujoča, interaktivna in zadeva vse: ustvarjalce, gledalce, oglaševalce, tekmovalce. Vsak zase ima svojo vlogo, svojo odgovornost, svoj vpliv in svoj cilj.

Posebej je zanimiv razvoj resničnostne televizije, ki kaže, kako povezani so posamezni žanri, kako nejasna je meja med tem, kaj je resničnostno in kaj ne.

Da gre za izjemno spremljan televizijski program v Sloveniji, še posebej pa v svetu, dokazujejo podatki gledanosti in dobičkonosnosti.

A vse le ni tako pozitivno, sploh če pogledamo, v katero smer resničnostna televizija gre. Tudi zaradi želje gledalcev in njihovih okusov postaja čedalje bolj bizarna, njen vpliv je močan. Čeprav se ustvarjalci takšnega programa tega zavedajo, v ospredje vendarle postavljajo dobiček. Šele na drugem mestu je vprašanje družbene odgovornosti in etike, ki ju sicer spoštujejo, a le toliko, kolikor od njih zahteva ohlapen zakon.

O vsem tem razmišljamo in iščemo odgovore v pričujoči diplomski nalogi.

Obeta se vam potovanje, polno zanimivih dejstev. In mogoče bo Vaš pogled na resničnostno televizijo po tej dogodivščini popolnoma drugačen. Mogoče pa tudi ne.

Ključne besede: resničnostna televizija, šov, oddaja, talent, televizija, tekmovanje, družbena odgovornost

ABSTRACT

»Does (non)reality TV has a talent?«

Reality television is a tempting, fun, relaxing and interactive genre… It is a subject for all: its creators, viewers, advertisers and competitors. Each of them has their own role, responsibility, influence and own goal.

Especially interesting is the development of reality television. Which shows how related are specific genres, how unclear/confusing are boundaries between what is reality and what is not.

That it is an extremely popular television programme in Slovenia and especially in the world, proves viewing data and profitability.

But all is not so positive, especially if we look at the direction in which reality television is giong. Also, due to the desire of viewers and their tastes, it is becoming increasingly bizarre, its influence is strong and despite knowing that, the creators of such a programme prioritize profit above all. Questions of social responsibility and ethics, which are otherwise respected, but only to the extent that the loose law requires, are second place to them.

All these question and the searching for answers is in this thesis, which is in front of you.
We promise you a journey full of interesting facts. And maybe, just maybe, your view on reality TV after this adventure will be completely different. Or maybe not.

Keywords: reality television, show, talent, television, competition, social responsibility

KAZALO VSEBINE

1 UVOD 10

1.1 OPIS PODROČJA IN OPREDELITEV PROBLEMA 10

1.2 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE 11

1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE 11

1.4 UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE 12

2 KAJ JE RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA? 13

2.1 NASTANEK 14

2.2 RAZVOJ OD ZAČETKA DO 21. STOLETJA 15

2.2.1 1940–1959 15

2.2.2 1960–1979 15

2.2.3 1980–1999 16

2.2.4 2000–2010 16

2.2.5 2010–danes 17

2.2.6 Prihodnost 17

3 ZVRSTI/TIPOLOGIJA RESNIČNOSTNE TELEVIZIJE 18

3.1 RESNIČNOSTNO TEKMOVANJE IN IGRE 19

3.2 RESNIČNOSTNI DOKUMENTARCI 20

3.3 RESNIČNOSTNE PRAVNE ODDAJE 21

3.4 PREOBRAZBE/SAMOPOMOČ IN RENOVIRANJE 21

3.5 SOCIALNI EKSPERIMENT 21

3.6 SKRITA KAMERA 22

3.7 NADNARAVNO 22

3.8 POTEGAVŠČINE 22

3.9 KAKO RESNIČNE SO RESNIČNOSTNE ODDAJE? 23

3.10 ŠE ENA POSEBNOST … 24

4 RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA V SLOVENIJI 25

4.1 RESNIČNOSTNE ODDAJE V SLOVENIJI 25

4.2 ODDAJA: »SLOVENIJA IMA TALENT« 26
4.3 EKIPA IN FINANČNA STRUKTURA ODDAJE: 27
4.4 INTERAKTIVNOST: 28
4.5 ŽIRIJA 28
4.6 VODITELJSKI PARI 30
4.7 TEKMOVALCI IN ZMAGOVALCI 31
4.8 GLEDANOST ODDAJE, NOMINACIJE IN NAGRADE 32
4.9 ČETRTA SEZONA »SLOVENIJA IMA TALENT« 33
5 PRILJUBLJENOST RESNIČNOSTNIH ODDAJ V SLOVENIJI IN SVETU 35
6 VPLIV RESNIČNOSTNIH ODDAJ 39
7 ETIKA RESNIČNOSTNE TELEVIZIJE 42
8 VEČ TALENTA – VEČJI ZASLUŽEK? 44
9 RAZISKAVA 46
9.1 NAMEN IN CILJ RAZISKAVE 46
9.2 PREDSTAVITEV VZORCA ANKETIRANCEV 46
9.3 REZULTATI/POVZETEK ANKETE 47
10 ZAKLJUČEK 55
11 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 57
11.1 LITERATURA 57
11.2 INTERNETNI VIRI 57
11.3 LASTNI VIRI 58
11.4 VIRI FOTOGRAFIJ 58
12 PRILOGE 59

KAZALO SLIK

SLIKA 1: LOGOTIP ŠOVA 26
SLIKA 2: VID VALIČ IN PETER POLES 30
SLIKA 3: MATEJ PUC IN JOŽE ROBEŽNIK 31
SLIKA 4: VABILO K PRIJAVI NA PREDIZBOR ŠOVA 34

KAZALO TABEL

TABELA 1: SEZNAM NAJBOLJ ZNANIH SLOGANOV RESNIČNOSTNIH ODDAJ 24
TABELA 2: ČLANI ŽIRIJE ŠOVA »SLOVENIJA IMA TALENT« 29
TABELA 3: VODITELJSKA PARA ŠOVA »SLOVENIJA IMA TALENT« 30
TABELA 4: ZMAGOVALCI ŠOVA »SLOVENIJA IMA TALENT« 31
TABELA 5: NOMINACIJE IN NAGRADE ŠOVA »SLOVENIJA IMA TALENT« 32
TABELA 6: SEZNAM RESNIČNOSTNIH ŠOVOV NA SLOVENSKIH TV-PROGRAMIH . 38

KAZALO GRAFOV

GRAF 1: SPOL....47
GRAF 2: STAROST....47
GRAF 3: KATERI SO TISTI KRITERIJI (PO TVOJEM LSATNEM PREPRIČANJU), KI DOLOČAJO, ALI JE ŠOV RESNIČNOSTNI ALI NE?....48
GRAF 4: KATERE ZVRSTI TELEVIZIJSKIH ODDAJ (PO TVOJEM LASTNEM PREPRIČANJU) SODIJO MED "RESNIČNOSTNE ODDAJE"?....49
GRAF 5: KATERO RESNIČNOSTNO ODDAJO SPREMLJAŠ OZ. SI JO SPREMLJAL/A, KO JE ŠE BILA NA PROGRAMU?....49
GRAF 6: SI KDAJ RAZMIŠLJAL/A, DA BI SE TUDI SAM/A PRIJAVIL/A V KATERO OD RESNIČNOSTNIH ODDAJ? 50
GRAF 7: ALI SPREMLJAŠ RESNIČNOSTNE ODDAJE NA SLOVENSKIH TELEVIZIJAH?....51
GRAF 8: ZAKAJ SPREMLJAŠ RESNIČNOSTNE ODDAJE? 52
GRAF 9: KAKO POGOSTO SPREMLJAŠ RESNIČNOSTNE ODDAJE?....53
GRAF 10: KAKO RESNIČNE SE TI ZDIJO RESNIČNOSTNE ODDAJE? 53

1 UVOD

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Resničnostna televizija. Kaj je to? Podobno radoveden je bil tudi Poncij Pilat, ki je Kristusa vprašal, kaj je resnica. Odgovora Kristus ni podal, ne nazadnje gre za zelo zahtevno vprašanje, ki na prvi pogled ponuja preprost odgovor. Pa je odgovor res takšen? Odvisno od tega, koga vprašamo. Mi pravimo, da ne. V tej diplomi bomo skušali dokazati, da je možnih odgovorov pravzaprav več in da je meja med tem, kaj je resničnostno in kaj ne, precej zabrisana.

Nekoč je veljalo, da je televizija okno v svet oziroma odraz družbe in stanja v njej. Televizija je imela kompetentnost, veljala je za zaupanja vredno. Je danes še vedno tako? Ali pa je televizija kot medij postala nekaj, kar poustvarja resničnost, jo izkrivlja in oblikuje po svojih merilih, s katerimi njeni ustvarjalci v prvi vrsti težijo k uresničevanju lastnih primarnih ciljev, ki sta: gledanost in zaslužek? Dandanes se zdi, da je vsaka televizija (oziroma njen program) resničnostna. Pa je res?

V diplomi bomo skušali ugotoviti, kaj je tisto, kar televizijski program ali oddajo uvršča med »resničnostno«, kako priljubljena je resničnostna televizija med gledalci (tako doma kot v svetu) in kakšna prihodnost jo čaka. Se bo zgodil kakšen pomemben prelom, se bo ukinila ali pa bo morda postala še bolj bizarna?

Mimogrede: ste vedeli, da resničnostna oddaja »Slovenija ima talent« velja za najbolj gledano oddajo v Sloveniji v zadnjem desetletju?

V opisnem delu diplomske naloge se bomo posvetili začetku nastanka resničnostne televizije, seznanili se bomo z razvojem in različnimi žanri, ki smo jih poznali nekoč in jih lahko spremljamo še danes.

Kot primer uspešnega (v Sloveniji celo najbolj uspešnega) resničnostnega tekmovalnega šova bomo izpostavili slovensko različico »Slovenija ima talent«, v sklopu katerega smo pripravili tudi dva razgovora z neposredno vpletenima v samo oddajo. Želeli smo namreč dobiti pogled z dveh različnih zornih kotov: s strani ustvarjalca šova in s strani tekmovalca.

V analitičnem delu diplomskega dela pa bodo svoj pogled na resničnostne oddaje podali gledalci in gledalke oziroma anketiranci.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Kot ste lahko zasledili v uvodnem delu, smo zastavili kar nekaj vprašanj. Takšnih, ki se nam zdijo ključna za razumevanje trenutne ponudbe televizijskih programov, ki v večini primerov temeljijo (hočemo ali ne) na resničnostnem programu. Namen in cilj te diplomske naloge je najti najboljše možne odgovore na ta vprašanja, da bo razumevanje in poznavanje resničnostne televizije lažje in bolj korektno.

1.3 Predpostavke in omejitve

Predpostavk imamo več:

– vprašanje, kaj neko oddajo (oziroma šov/program) naredi resničnostno, nima enotnega odgovora, teorij in razlag je več;

– resničnostna televizija je kljub desetletjem še vedno zelo spremljan program;

– meje med resničnostno in »igrano« televizijo so zelo zabrisane;

– čisto novih idej skorajda ni več, najuspešnejši šovi so izpeljanke prvih zametkov resničnostnih oddaj;

– gledalci zahtevajo čedalje več, zato jim producenti in televizijske hiše tudi ponujajo čedalje več (četudi vedno bolj bizarno in vedno manj sprejemljivo);

– producenti resničnostnih šovov želijo ohraniti gledalce (medijski prostor je preveč nasičen), zato iščejo načine, kako gledalce pritegniti, z njimi vzpostaviti stik;

– resničnostni šovi so vedno bolj interaktivni (kar omogoča tudi sodobna tehnologija).

Kot boste lahko hitro ugotovili, v tej diplomski nalogi ne bomo dolgovezili po nepotrebnem. Postregli bomo z dejstvi in ugotovitvami, kratko in jedrnato, kolikor se le da, kajti medijski

svet kot takšen je že sam po sebi precej zapleten. Ne nazadnje ga prav to dela tudi mamljivega in skrivnostnega.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

Za raziskovalni del diplomske naloge smo se odločili opraviti anketo. Le-to smo opravili na vzorcu 115 ljudi, ki so različnih starosti in obeh spolov.

Vprašanja so bila zastavljena tako, da so ponujala:

– zgolj en možen odgovor,

– več možnih odgovorov istočasno.

Vprašanj je bilo 10.

2 KAJ JE RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA?

Okrog tega, kaj pojem resničnostna televizija dejansko pomeni, se kreše mnogo različnih mnenj. Nekateri pravijo, da resničnostne televizije ne moremo natanko določiti, da gre za nekakšno »sivo območje«, spet drugi zatrjujejo, da je resničnostna televizija v 21. stoletju vse, kar zajema nenapisane situacije, dejanske dogodke in načeloma javnosti nepoznane ljudi. Vsebovati mora tudi element osebne drame. Ne glede na raznolikost mnenj in opisov pojma pa obstaja dejstvo, ki resničnostno televizijo kot program deli na različne tipologije oz. zvrsti. Resničnostni program se skozi desetletja spreminja in razvija in to ne samo glede vsebin, pač pa vnaša tudi tehnološke napredke, s katerimi pridobijo tako gledalci kot ustvarjalci takšnega programa. Če smo ljudje resničnostne oddaje na začetku le gledali, lahko danes v njih sodelujemo (na primer z izražanjem mnenj na socialnih omrežjih, lahko glasujemo za zmagovalce itd.). Prav kmalu pa bomo lahko (s pomočjo tehnologije) še bolj aktivno vpleteni vanje – 3D televizija je že na pohodu, holografska se napoveduje v roku nekaj let.

Kot že izpostavljeno, so mnenja in definicije različne. Kolumnist Dolan Cummings (2002) odgovore išče predvsem v gledalcih. Opozarja, da je gledalec 21. stoletja popolnoma drugačen od tistega, ki je televizijo spremljal v njenih začetkih. Nekoč sta televizija in človek, ki je neko informacijo posredoval, veljala za avtoriteto, za nekaj kredibilnega, nepristranskega, takšnega, kot dejansko je. Za resnico. Današnji gledalec, še posebej mlajši, pa tega spoštovanja do medija kot takšnega nima. Zdi se mu samoumeven, na splošno je prepričan, da je na primer nek dokumentarec subjektiven, da so novice prilagojene in manipulirane. »To je odraz širšega premika na način, kako danes razumemo resničnost/realnost. Ne gre zgolj za to, da so ljudje danes bolj prefinjeni in zato manj nagnjeni k temu, da bi verjeli vsemu, kar vidijo na televiziji, čeprav morda to tudi drži. Danes ni več samoumevno, da sploh še obstaja stvar, kot je objektivna resničnost.« (Cummings, 2002, str. XIV)

In prav zaradi tega, kot še meni Cummings, morajo producenti najti drugačne rešitve za stik z občinstvom. To so dosegli s tem, da so naredili oddaje, pri katerih gledalci aktivno sodelujejo, se poistovetijo.

Bernard Clark (2002) v knjigi »*Reality TV: How real is real*« pravi, da je resničnostna televizija sama sebi kontradiktorna v pogojih, kajti bolj kot producenti zatrjujejo, da se

ukvarjajo z resničnostjo, manj to drži. Zanj je že samo pojem »resničnostna televizija« kontradiktoren. Pravi: »Obe besedi se med seboj izključujeta na najbolj osnovni ravni. Televizija je le zbirka linij na zaslonu, zbrana iz kamere in mikrofona, nato pa ponovno sestavljena s pomočjo številnih elektronskih naprav. Morda mislite, da je to očitno, toda celotna industrija, umetnost in obrt, se je zarotila in se pretvarja, da je drugače, vse dokler producenti in občinstvo pozabi, da je samo organizirana električna energija. In če je vse skupaj "ponarejeno", kako je lahko katerikoli del resničen? Odgovor: Ne more biti. Stvar, kot je resničnostna televizija, ne obstaja.« (Clark, 2002, str. 6)

Precej poenostavljeno je svoje mnenje o tem, kaj je resničnostna televizija, zapisala Victoria Mapplebeck (2002), britanska pisateljica in ustvarjalka filmov. Znana je po pisanju kritik za časnika »*The Guardian*« in »*The Observer*«. Dejala je (Mapplebeck, 2002, str. 20): »Resničnostna televizija pokriva množico grehov. /…/ Ustvarja očitno umetno okolje, vanj postavi subjekte in beleži/snema rezultate. Znotraj industrije se žanr imenuje tudi "manipuliran opazovalen dokumentarec". Tukaj ni nič novega – vsi dokumentarci so manipulirani.« Dodaja tudi, da je novo predvsem dejstvo, da sta konflikt in kriza melodrame čedalje bolj uporabljena v dokumentarcih, novicah in resničnostnih oddajah.

V debatnem krožku se je znašel tudi Christopher Dunkley (2002), novinar in televizijski kritik. Kot pravi, ima »resničnostna televizija več opraviti z zabavo, poniževanjem in bitko za gledanost, kot pa z resnim novinarstvom ali kakršnimkoli pristnim iskanjem družbenih spoznanj« (Dunkley, 2002, str. 36).

2.1 Nastanek

O pojavu resničnostnih oddaj lahko govorimo že v času nastanka televizije oziroma lahko kot začetek vzamemo letnico 1948. Takrat je Allen Funt, znan producent in TV-voditelj, gledalstvu predstavil »*Skrito kamero*«. Gre za oddajo, v kateri so se naključno izbrani ljudje srečali s smešnimi, nenavadnimi situacijami, njihove reakcije pa je na skrivaj posnela skrita kamera. Prav ta oddaja velja za prvi prototip resničnostne televizije oziroma programa. Morda kot zanimivost: nastala je na podlagi radijske oddaje »*Skriti mikrofon*«.

Je pa tukaj treba izpostaviti novo nestrinjanje kritikov: eni pravijo, da se je resničnostna televizija, kot jo poznamo danes, dejansko razvila iz dokumentarnih oddaj, spet drugi trdijo, da iz televizijskih iger.

2.2 Razvoj od začetka do 21. stoletja

2.2.1 1940–1959

Za začetek nastanka in razvoja resničnostnih oddaj je ključno obdobje med letoma 1940 in 1959. Zametki resničnostne televizije so se začeli v seriji »*Queen for a day*« (1945–1964). Leto kasneje (1964) se je začela TV-igra »*Cash and Carry*«, leta 1948 je javnost spoznala »*Skrito kamero*«. V tem času sta se pojavila tudi šova iskanja talentov, leta 1950 je na majhne zaslone prišel igralni šov, v katerem so sodelujoči premagovali razne ovire, tekmovali in skušali prehiteti čas.

2.2.2 1960–1979

Leta 1964 je z resničnostno televizijo začela tudi Velika Britanija. Televizija Granada je predvajala dokumentarec »*Seven up!*«, ki je pred kamero postavil 7-letnike in spremljal njihove reakcije na vsakdanje življenje. Posebnost tega resničnostnega prijema je, da je kamera te iste osebe spremljala vsakih sedem let. Oddaja traja še danes, je serija, ki ji lahko kot prvi pripišemo »ustvarjanje zvezd«.

V tem obdobju se je pojavila tudi prva resničnostna oddaja, kot jo poznamo danes. Gre za oddajo »*The American Sportsmen*« oziroma v prevodu »*Ameriški športnik*«. Posebnost te oddaje je bila, da je kamera ves čas spremljala znane športnike in njihove družinske člane pri udejstvovanju v športu na prostem. Dialogi so bili nenapisani, vnaprej je bil določen zgolj izziv, na primer ribarjenje, deskanje na vodi ipd.

2.2.3 1980–1999

V tem obdobju so se začele pojavljati oddaje, v katerih so kamere spremljale policiste, gasilce in reševalce na delu. Oddaje so začele ustvarjati junake. V ospredje so prišli tudi resničnostni dokumentarni filmi, pa tudi oddaje, v katerih televizijske hiše izpolnjujejo želje gledalcev. V resničnostni medijski prostor so začeli, kot pomembni soustvarjalci, vstopati tudi evropski televizijski programi.

Pojavljati se je začel tudi obvezen element »drama« – danska televizija je pripravila serijo »*Nummer 28*« oziroma v prevodu »*Številka 28*«. Za daljše obdobje so v isti prostor postavili popolne tujce in snemali dramo, ki je nastala. Ta oddaja je bila pomembna za nadaljnji razvoj resničnostnih oddaj tudi zato, ker je kot prva dala velik poudarek na glasbo oziroma glasbeno spremljavo, vključila je tudi »osebna pričevanja« po nekem zapletu.

Ti dekadi sta vse te novitete prinesli tudi zaradi razvoja računalnikov. Ti so namreč omogočili, da so ure in ure posnetega videomateriala lahko obdelali v precej krajšem času kot v preteklosti.

Švedi so bili tisti, ki so nadgradili resničnostno televizijo v smislu eliminiranja/izločanja tekmovalcev – ti med seboj tekmujejo, zmagujejo in se izločajo tako, da na koncu ostane en zmagovalec. Prav oddaja »*Expedition Robinson*« ali v prevodu »*Odprava Robinson*« velja za osnovo pri oddajah, ki jih danes poznamo kot »izločevalne«.

Leta 1996 se je pojavila prva resničnostna oddaja, temelj za tiste današnje, ki jih uvrščamo v rubriko »preobrazbe, renoviranje«.

2.2.4 2000–2010

V tej dekadi je resničnostna televizija doživela razcvet. Pojavili sta se svetovno znani franšizi: »*Big Brother*« in »*Survivor*«. Na zaslone je prišel tudi »*Ameriški idol*«, ki je rekorde gledanosti v Ameriki prvič dosegel v sezoni 2004/2005.

V tem desetletju je nastalo vsaj 30 mednarodno uveljavljenih franšiz (nekatere smo lahko in še vedno spremljamo tudi na domačih televizijah). Najbolj znane in uspešne so:

»*Top Model, Got Talent, Dancing with the Stars, MasterChef, The X Factor, Who Wants To Be a Millionaire, Weakest link*«. Vsak od teh šovov je doživel vsaj 50 mednarodnih adaptacij.

Ker je občinstvo dobesedno ponorelo, so se začele ustanavljati televizije, ki so ponujale (in še danes ponujajo) izključno resničnostni program.

Prav zaradi priljubljenosti so resničnostne žanre začeli umeščati v podeljevanje raznoraznih nagrad. Leta 2001 so to prvi storili ustvarjalci/podeljevalci nagrad Emmy.

2.2.5 2010–danes

Nedavno tega, leta 2010, so v svet resničnostnih oddaj bolj kot kadar koli prej začeli prodirati tudi tehnološki velikani. Leta 2010 so namreč prvo resničnostno oddajo »*The Tester*« predvajali preko video igralne konzole.

A to ni pripomoglo k temu, da bi preprečili upad zanimanja za resničnostne programe, ki se je začel kazati. Televizijski ustvarjalci so se zato odločili za nov prijem: k sodelovanju so začeli vabiti tudi zvezdnike svetovnega kova, ki so jim dovolili s kamero pogledati v domove in zasebna življenja. Tedaj so resničnostne oddaje začele presegati mejo okusnega. Voajerstvo je tisto, ki – po mnenju mnogih – vzbuja željo po spremljanju resničnostne televizije, k čemur so zagotovo svoj del prispevali tudi internet in različna socialna omrežja.

2.2.6 Prihodnost

Težko je napovedati, kaj se bo z resničnostno televizijo zgodilo, lahko zgolj predvidevamo. Če upoštevamo, da ima vsaka stvar svoj cikel (vzpone in padce) in da jo slej ko prej zamenja nekaj novega, ni odveč vprašanje, kaj sploh lahko zamenja tako razvejano in priljubljeno resničnostno televizijo. Težko je reči. Ena možnost je, da bo takšno stanje, kot je trenutno, ostalo še nekaj časa. Druga možnost je, da bo gledanost resničnostnih vsebin padla in bodo producenti iskali nove izzive ali pa se bodo zatekli k čemu že preizkušenemu iz preteklosti. Tretja možnost je, da bodo te oddaje postajale zmeraj bolj bizarne – gledalci bodo zahtevali čedalje več (zabave, drznosti itd.), televizijski ustvarjalci pa jim bodo to tudi ponudili. Četrta možnost pa je, da bo vsebini začela parirati tudi tehnologija, s pomočjo ali pa zaradi katere bodo resničnostne oddaje za gledalce še bolj doživljajske. 3D-televizor je že uresničen načrt, holografi so v nastajanju, le vprašanje časa je, kdaj bo gledalec (fizično) lahko del resničnostne oddaje kar v domačem naslanjaču.

3 ZVRSTI/TIPOLOGIJA RESNIČNOSTNE TELEVIZIJE

Svet je danes obseden s seznami in z lestvicami. Imamo TOP 100 najbolj bogatih ljudi na svetu, 100 najbolj vplivnih ljudi na svetu, najbolj gledanih oddaj na svetu, TOP 20 diet za izgubo odvečne teže in tako naprej. Tudi televizija ima svoj seznam, predvsem zato, da je množica gledalcev lažje obvladljiva. Sam program televizij je sestavljen iz več delov, odvisno od posamezne televizije, načeloma pa lahko program v grobem razdelimo na:

– jutranji program,

– dopoldanski program,

– popoldanski program,

– večerni program in

– nočni program.

Obstaja tudi t. i. »Prime time« ali točno določen, najbolj spremljan/gledan termin predvajanja posameznih oddaj, načeloma velja za pozno popoldanski/večerni čas od 19. do 23. ure. Oglaševanje v tem delu je seveda najdražje.

Kot se deli sam program, se na različne žanre del tudi program resničnostne televizije. Različni avtorji navajajo različne sezname in delitve, v diplomski nalogi izpostavljamo delitev po Susan Murray in Laurie Quellette, zapisano v knjigi »*Reality TV: Remaking Television Culture*« iz leta 2009. Avtorici pravita, da lahko resničnostne oddaje razdelimo na 8 podžanrov:

– igrane šove;

– zmenke;

– preobrazbe;

– dokužajfnice (gre za kombinacijo dveh žanrov: dokumentarni film in žajfnica, bistvo tega šova je »Živeti skozi življenje drugih«);

– tekmovanje talentov;

– pravni šov;

– situacijska komedija in

– več različic slavnih in znanih.

Nekateri drugi kritiki pravijo, da je skupin le 5 ali 6, spet tretji pa pravijo, da je treba resničnostne šove kategorizirati glede na način podajanja vsebine gledalcu (ali gre za pripovedovanega ali igranega).

V nadaljevanju smo se še dodatno poglobili v kategoriziranje in pripravili pregled nekaterih žanrov in podžanrov, ki jih lahko gledalci in gledalke spremljamo v Sloveniji.

3.1 Resničnostno tekmovanje in igre

Gre za oddaje, ki v središče postavljajo neturnirsko tekmovanje in izločanje. Prepoznamo jih tako, da spremljamo tekmovalce, ki tekmujejo v boju za nagrado. Imamo dve možnosti tekmovanja:

– Tekmovalci živijo v istem okolju, izločanje poteka tako, da na koncu ostane en sam oziroma ena ekipa, ki je zmagovalna. Primer: BIG BROTHER.

– Tekmovalci ne živijo skupaj, tekmujejo s svojim talentom, tekmujejo v stilu izločanja. Primer: Slovenija ima talent.

V obeh primerih izločanje poteka z glasovanjem. Glasujejo lahko gledalci, tekmovalci sami, žirija, lahko je tudi mešana kombinacija.

Ta žanr v celoti je tudi tisti, ki vzbuja največ dvomov o tem, kako resnična je resničnostna televizija. Na kocko postavlja vprašanje, ali so šovi »*Idol*«, »*Zvezde plešejo*« in »*Talent*« resničnostni ali gre zgolj za novo reinkarnacijo šovov, kot je »*Star search*«.[1]

Obstajajo pa tudi šovi, med katere sodijo resničnostne igre. V Sloveniji smo lahko spremljali oddajo »*Lepo je biti milijonar*«. Druge svetovno znane oddaje so: »*Weakest leak*«, »*American Gladiators*«, »*Deal or no deal*«.

Ti šovi so bili najbolj priljubljeni leta 2000 in jih mnogi uvrščajo v »sivo območje«. Primerjamo jih lahko s tradicionalnimi igrami, kot sta »*The price is right*« in »*Jeopardy*«.

[1] Gre za ameriško TV-oddajo, producirano med letoma 1983 in 1995.

Potekajo v studiu, a imajo zahtevnejšo produkcijo, bolj dramatično glasbeno kuliso in večje tveganje v primerjavi s tradicionalnimi šovi. V zameno za to obstaja več interakcije med tekmovalci in voditelji, v nekaterih primerih vsebujejo tudi izločanje.

V ta žanr spadajo tudi »*Zmenkarije*« – v Sloveniji jih je predvajal Kanal A. Sem uvrščamo tudi šove, v katerih posamezniki iščejo službo. Svetu in Sloveniji dobro znani so »*Top model*« v različnih variacijah, »*The Aprentice*« oziroma »*Vajenec*«, »*Top Chef*«, »*Project Runway*« in mnogi drugi šovi. Na to mesto bi lahko uvrstili tudi slovensko oddajo »*Gostilna išče šefa*«.

Bistvo teh šovov je, da tekmovalci tekmujejo oziroma se borijo za delovno mesto – na primer za vlogo v filmu, za direktorja podjetja itn.

3.2 Resničnostni dokumentarci

Ste si kdaj ob spremljanju televizije po tihem rekli: »Kaj bi zdaj dal/a, da bi bil/a muha na steni?« Čisto možno je, da ste spremljali resničnostni dokumentarec, da tega sploh niste vedeli in da ste si vprašanje zastavili, ker vas je na to napeljala prav oddaja. V mnogih resničnostnih oddajah namreč način snemanja in montaže dajejo gledalcu občutek, da so pasivni zasledovalci ljudi, ki opravljajo svoje dnevne naloge (tako osebne kot tudi profesionalne zadolžitve). Takšen način snemanja se mnogokrat poimenuje prav »muha na steni« ali »dejanska televizija«. Zgodbe so pogosto sestavljene iz načrtovanih situacij z namenom, da odražajo dejansko življenje nekoga drugega, zato tudi pojem »dokužajfnica« ali »dokudrama«. Resničnostni dokumentarci torej gledalcu omogočajo oseben vpogled v življenje drugega.

Znotraj tega segmenta so še oddaje, ki v središče postavljajo posebno življenjsko okolje. To pomeni, da v nek prostor postavijo naključno izbrane ljudi, ki se v večini primerov prej niso poznali, zdaj pa morajo skupaj živeti. Tipičen primer takšne oddaje je »*BIG BROTHER*«, ki smo ga imeli priložnost spremljati tudi v Sloveniji.

Seveda med resničnostne dokumentarce uvrščamo tudi oddaje z zvezdniki. Številni (na primer družina Kardashian ali družina Osborne) se odločijo, da bodo posneli oddaje o svojem življenju, vsakdanu, kamero spustijo v svoj dom, s čimer gledalcu omogočijo, da jih spremlja tudi v trenutkih, ki so »zasebni«.

Nekateri resničnostni dokumentarci omogočajo vpogled v delo profesionalcev oziroma posameznih poklicev. Imamo oddajo »*COPS*« (ki jo lahko uvrstimo tudi med resničnostne pravne oddaje), ki je del ameriške televizijske scene že vse od leta 1989. Namen teh oddaj je spremljati posameznike v njihovem poklicnem vsakdanu. Oddaje, ki jih spremljamo tudi v Sloveniji, so: »*Miami Ink*« (oddaja o tetoviranju in mojstrih, ki to počno pred kamero), »*American Chopper*« in »*Deadliest Catch*«.

3.3 Resničnostne pravne oddaje

To so oddaje, ki se osredotočajo na resnične pravne primere – gre za sodne postopke na sodiščih, policiste na terenu itn.

V originalu so oddaje o sodiščih igrane – igralci upodabljajo priče, odvetnike, poroto. Prikazani primeri pa so resnični ali izmišljeni.

Te oddaje so tipični dnevni program, ki ga televizije predvajajo med tednom.

3.4 Preobrazbe/samopomoč in renoviranje

V to skupino spadajo oddaje, v katerih posameznik ali skupina teži k izboljšanju svojega življenja. Lahko se zgodi, da izbrana ekipa ljudi nastopa v vseh epizodah ene sezone, pogostejši pa je primer, ko ustvarjalci takšnih šovov v vsaki epizodi predstavijo druge ekipe oziroma posameznike. Oddaje potekajo po istem principu: na začetku se izbranega človeka predstavi v trenutnem stanju, nato sledi srečanje z mojstri, sledi izmenjava mnenj in želja, na koncu epizode pa posameznika presenetijo s preobrazbo. Pogosto k temu povabijo tudi sorodnike in prijatelje izbranca, tako da je sočustvovanje še večje. Oddaje o preobrazbah predstavljajo tako preobrazbe doma/okolja kot tudi človeka (preobrazba njegovega zunanjega izgleda ali izguba telesne teže).

3.5 Socialni eksperiment

Gre za šove, ki težijo k dramatiziranju, konfliktu in včasih tudi transformaciji. Leta 2003 je na ameriške zaslone prišla oddaja, v kateri sta družini oziroma dva moška zamenjala svoji ženi.

Bistvo izziva je bilo, da ženski zamenjata okolje (dom, družino) in se preizkusita v okolju, ki je v popolnem nasprotju njunemu prepričanju, navadam. Med te šove sodijo tudi zelo drzne različice. Najbolj kontroverzna je bila gotovo britanska oddaja »*Shattered*«, v kateri so ljudje tekmovali, kako dolgo zdržijo brez spanca.

3.6 Skrita kamera

Istoimenska oddaja velja za začetnico resničnostne televizije. Za te oddaje je značilno, da ljudi prestrašijo, gledalci pa se temu smejijo. Načeloma so situacije vnaprej nastavljene, mimoidoči so naključno izbrani. Toda napak bi bilo misliti, da je situacija zmeraj zrežirana. Ni. Obstajajo tudi oddaje, v katerih je kamera skrita zato, da bi razkrinkala ljudi, ki na primer varajo partnerje.

V skritih kamerah nastopajo tudi zvezdniki. Najbolj znana oddaja je »*Punk'd*«, v kateri igralec Ashton Kutcher druge zvezdnike s pomočjo skrite kamere postavi v neprijetno situacijo.

3.7 Nadnaravno

Te oddaje sodelujoče postavijo v strašljive situacije, ki seveda zajemajo nadnaravno. Oddaje tega žanra prepoznamo zlasti po posnetkih, narejenih kar »iz roke« (torej brez stojal, kamero držijo v rokah, vse se trese, kader je nepravilen, slika neostra itd.) in s pogosto uporabo »nočnega gledanja« (torej: v sobi je tema, slika je zelena, ker se uporablja snemanje v temi). Značilni so tudi neobičajni kadri, napisi, ki pojasnjujejo kraj in čas dogodka, ter nemelodična glasbena podlaga.

3.8 Potegavščine

V teh šovih sodelujočim predstavijo napačno dejstvo oziroma predpostavko, zanje je značilno tudi, da v njih nastopajo zvezdniki. Nekateri te oddaje primerjajo s parodijami, ki se posmehujejo drugim resničnostnim oddajam.

3.9 Kako resnične so resničnostne oddaje?

Po vsem do sedaj zapisanem in predstavljenem je na mestu vprašanje: »Kako resnične so resničnostne oddaje?« Spet lahko zapišemo, da je odgovor odvisen od posameznika in tega, kar verjame. Edini, ki natančno vedo, koliko je resničnega, so ustvarjalci resničnostne televizije, torej tisti, ki ustvarjajo okolje in pogoje za nastanek, snemanje, produciranje, predvajanje resničnostnih oddaj.

Obstajajo skrivnosti, ki jih producenti nikoli ne bodo izdali ali priznali, so pa vseeno marsikomu očitne:

– Res je, da scenarija načeloma ni. A vendar so pisatelji, ki sestavijo neko potegavščino ali osnutek ideje, so snemalci in montažerji, ki manipulirajo s sliko in montažo, s katero ustvarijo konflikt, kjer ga mogoče v resnici (v času snemanja) sploh ni bilo.

– Ponavljanje kadrov. Da je oddaja razgibana, je potrebno določene trenutke gledalcem pokazati z različnih zornih kotov. Kako to narediti? Zadevo večkrat posneti in potem zmontirati.

– Enako velja za manipuliranje s pogovori, izrečenimi besedami.

– Pogodbe so naslednja zanimiva reč. V marsikateri je zapisano, da je tisti, ki odloča, producent, ne žirija, kot na koncu prikažejo.

– V šovih »renoviranja« se dostikrat zlažejo. Recimo: kopalnico so renovirali v 24-ih urah. Pa so jo res? Ne, prenova je trajala teden dni, a ker so mojstri montaže, pripravijo posnetke tako, kot želijo.

– Ko gre za izbiro tekmovalcev, ni nič naključje. Več možnosti, da bo izbran, ima tisti, ki odkrito govori o svojih strahovih. Producentom so všeč te stvari, gledalci se z njimi lažje poistovetijo.

– Veliki šovi opravijo veliko raziskovalnega dela, sploh, ko gre za tekmovalce. Podrobno preverijo njihovo preteklost, testirajo njihove sposobnosti, informacije celo preverjajo pri prijateljih in družinskih članih.

– Ljudje, ki tekmujejo, so se pripravljeni popolnoma spremeniti, če jim tako namignejo ustvarjalci resničnostnih šovov.

– Oddaje, ki imajo nizek proračun, se poslužujejo raznoraznih trikov. Najpogosteje takšne oddaje prepoznamo po tem, da so snemane na ulici.

– Gledalcem se ponudi le 42 minut posnetega materiala, ostalih 616 ur (posnetih v enem tednu) se uporabi za ustvarjanje zgodbe, kot jo želijo producenti prikazati.

Torej: kako resničnostna je resničnostna televizija?

3.10 Še ena posebnost …

Še ena posebnost resničnostnih oddaj je, da imajo (večina njih, zlasti tekmovalnih) tudi svoj prepoznaven slogan. Izpostavljamo najbolj znane oziroma priljubljene, nekatere smo lahko na televiziji slišali tudi v slovenskem jeziku:

Tabela 1: Seznam najbolj znanih sloganov resničnostnih oddaj

Angleško	**Slovensko**
Show: Candid Camera Phrase: »Smile, you're on Candid Camera«	Šov: Skrita kamera Fraza: »Nasmehni se, snema te skrita kamera.«
Show: The Weakest Link Phrase: »You are the weakest link. Good bye.«	Šov: Najšibkejši člen Fraza: »Si najšibkejši člen. Na svidenje.«
Show: Survivor Phrase: »The tribe has spoken«	Šov: Survivor Fraza: »Pleme je spregovorilo.«
Show: The Apprentice Phrase: »You're fired«	Šov: Vajenec Fraza: »Si odpuščen.«
Show: American Idol Phrase: »You're going to Hollywood«	Šov: Ameriški Idol Fraza: »Odhajaš v Hollywood.«
Show: Who Wants To Be A Millionaire? Phrase: Is that your final answer?	Šov: Lepo je biti milijonar Fraza: »Je to Vaš zadnji odgovor?«
Show: America's Next Top Model Phrase: You are no longer in the running toward becoming America's next top model	Šov: Ameriški Top Model Fraza: »Nisi več v tekmi za to, da postaneš Ameriški naslednji top model.«

Vir: http://www.mapsofworld.com/poll/are-reality-shows-real-infographic-text.html

4 RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA V SLOVENIJI

4.1 Resničnostne oddaje v Sloveniji

Slovensko občinstvo je prvi resničnostni šov na domači televiziji dočakalo leta 2002. Gre za licenčni šov »*PopStars!*«, ki ga je predvajal Kanal A, prva komercialna televizija podjetja Pro Plus. »*PopStars*« je bil pevski resničnostni šov, s katerim je Slovenija dobila skupino »Bepop«.
Oddaja je doživela še drugi in hkrati zadnji del leta 2003.

Kanalu A so sledili tudi drugi komercialni programi – predvsem POP TV, TV3 in leta 2013 tudi Planet TV.

Večina resničnostnih šovov na slovenskih televizijah je licenčnih (»*Survivor*«, »*X-Factor*«, »*Slovenski Top Model*«, »*Big Brother*« itd.), nekaj jih je nastalo tudi v lastni produkciji medijskih hiš. V slednji prednjači POP TV, ki se lahko pohvali z nekaj lastnimi šovi, med njimi sta »*BAR*« in »*Gostilna išče šefa*«.

Seznam vseh resničnostnih oddaj, objavljenih na slovenskih televizijah med letoma 2002 in 2013 najdete v prilogah.

Slovenska televizija ima tudi najbolj gledan resničnostni šov zadnjega desetletja. Ta čast pripada oddaji »*Slovenija ima talent*«, ki jo je marca 2010 prvič predvajal POP TV (vir: AGB Nielsen Media Research, junij 2010- 1., 2. in 3. sezona)

Prav zato smo v nadaljevanju pripravili predstavitev tega resničnostnega šova, omogočena sta nam bila tudi razgovora z vodilnim pri njegovem ustvarjanju in z enim od tekmovalcev.

4.2 Oddaja: »Slovenija ima talent«

»*Slovenija ima talent*« je resničnostna oddaja, posneta po licenci oddaj »*Got talent*«, ki se je predvajala v že več kot 30 državah sveta. Oddajo producira in predvaja največja slovenska komercialna televizija POP TV.

Ustvarjalci iščejo najbolj talentirane na katerem koli področju. Lahko je igra, ples, petje, požiranje ognja, ples ob drogu itn.

Nastopajoči se morajo najprej prijaviti na predizbore (ti potekajo v več slovenskih mestih), tem sledijo avdicije, po teh pa izberejo 50 najboljših tekmovalcev, ki so uvrščeni v pet polfinalnih oddaj.

Na koncu pripravijo veliki finale – vanj je takoj uvrščen prvi po številu glasov gledalcev in gledalk, med drugo- in tretjeuvrščenim odloča žirija. V velikem finalu tako nastopa 10 najboljših kandidatov, ki se borijo za glavno (denarno) nagrado.

Oddaja je v Sloveniji (do sedaj) doživela 3 sezone in 39 epizod ter zamenjala 2 voditeljska para, Pro Plus je odkupil licenco za 4 sezone. Četrta sezona je predvidena za letošnje leto.



Slika 1: Logotip šova

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#mediaviewer/Slika:Slovenija_ima_talent.jpg

4.3 Ekipa in finančna struktura oddaje:

Na projektu samem, po besedah in podatkih kreativnega direktorja in vodje kreativne ekipe Donalda Roseja (celoten razgovor z njim najdete v prilogah), sodeluje okoli 70 ljudi. Gre za ožjo ekipo, pri širši (ki vključuje PR, marketing, internet itd.) številka naraste na 90 ljudi.

Ekipa je hierarhično razdeljena glede na področje, za katerega skrbi, in sicer:

VSEBINSKI DEL

KP – kreativni producent (vodja oz. vodji projekta)
Urednik
Reporter
Voditelja

TEHNIČNA EKIPA

Režiser
DOP – direktor fotografije, vodja snemanja
ENG – snemalci za avdicije, snemalci za žive oddaje
Asistenti
Tonski vodja
Asistenti tona

PRODUCENTSKA EKIPA

Izvršni producent
Producent
Organizatorji
Runnerji

TASK TEAM – ekipa, ki skrbi za izvedbo točk nastopajočih

Vodja t. i. task team-a
Kreator luči
Vodja tona
Koreograf
Glasbeni producent (ali več njih, ki izdelujejo matrice)
Kostumograf
Rekviziterska ekipa

MASKA (ličenje)

STILISTI

SCENSKI DELAVCI

V večini primerov delajo skupaj vsak svojo fazo, potrebno je dodati tudi to, da je del ekipe na avdicijskem delu drugačen od ekipe v oddaji, ki gre v živo.

Finančni načrt šova je poslovna skrivnost, ki je POP TV ne izda. Kljub temu smo uspeli izvedeti, da gre za enega najdražjih projektov, kar so jih producirali na POP TV. Skrivnost ostajajo tudi honorarji glavne žirije in voditeljev.

4.4 Interaktivnost:

Šov ima občinstvo v studiu in gledalce/gledalke pred televizijskimi zasloni. Ti so vabljeni k aktivnemu sodelovanju, ustvarjalci jih postavijo v vlogo žirije – torej nekoga, katerega glas šteje in omogoča napredovanje posameznim nastopajočim.

Gledalci lahko za svoje favorite glasujejo v finalu pred oddajo in po nastopih. Gre za pošiljanje plačljivih SMS-sporočil in klice na telefon.

4.5 Žirija

Pravzaprav obstajata dve: prva sodeluje na predizborih in avdicijah, druga v oddajah, ki tečejo v živo. Slednja velja za strokovno, tričlansko ekipo, ki ocenjuje nastope, daje kritike in pohvale, deloma tudi odloča o tem, kdo bo s svojimi nastopi nadaljeval in kdo ne.

Tako kot voditeljski par se je skozi sezone spreminjala tudi sestava žirije.

Tabela 2: Člani žirije šova »SLOVENIJA IMA TALENT«

Sezona	**Žirija**
1.	Branko Čakarmiš, programski direktor Pro Plus Lucienne Lončina, pianistka in vokalistka Brane Kastelic, dopisnik POP TV iz Londona, pisatelj, kolumnist, poznavalec estrade
2.	Branko Čakarmiš, programski direktor Pro Plus Lucienne Lončina, pianistka in vokalistka Brane Kastelic, dopisnik POP TV iz Londona, pisatelj, kolumnist, poznavalec estrade
3.	Branko Čakarmiš, programski direktor Pro Plus Damjan Damjanovič, trobentač, glasbeni skavt Ana Klašnja, baletna solistka ansambla SNG Opera in balet LJ

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#cite_note-1

4.6 Voditeljski pari

Za ta šov je značilno, da ima vsako sezono voditeljski par. V obeh sezonah so bili v vlogi voditelja moški. Voditeljski par se je zamenjal po drugi sezoni.

Tabela 3: VODITELJSKA PARA ŠOVA »SLOVENIJA IMA TALENT«

Sezona	**Voditeljski par**
1.	Peter Poles in Vid Valič
2.	Peter Poles in Vid Valič
3.	Matej Puc in Jože Robežnik

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#cite_note-1



Slika 2: Vid Valič in Peter Poles

Vir: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=575245719239856&set=pb.349458551818575.-2207520000.1402152529.&type=3&theater



Slika 3: Matej Puc in Jože Robežnik

Vir: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151691643109668&set=pb.191727134667.-2207520000.1402152575.&type=3&theater

4.7 Tekmovalci in zmagovalci

Vsaka sezona ponudi 50 polfinalistov, ki iz oddaje v oddajo nastopajo s svojim talentom in se borijo za uvrstitev v naslednji krog. V vsakem od petih polfinalov izberejo 3 zmagovalce, v velikem finalu se za zmago bori 10 finalistov. Zmagovalca na koncu izberejo gledalci in gledalke z glasovanjem.

Zmagovalci:

Tabela 4: Zmagovalci šova »SLOVENIJA IMA TALENT«

Sezona	**Število oddaj**	**Začetek sezone**	**Konec sezone**	**Zmagovalec**
1.	12	21. marec 2010	6. junij 2010	Lina Kuduzović (7 let, petje)
2.	13	20. marec 2011	6. junij 2011	Julija Kramar (35 let, petje)
3.	14	17. marec 2013	16. junij 2013	Alja Krušič (16 let, petje)

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#cite_note-1

4.8 Gledanost oddaje, nominacije in nagrade

Finančnemu zalogaju primerna je tudi gledanost šova. Prva sezona je bila pravi hit in je podirala rekorde. Prva oddaja je bila najboljši start v zgodovini produkcije zabavnih oddaj, odkar obstaja telemetrija.[2] Enako velja tudi za zadnjo, finalno oddajo prve sezone, kjer je šla gledanost v nebo. Po predvidevanjih kreativnega direktorja Donalda Roseja, takšne gledanosti ne bodo več dosegli.

Poglejmo, kaj zgoraj navedeno pomeni v številkah:

Rating 1. oddaje: 24,1 (58 %).

Rating finalne oddaje: 31,3 (75 %) – najbolj gledana oddaja!

Ciljna skupina je takrat zajemala gledalce in gledalke, stare od 18 do 49 let, s tem letom pa se je ta ciljna skupina spremenila na 18–54 let. Zajema oba spola, so pa ženske bolj pogoste gledalke kot moški, ki prevladujejo le v spremljanju športnih dogodkov.

Oddaja si je zaslužila tudi nekaj nominacij in nagrad.

Tabela 5: Nominacije in nagrade šova »SLOVENIJA IMA TALENT«

Leto	**Nominacija**	**Nagrada DA/Ne**
2011	Nominacija za strokovni viktor za najboljšo zabavno TV-oddajo	**Da**
2011	Nominacija za viktor popularnosti za najboljšo TV-oddajo	**Da**
2012	Nominacija za strokovni viktor za najboljšo zabavno TV-oddajo	**Ne**

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#cite_note-1

[2] Telemetrija je spremljanje oziroma merjenje (monitoring) gledanosti televizijskega programa v različnih časovnih intervalih.

4.9 Četrta sezona »SLOVENIJA IMA TALENT«

V novi televizijski sezoni 2014/2015 na POP TV prihaja še zadnja, četrta sezona šova »*Slovenija ima talent*«. Ali bo to tudi dejansko zadnja sezona, ni znano. Ve se, da je podjetje kupilo pravice za 4 sezone. S sloganom »Prižgi svojo zvezdo, Slovenija te čaka!« vabijo k prijavam na predizbore. Ti se pričnejo avgusta 2014, potekali bodo v osmih mestih, tudi v Mariboru.[3]

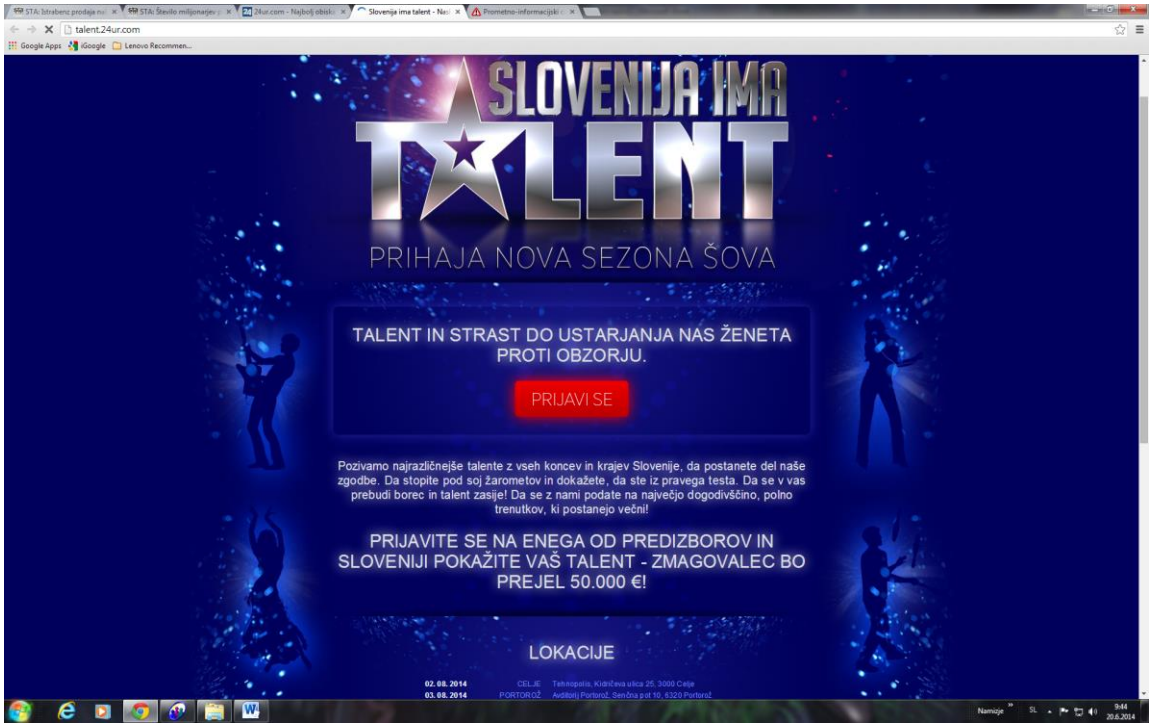
Informacije o voditeljskem paru še niso znane, predvidevamo, da bosta ostala voditelja 3. sezone. Enako predvidevamo tudi za člane glavne žirije.

Nagrada, ki čaka zmagovalca/zmagovalce, je znova denarna, gre za 50.000 evrov.

Druge podrobnosti niso znane, so pa vse informacije dosegljive na uradni spletni strani[4] šova.

[3] Predizbor v Mariboru bo potekal 9. avgusta 2014 v hotelu Habakuk.

[4] Spletni naslov: http://talent.24ur.com/



Slika 4: Vabilo k prijavi na predizbor šova

Vir: http://talent.24ur.com

5 PRILJUBLJENOST RESNIČNOSTNIH ODDAJ V SLOVENIJI IN SVETU

Na vprašanje, zaradi česa so resničnostne oddaje tako priljubljene, je mogoče odgovoriti s prav toliko odgovori, kot na vprašanje, kaj resničnostno oddajo naredi resničnostno. Enotnega odgovora ni, jih je več, mnenja se krešejo, dejstvo pa je, da vsak posameznik izbrano resničnostno oddajo gleda s svojega vidika. Ponujamo nekaj razlogov, ki temeljijo na podatkih resničnostnih oddaj po svetu in na rezultatih lastne ankete, narejene na vzorcu nekaj več kot 100 ljudi.

Najprej poglejmo nekaj zanimivih podatkov in dejstev:

Kljub temu, da 4 od 5 TV-gledalcev v Ameriki menijo, da je na televiziji preveč resničnostnih oddaj, njihova priljubljenost ne pojenja.

Leta 2012 je 11. sezona »*Ameriškega idola*« podrla rekord – v finalu oddaje so zbrali kar 132 milijonov glasov gledalcev in gledalk.

6. sezono šova »*Britanija ima talent*«, ki je bila predvajanja leta 2012, je v povprečju gledalo 10,17 milijonov ljudi. Finale je gledalo več kot 12 milijonov ljudi.

K temu lahko pripišemo še sledeče:
Televizija CNN je februarja 2013 poročala, da ima britanska različica šova »*Vajenec*« negativne učinke na mladostnike, ki šov spremljajo. V eni uri šova so zabeležili kar 85 agresivnih dejanj, v šovu »*Ameriški idol*« pa 57.

Leta 2006 so bili resničnostni šovi (4 od 10 oddaj) najbolj priljubljeni pri občinstvu, mlajšem od 17 let.

Naj k zgoraj navedenemu dodamo še podatke iz lastne ankete:

Vprašanje**: »Zakaj spremljaš resničnostne oddaje?«**

Odgovori:

- Ker so zabavne (40 %)
- Ker me zanimajo zdrahe, prepiri, konflikti (17 %)
- Drugo (17 %)
- Da se lahko kasneje o tem pogovarjam s prijatelji (12 %)
- Ker poznam tekmovalca/tekmovalke (12 %)
- Ker se veliko naučim (3 %)
- Ker se (z glasovanjem) potegujem za nagrade (0 %)

Poglejmo še povzetek razlogov, ki jih je zbrala Wikipedia na osnovi številnih raziskav in anket:

- Osebno poistovetenje s tekmovalci
- Čista zabava
- Ker ni vnaprej napisanega scenarija
- Občutek sposobnosti doseči, kar so dosegli tekmovalci (prepoznavnost, zmago)
- Uživanje v tekmovalni napetosti
- Voajerstvo (še posebej pri scenah, ki se odvijajo v zasebnih prostorih in zajemajo goloto ali vsebujejo opravljanje)

Zdaj, ko smo našli nekaj odgovorov na vprašanje, zakaj takšna priljubljenost, preverimo, ali priljubljenost resničnostnih oddaj narašča, pada ali ostaja nespremenjena.

Raziskava raziskovalnega centra Pew (iz leta 2009) je pokazala, da televizijski gledalci ugotavljajo, da je resničnostna televizija začela postajati čedalje slabša. Tako je menilo več kot 63 % vprašanih, približno 22 % jih je bilo mnenja, da pomembne razlike ni. Samo 8 % jih je dejalo, da so ti šovi skozi čas postali boljši.
Leta 2010 je časopis New York Times objavil rezultate ankete, ki jo je izvedel TiVO INC. Ta anketa je razkrila ,da je večina gledalcev sita resničnostnih šovov. Kar pa je zanimivo, je to, da jih kljub temu redno spremljajo. 15 od 20 izbranih top spremljanih programov še vedno pripada resničnostnemu žanru.

Marca 2012 se je ankete lotil tudi Yahoo! in ponudil presenetljivo statistiko. Več kot 94 % sodelujočih je reklo, da si ne želijo več gledati resničnostnih oddaj.

Decembra 2012 je anketo izvedel spletni portal Today.com. Rezultati kažejo, da več kot 72 % žensk in 60 % moških resničnostne oddaje spremlja zato, ker jim je dolgčas. 46 % žensk in 26 % moških je dodatno pojasnilo, da oddaje gledajo zato, ker so radovedni in jih zanimajo življenja slavnih in bogatih.

Kar zadeva priljubljenosti v Sloveniji: če sklepamo po številu resničnostnih (predvsem tekmovalnih) oddaj, potem je resničnostna televizija med slovenskim občinstvom precej priljubljena. Največ oddaj tega formata pripravlja podjetje Pro Plus, ki izdaja programa Kanal A in POP TV. In četudi je Kanal A prvi program, ki je predvajal resničnostno oddajo, je POP TV tisti, ki v številu predvajanj resničnostnih šovov prednjači.

Tabela 6: Seznam resničnostnih šovov na slovenskih TV-programih

Ime šova	**Sezona**	**Program**	**Leto predvajanja**
PopStars!	1.	Kanal A	2002 (pomlad)
PopStars! 2	2.	Kanal A	2003 (pomlad)
SuperNov@ Multi Talents	1.	TV3	2004 (pomlad)
Sanjski moški	1.	POP TV	2004 (jesen)
Bar	1.	POP TV	2005 (pomlad)
Sanjska ženska	1.	POP TV	2005 (jesen)
Bar 2	2.	POP TV	2006 (pomlad)
To sem jaz	1.	TV3	2006 (pomlad)
Sanjska ženska 2	2.	POP TV	2006 (jesen)
Dirka!	1.	KANAL A	2006 (jesen)
Big Brother	1.	KANAL A	2007 (pomlad)
Kmetija	1.	POP TV	2007 (jesen)
Big Brother	2.	KANAL A	2008 (pomlad)
Kmetija	2.	POP TV	2008 (jesen)
Kmetija slavnih	1.	POP TV	2009 (jesen)
SuperModel Slovenije	1.	KANAL A	2009 (jesen)
Survivor	1.	TV3	2009 (jesen)
Slovenija ima talent	1.	POP TV	2010 (jesen)
Slovenski TopModel	1.	TV3	2010 (jesen)
SuperModel Slovenije	2.	POP BRIO	2010 (jesen)
Big Brother Slavnih	1.	POP TV	2010 (jesen)
Slovenija ima talent	2.	POP TV	2011 (pomlad)
Ljubezen na seniku	1.	TV3	2011 (jesen)
Kmetija	3.	POP TV	2011 (jesen)
X-Factor	1.	POP TV	2012 (pomlad)
Gostilna išče šefa	1.	POP TV	2012 (jesen)
Paradise hotel	1.	Planet TV	2012 (jesen)
Slovenija ima talent	3.	POP TV	2013 (pomlad)
Misija: Je mogoče!	1.	Planet TV	2013 (pomlad)
Pozor, priden pes!	1.	POP TV	2013 (pomlad)
Gostilna išče šefa	2.	POP TV	2013 (jesen)
Ljubezen na deželi	1.	Planet TV	2013 (jesen)
Pozor, priden pes!	2.	POP TV	2013 (jesen)
TOP4	1.	KANAL A	2013 (jesen)
Zmenek na slepo	1.	Planet TV	2014 (zima)

Vir: http://sl.wikipedia.org/wiki/Resni%C4%8Dnostna_oddaja

6 VPLIV RESNIČNOSTNIH ODDAJ

Vsaka resničnostna oddaja, ne glede na njen tip in namen, na občinstvu in tudi širše pusti nek pečat. Na določene posameznike vpliva bolj, na določene manj. Vpliva lahko na celotno regijo, celotno nacijo. Slednje se kaže predvsem v arabskih deželah oziroma tam, kjer sta na enem območju močni vsaj dve religiji, ki sta že dlje časa v konfliktu.

Vplivi so sicer lahko pozitivni ali negativni (pogosto so odvisni od same zvrsti oziroma podzvrsti resničnostne oddaje), našteli bomo zgolj nekaj njih:

Pozitivni:

– želja po spremembah (resničnostne oddaje, ki z vsebino ponujajo preobrazbe, v ljudeh vzbudijo željo po tem, da tudi sami kaj spremenijo);
– ideje (predvsem za življenje);
– vzorniki (niso vsi tekmovalci slabi vzorniki);
– politični/družbeni/sociološki (npr. razbijanje tabujev).

Negativni:

– politični (sploh v bolj konservativnih in verskih državah);
– resničnost ustvarjalcev šova postane gledalčeva resničnost (kar najstnik vidi na TV lahko postane njegova resničnost);
– neetično postane etično;
– pasivnost ali agresija.

Globalno gledano je uspešnost in priljubljenost resničnostnih oddaj v očeh analitikov predvsem pomemben politični fenomen. V nekaterih avtoritativnih državah je bilo glasovanje v resničnostnih oddajah prvo prosto glasovanje za izbor zmagovalca sploh. To se šteje kot dosežek.

Manj uspešni so bili v nekaterih arabskih deželah. Panarabska različica Big Brother-ja je skušala razbiti nekatere tabuje, a ji to žal ni uspelo, saj so oddajo ukinili leta 2004 (po manj kot dveh tednih predvajanja) zaradi nasprotovanja javnosti in številnih protestov.

Veliko prahu (zaradi verskih nesoglasij/razhajanj) je dvignila televizija Abu Dhabi. Leta 2007 je začela predvajati resničnostno oddajo, podobno glasbenim talentom, v kateri so tekmovalci tekmovali v poeziji. Resničnostna oddaja je 3 leta uspešno promovirala tekmovanje na podlagi tradicionalne, kulturno pomembne teme. A je leta 2010 43-letna tekmovalka Saudi pred občinstvom prebrala pesem, s katero je kritizirala muslimanske klerike. Občinstvo in sodniki so jo sicer sprejeli z navdušenjem, na koncu je pristala na tretjem mestu, v državi pa je kljub temu vzbudila prerekanje politike.

Nekaj težav z resničnostnimi šovi je imela tudi Kitajska. Tamkajšnje oblasti so v oddaji »*Super Girl*« (2005), ki je njihova različica pevskega tekmovanja, videle vsiljevanje demokracije. Oddajo so leta 2006 ukinile, leta 2009 so jo znova uvedli, ampak so jo spet ukinili leta 2011. Na drugi strani je šlo za izjemno uspešno oddajo – eno sezono si je pogledalo kar 400 milijonov ljudi, glasove za zmagovalce je oddalo 8 milijonov ljudi. Kitajske oblasti so kot razlog za zadnjo ukinitev navedle ustvarjanje nemogočih idolov, kar je škodljivo za kitajsko mladino.

Seveda pa ni vse tako črnogledo in slabo. Resničnostne oddaje imajo to moč, da navadnega človeka čez noč spremenijo v zvezdnika. Večina slave željnih na to sposobnost gleda izjemno pozitivno. Želja mnogih je postati slaven in prepoznaven, četudi za kratek čas – in mnogi se tudi zaradi tega prijavijo na različne resničnostne oddaje.

Resničnostni šovi so odlična odskočna deska za mlade umetnike, glasbenike – sploh šova, kot sta »*X-Factor*« ali »*Slovenija ima talent*«. Takšni šovi omogočajo pevcem in glasbenikom, da se predstavijo širši javnosti, da jih ujame oko producentov, ki jim nato omogočijo nadaljnjo kariero.

Pozitivno pri resničnostnih oddajah je tudi to, da (za razliko od računalniških iger in filmov) zaenkrat svetovni mediji ne poročajo, da bi nekdo zaradi spremljanja teh oddaj koga na primer ubil ali storil samomor.

7 ETIKA RESNIČNOSTNE TELEVIZIJE

Pri analizi resničnostne televizije, iskanju razlogov za njeno priljubljenost in raziskovanju posledic oziroma vpliva na občinstvo moramo pogledati še en pomemben vidik: etiko. O tem, kaj je etično in kaj ni, lahko spet razpravljamo.

Slovar slovenskega knjižnega jezika (1998) pravi, da je etika v prvi vrsti filozofska disciplina, ki obravnava merila človeškega hotenja in ravnanja glede na dobro in zlo in da ima svoj kodeks. Etična merila nam postavlja družba, v kateri živimo. Če jih upoštevamo, ravnamo etično, če jih ne, ravnamo neetično. Kaj je tisto, kar še spada v mejo dovoljenega in družbeno sprejemljivega in kaj prestopi to mejo? Koliko je takšnih vsebin na televiziji in kdo je za etiko predvsem resničnostnih oddaj odgovoren? Po našem mnenju vse štiri strani, torej:

– ustvarjalci resničnostnih oddaj,
– tekmovalci/nastopajoči v resničnostnih oddajah,
– gledalci resničnostnih oddaj,
– oglaševalci v resničnostnih oddajah.

Če pustimo definicije in razlage ob strani in pogledamo v bistvo številnih resničnostnih oddaj (spet odvisno od njihove zvrsti), potem lahko ugotovimo, da ogromno ustvarjalcev šov postavi na temeljih, ki tekmovalce spravljajo v nevsakdanje, boleče, poniževalne situacije, ki pa gledalca bolj potegnejo v smeri zabave in smeha kot v smeri sočustvovanja. Zakaj tako gledamo? Razlogov je več: mogoče dosežemo nek občutek katarzičnosti, sreče ne nazadnje, ker se neka peripetija ni zgodila nam, ampak nekomu drugemu. In smo zato srečni, veseli. Ne pomislimo pa na trpljenje tekmovalca. A ustvarjalcu takšne oddaje je pomembno prav to – da jo gledalec spremlja, po možnosti v njej tudi sodeluje.

Tekmovalci so tisti, s katerimi sočustvujemo ali pa tudi ne, za katere navijamo, jih spremljamo in zanje glasujemo. Vsi se zavedajo, da jih spremljajo kamere, gledalci vseh starosti, veroizpovedi, usmerjenosti, vseh možnih prepričanj. Koliko vpliva ima to na

tekmovalce? Ponovno je to odvisno od posameznika. Smo pa to vprašanje zastavili enemu od tekmovalcev resničnostnega šova »*Slovenija ima talent*«, Boštjanu Bračiču. On pravi:

»Nekaterim je to predstavljalo velik problem, saj svojega življenja niso želeli deliti s svetom v tako veliki meri. Sam sem bil precej naiven in razkril preveč, ampak dobil lekcijo, da ni vse za vsakogar!«[5]

Določeno mero odgovornosti bi morali (če je že ne) nositi tudi oglaševalci oziroma podjetja, ki se odločijo prodajati in promovirati sebe in svoje storitve/izdelke skozi takšne oddaje. A ker smo v kapitalizmu, večina na etičnost ne pomisli, ker vidijo zgolj zaslužek. In ta vsekakor je.

Gledalci … kje smo, ko gre za etiko? Odvisno od posameznika – tistim, katerim se na primer golota na TV ne zdi sporna, bodo oddaje, ki to ponujajo, gledali, tisti, ki temu strogo nasprotujejo, je ne bodo. Preprosto. Spet pridemo do zaključka: vsak je svojega daljinca kralj.

Če povzamemo: televizija dobi ogromno gledalcev, posledično tudi večji finančni priliv (s strani oglaševalcev) in v veliko primerih prav na račun tekmovalcev, ki jih ustvarjalci oddaje spravijo v neprijetne situacije. Je to moralno, etično? Vprašajte sebe: ali uživate ob gledanju takšnih resničnostnih oddaj?

[5] Celoten razgovor z Boštjanom Bračičem najdete v prilogah, stran 55.

8 VEČ TALENTA – VEČJI ZASLUŽEK?

Televizije, ki v svoj program vključijo lastne ali licenčne resničnostne oddaje, to storijo (tudi) zaradi zaslužka. Visoka gledanost pomeni večji prihodek kapitala, predvsem od oglaševalcev znotraj oglasnih blokov. Možnosti za oglaševanje je več: tako v sklopu posamezne oddaje, pred ali po njej, na uradni spletni strani televizije ipd.

Cene oglaševanja so različne. Natančnega podatka, koliko dobička prinese posamezni resničnostni šov v eni sezoni, javnosti žal niso dostopni, saj gre za poslovno skrivnost. A številke niso majhne – nasprotno, so vsaj 7-mestne!

Poleg oglasov v programu in na spletu je treba upoštevati tudi zaslužek, ki ga televizija dobi na račun glasovanja oziroma aktivnega sodelovanja gledalcev pri oddaji. Številni šovi omogočajo pošiljanje SMS-sporočil (ki stanejo), s katerimi se gledalec udeleži sodelovanja v kakšnem žrebu, seveda nagrade niso majhne ali zanemarljive. Če gre za tekmovalni šov, je gledalcu omogočeno pošiljanje sporočil ali klicanje za oddajo glasu za svojega favorita – tudi to je plačljivo.

Da pa bomo popolnoma nepristranski in objektivni, moramo povedati, da izvedba resničnostnega šova tudi ogromno stane – poleg scene in vse tehnologije je treba plačati tudi voditelje. Ti namreč igrajo pomembno vlogo pri uspehu same resničnostne oddaje. Bolj so znani in priljubljeni, bolj pritegnejo občinstvo, na drugi strani pa tudi več stanejo. Honorarji televizijskih voditeljev resničnostnih šovov so različni, vsak postavi svojo ceno v času pogajanj in pred podpisom pogodbe. Honorar uspešnega voditelja lahko na oddajo znaša tudi nekaj tisoč evrov.

Dodaten strošek lahko sicer predstavljajo tudi honorarji tekmovalcem v posameznem šovu, še posebej, kadar gre za zvezdniške tekmovalce, so lahko te številke precej visoke. Podatki za ZDA razkrivajo sledeče:

– Donald Trump naj bi na vsako epizodo »*Vajenca*« v 1. sezoni zaslužil 50.000 dolarjev, za vsako epizodo 2. sezone pa kar 100.000.

– Zvezde resničnostne oddaje »*Najstniška mama*« naj bi za vsako epizodo, v kateri nastopijo, dobile do 65.000 evrov.

– Simon Cowell, svetovno znan sodnik številnih resničnostnih oddaj, naj bi na leto zaslužil 54,25 milijonov funtov.

– Sodniki resničnostne oddaje »*Ameriški idol*« so leta 2013 zaslužili po 54 milijonov dolarjev.

Številke so vrtoglave, kot so vrtoglavi tudi podatki o gledanosti posameznih resničnostnih oddaj.

Sicer pa, kot je dejal francoski pisatelj in literarni kritik Frederic Beigbeder (2003, str. 14): »Zapravljam, torej sem. Da bi ustvarjali potrebe, je treba zbujati ljubosumje, bolečino, nepotešenost: to so moja orožja. Moja tarča ste pa vi.«

9 RAZISKAVA

9.1 Namen in cilj raziskave

Za raziskovalni del diplomske naloge smo se odločili napraviti anketo. Želeli smo izvedeti, kakšne so navade in pričakovanja slovenskih gledalcev in gledalk v zvezi z resničnostnimi oddajami, povprašali smo jih, kaj pojem »resničnostno« zanje sploh pomeni, kaj je tisto, kar jih pritegne k spremljanju tovrstnih oddaj. Še najbolj nas je zanimal odgovor na vprašanje: »Kako resnične/pristne se ti zdijo slovenske resničnostne oddaje?«

9.2 Predstavitev vzorca anketirancev

Anketo smo opravili na vzorcu 115 ljudi različnih starosti in obeh spolov, nekateri so odgovorili na vsa vprašanja, spet drugi ne.

Vprašanja so bila zastavljena tako, da so ponujala:

– zgolj en možen odgovor,

– več možnih odgovorov istočasno.

Vprašanj je bilo 10, bila so takšna:

– Spol, starost

– Kateri so tisti kriteriji (po tvojem lastnem prepričanju), ki določajo, ali je šov resničnostni ali ne?

– Katero resničnostno oddajo spremljaš oz. si jo spremljala, ko je še bila na programu?

– Katere zvrsti televizijskih oddaj (po tvojem lastnem prepričanju) sodijo med "resničnostne oddaje"?

– Si kdaj razmišljal/a, da bi se tudi sam/a prijavil/a v katero od resničnostnih oddaj?

– Ali spremljaš resničnostne oddaje na slovenskih televizijah?

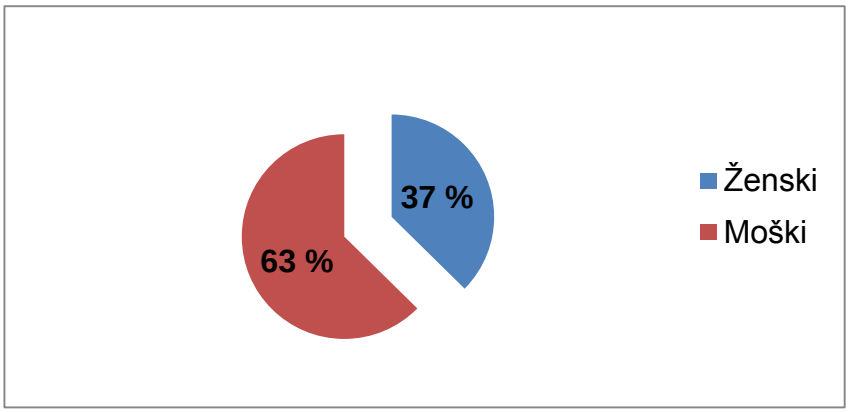
– Zakaj spremljaš resničnostne oddaje?

– Kako pogosto spremljaš resničnostne oddaje?

– Kako resnične se ti zdijo resničnostne oddaje?

9.3 Rezultati/povzetek ankete

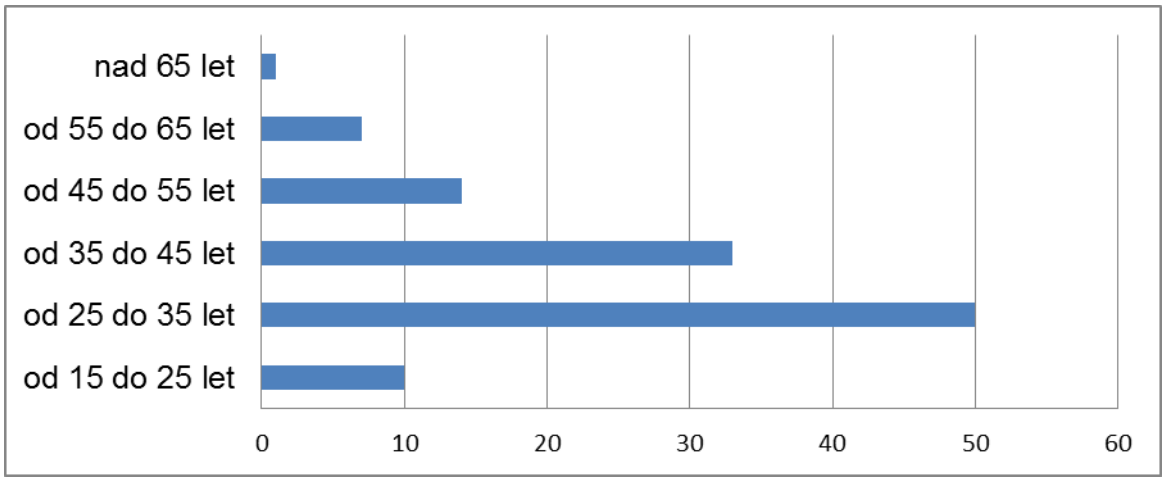
V nadaljevanju smo pripravili jedrnate povzetke rezultatov ankete.



Graf 1: Spol

Vir: Lasten

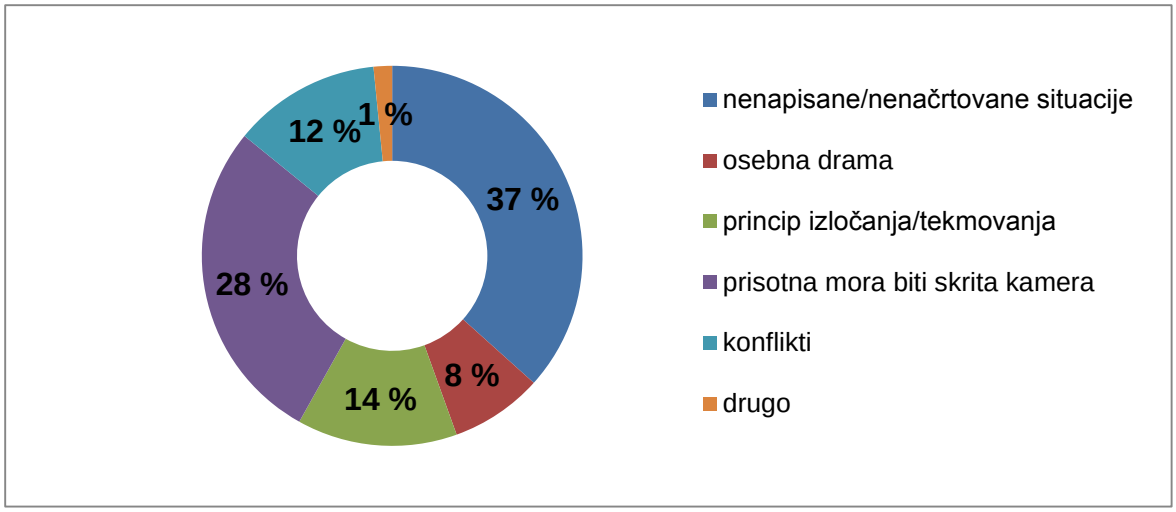
V anketi je sodelovalo 115 anketirancev, od tega 63 % moških (72) in 37 % žensk (43).



Graf 2: Starost

Vir: Lasten

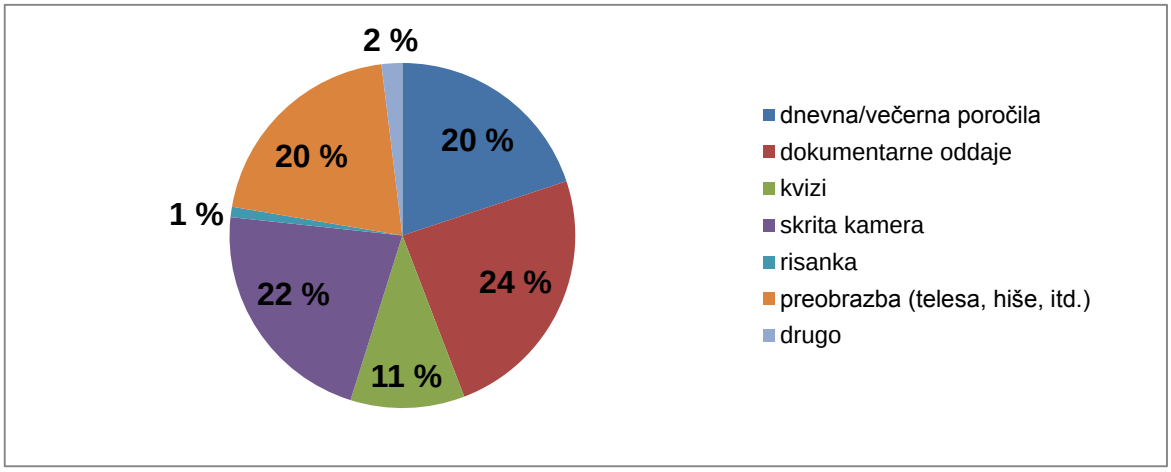
Pri anketiranju smo skušali zajeti širok starostni razpon. Spodnjo mejo smo določili pri 15-ih letih, zgornje meje ni. V starostnem razredu od 15 do 25 let je 9 % anketiranih (10), od 25 do 35 let je 43 % (50), od 35 do 45 let je 29 % (33), od 45 do 55 let je 12 % (14), od 55 do 65 let jih je 6 % (7) in nad 65 let le ena anketirana oseba.



Graf 3: Kateri so tisti kriteriji (po tvojem lastnem prepričanju), ki določajo, ali je šov resničnostni ali ne?

Vir: Lasten

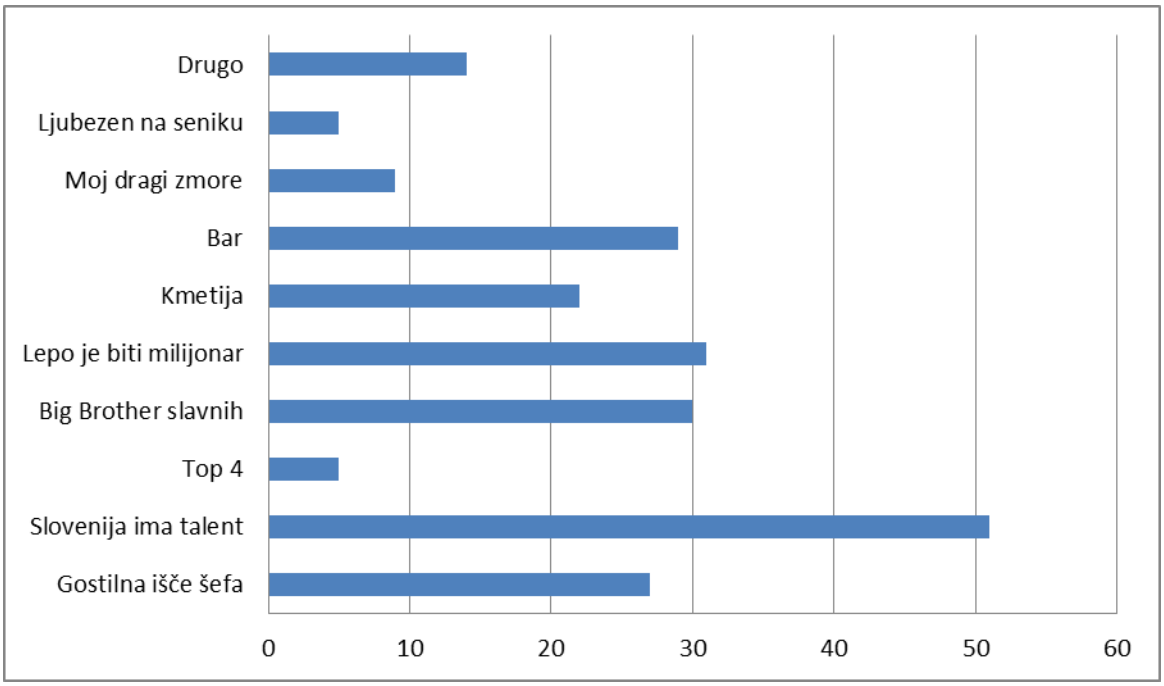
S tem vprašanjem smo želeli dobiti oris razlage pojma »resničnostno« z vidika posameznikov. Največ (37 %) jih z resničnostnimi oddajami poveže nenapisane oziroma nenačrtovane situacije. Sledi odgovor, da mora biti prisotna skrita kamera. Še najmanj jih pojem »resničnostno« poveže z osebno dramo.



Graf 4: Katere zvrsti televizijskih oddaj (po tvojem lastnem prepričanju) sodijo med "resničnostne oddaje"?

Vir: Lasten

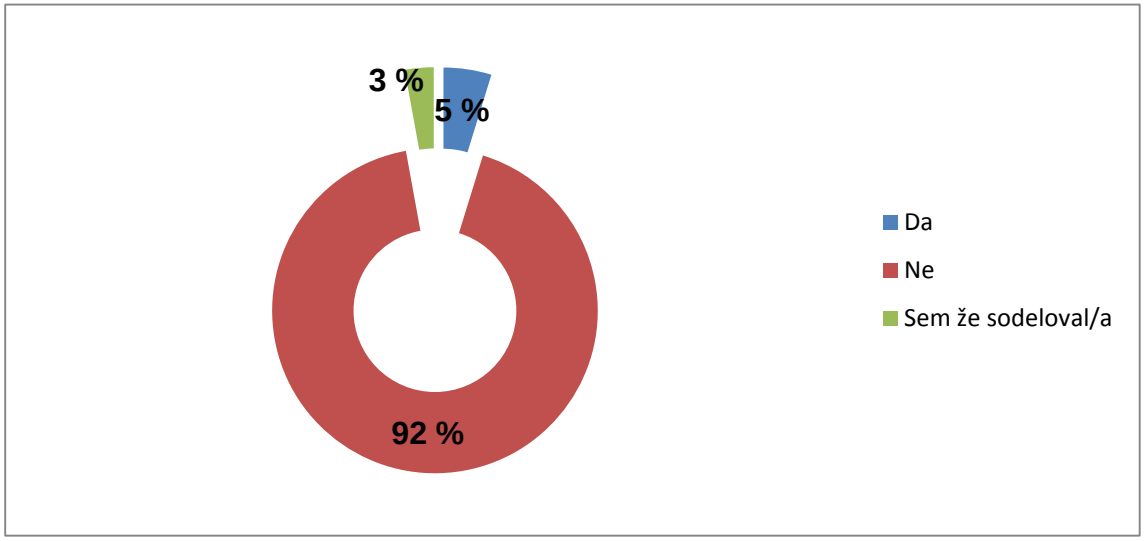
To vprašanje smo zastavili izključno zaradi tega, ker smo z njim želeli pokazati še eno trditev, podano v diplomski nalogi, in sicer, kako so meje med oddajami zabrisane in kako je domala vsaka oddaja danes že resničnostna ali pa vsaj vsebuje resničnostne elemente. Precej izenačen rezultat je med poročili in dokumentarnimi oddajami.



Graf 5: Katero resničnostno oddajo spremljaš oz. Si jo spremljal/a, ko je še bila na programu?

Vir: Lasten

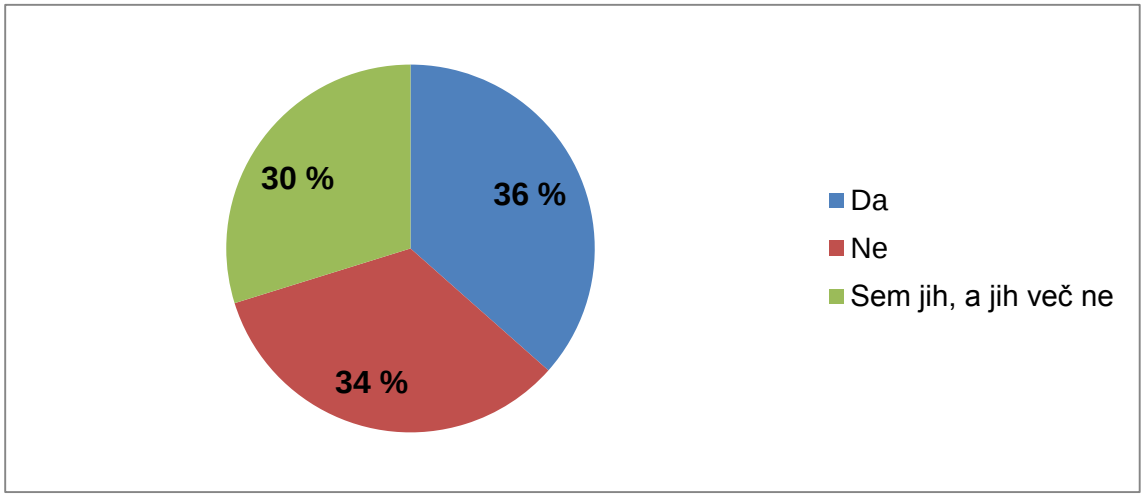
Podatek tega grafa (ki je dopuščal več možnih odgovorov) nazorno kaže dejstvo, izpostavljeno v našem diplomskem delu. In to dejstvo pravi, da je resničnostni šov »*Slovenija ima talent*« najbolj gledana oddaja sploh. Na podlagi ankete jo je spremljalo kar 23 % anketiranih (51).



Graf 6: Si kdaj razmišljal/a, da bi se tudi sam/a prijavil/a v katero od resničnostnih oddaj?

Vir: Lasten

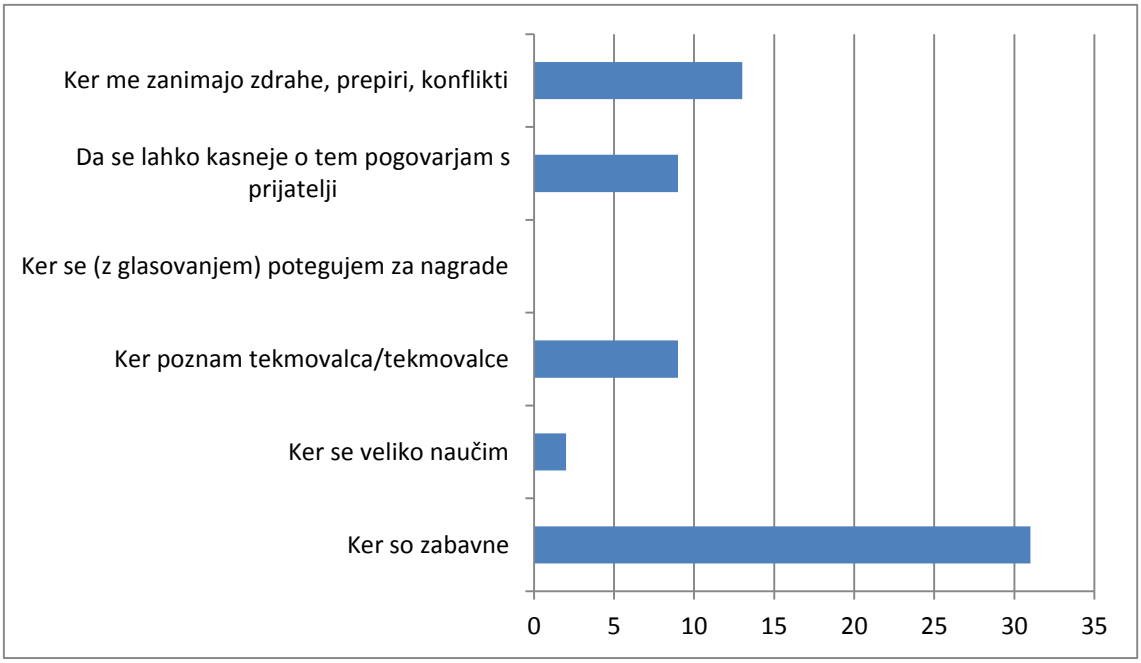
Podatki tega vprašanja ne presenečajo. Kot kaže, smo Slovenci raje v vlogi tistega, ki gleda in ocenjuje, kot tistega, ki se izpostavlja in tekmuje. 92 % vprašanih (105) je tako odgovorilo, da nikoli niso razmišljali o nastopu v kakšnem resničnostnem šovu, medtem ko jih je 5 % (6) reklo, da so o tem razmišljali. 3 % vprašanih so celo že sodelovali v katerem od šovov.



Graf 7: Ali spremljaš resničnostne oddaje na slovenskih televizijah?

Vir: Lasten

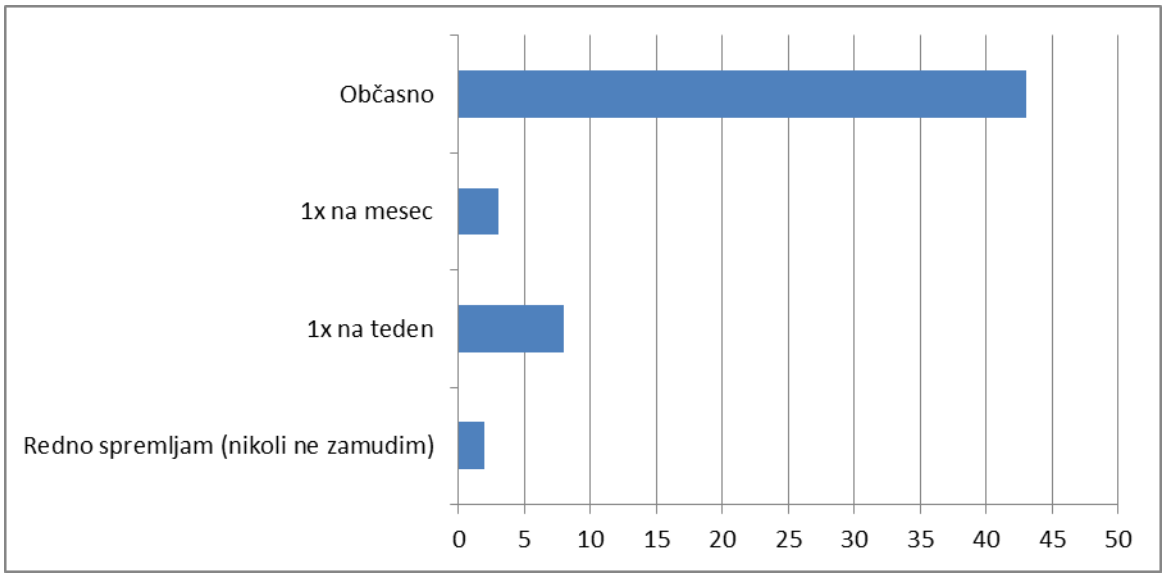
Ker smo v diplomi postavili trditev, da so resničnostne oddaje pri nas in v svetu zelo gledane, vendar je medijski trg z njimi preveč nasičen, smo od anketirancev želeli izvedeti, ali spremljajo te oddaje ali ne. Pokazali so se zanimivi rezultati, precej izenačeni: 36 % vprašanih (41) spremlja resničnostne oddaje na slovenski televiziji, 34 % (39) jih ne, 30 % (35) jih je, a jih zdaj več ne.



Graf 8: Zakaj spremljaš resničnostne oddaje?

Vir: Lasten

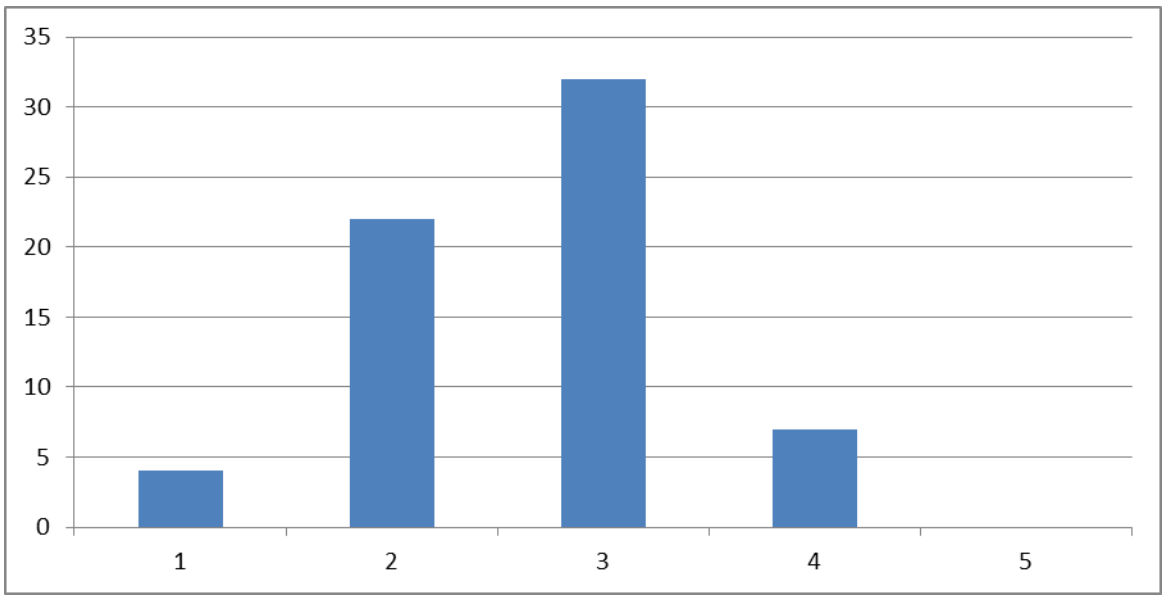
Kaj je tisto, kar gledalce pritegne, da spremljajo resničnostne oddaje? Največ, 40 % (31), jih pravi, da jih spremljajo zato, ker so zabavne, na drugem mestu so se kot razlog znašle zdrahe, prepiri in konflikti. Zanimivo je, da nihče od anketiranih ni odgovoril, da tovrstne oddaje spremlja zato, ker v njih aktivno sodeluje (recimo z glasovanjem). Na to vprašanje so odgovarjali zgolj tisti, ki so v prejšnjem vprašanju odgovorili z »da« in »sem jih, a jih več ne«.



Graf 9: Kako pogosto spremljaš resničnostne oddaje?

Vir: Lasten

Občasno resničnostne oddaje spremlja 77 % vprašanih, redno jih spremlja le 4 %.



Graf 10: Kako resnične se ti zdijo resničnostne oddaje?

Vir: Lasten

Zadnje vprašanje je bistvo tako ankete kot tudi diplomskega dela. Anketiranci so z oceno od 1 do 5 ocenili, kako resnične se jim zdijo resničnostne oddaje. Ocena 1 pomeni, da niso nič

resnične, ocena 5 pomeni, da so zelo resnične. 40 % anketiranih je resničnost oddaj ocenila s povprečjem, torej z oceno 3.

10 ZAKLJUČEK

Z diplomskim delom pojasnjujemo, da je resničnostna televizija med gledalci po svetu in doma priljubljena, in sicer kljub temu, da je medijski trg z njo preveč nasičen. Ugotavljamo tudi, da pojav »resničnosti« posega v domala vse žanre/zvrsti televizijskih oddaj. Meje so zabrisane, jasnih kriterijev, kaj je resničnostno in kaj ne, ni. Ustvarjalci televizijskih vsebin, še posebej resničnostnih, se morajo precej truditi, da občinstvo prepričajo, v kolikšni meri oziroma kako resničen je dejansko njihov izdelek.

Ne glede na to, kako zelo se trudimo iskati in razlagati razlike med na primer dokumentarnimi filmi in resničnostnimi šovi, se nam zdi bolj pomembno izpostaviti tisto, kar jim je skupno. In kaj je to? Neposredna povezava z gledalci in zavračanje hierarhij, ki so nekoč veljale. Da, zlasti resničnostna televizija ima velik vpliv na družbo, kar je logično. Ne nazadnje jo oglašujejo kot zabavo, kar pomeni, da je odsev trendov, ki v določenem obdobju veljajo.

Med ustvarjanjem pričujočega dela, prebijanjem skozi članke, eseje, knjige in enormne količine podatkov na spletu smo spoznali predvsem tole: resničnostna televizija ima talent zlasti v smislu, da posameznika sooči z odvzemom vsega lagodja, ki ga je vajen (s tem ga na nek način razgali), ga postavi v novo okolje in čaka, kaj se bo zgodilo. Občinstvo dobi resnično osebo, dobi priložnost poistovetiti se, sočustvovati ali se zgražati nad življenjem sebi podobnega. Prav zaradi tega (in še česa) občinstvo spremlja resničnostne šove, kar je sicer tudi glavni namen njihovih ustvarjalcev.

Kar zadeva zaključek okrog vprašanja, kam gre resničnostna televizija in kaj sploh lahko prinese človeštvu, je naše dognanje takšno: resničnostna televizija je že in gotovo še bo poskrbela za zlom številnih tabujev, starokopitnih razmišljanj in elitizma. Po drugi strani pa jo lahko obravnavamo kot krizo standardov tako ustvarjalcev TV-programov kot tudi gledalcev. Ustvarjalci resničnostnih oddaj bodo sledili zahtevam gledalcev, te pa, kot kaže, postajajo čedalje bolj bizarne. Vzemimo na primer čisto svežo resničnostno oddajo, ki se bo kmalu predvajala na zaslonih – rdeča nit te oddaje bo, da ženske (bodoče matere) rojevajo brez

sodobne zdravstvene pomoči, v naravnem okolju po lastnem izboru in seveda pred kamero. Je to sprejemljivo? Je to okusno? Je to nekaj za oči javnosti? Odvisno od posameznika.

V navezavi s prejšnjim odstavkom lahko za zaključek izpostavimo: v diplomskem delu smo zapisali, da je vsak posameznik kralj svojega daljinskega upravljavca. In res je. Kot je resnično tudi dejstvo, da sloni na plečih vsakega posameznika odločitev glede tega, kako realna in resnična mu je posamezna ideja, ki jo vidi na zaslonu.

11 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

11.1 Literatura

1. Beigbeder Frederic: *2.999 SIT*. Ljubljana: Založba Vale-Novak, 2003.
2. Cummings, Dolan, Clark Bernard, Mapplebeck Victoria, Dunkley Christopher in Barnfield Graham: *Reality TV: How Real is Real?*. London: Hodder&Stoughton, 2002.

11.2 Internetni viri

Spletna enciklopedija Wikipedija. Dostopno na:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Reality_television, dne: 2.6.2014
2. http://www.rd.com/slideshows/13-secrets-reality-tv-show-producers-wont-tell-you/#slideshow=slide4, dne: 5.6.2014
3. http://sl.wikipedia.org/wiki/Resni%C4%8Dnostna_oddaja, dne: 27.5.2014
4. http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#cite_note-1, dne: 3. 6. 2014, dne: 3.6.2014
5. http://www.mapsofworld.com/poll/are-reality-shows-real-infographic-text.html, dne: 27.5.2014
6. http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151003737931#.U4Rnh_l_uPs, dne: 27.5.2014
7. http://en.wikipedia.org/wiki/Reality_television, dne: 27.5.2014
8. http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=etika&hs=1, dne: 27.5.2014

Slovar slovenskega knjižnega jezika (1998). Dostopno na:

1. http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html, 27.5.2014

11.3 Lastni viri

1. Razgovor z Donaldom Rosejem, kreativnim direktorjem.
2. Razgovor z Boštjanom Bračičem, tekmovalcem šova »*Slovenija ima talent*«.

11.4 Viri fotografij

Facebook:

1. http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenija_ima_talent#mediaviewer/Slika:Slovenija_ima_talent.jpg, dne 3.6.2014
2. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=575245719239856&set=pb.349458551818575.-2207520000.1402152529.&type=3&theater, dne 3.6.2014
3. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151691643109668&set=pb.191727134667.-2207520000.1402152575.&type=3&theater, dne 3.6.2014
4. http://talent.24ur.com, dne 3.6.2014

12 PRILOGE

Priloga 1: Razgovor (intervju) z ustvarjalcem resničnostnih oddaj v Sloveniji (Donald Rose)

Priloga 2: Razgovor (intervju) z enim od tekmovalcev šova »Slovenija ima talent« (Boštjan Bračič)

Priloga 3: Vprašalnik

Priloga 1: Razgovor (intervju) z ustvarjalcem resničnostnih oddaj v Sloveniji (Donald Rose)

1. ***Kakšna je Vaša vloga in kakšne so Vaše naloge pri ustvarjanju teh oddaj?***
   Sem kreativni direktor in vodja kreativne ekipe (kreativne produkcije), ki šteje trenutno 37 ljudi. Ta ekipa že več kot 10 let ustvarja večino zabavnih oddaj na naših programih POP TV in Kanal A.
   Kot vodja postavim ekipe, dam vsebinske usmeritve, potrjujem kasting sodelujočih v naših oddajah in z različnimi ekipami na različnih projektih razvijam vsebino. Tu so seveda še tekoče stvari, ki pridejo z vodenjem redakcije in razvoj novih TV formatov. Trenutno produciramo »Znan obraz ima svoj glas«, »Skriti Šef« ter »Vid in Pero šov!«.

2. ***Kateri resničnostni šov je bil Vaš prvi (pri katerem ste sodelovali čisto prvič v svoji karieri)?***
   Začel sem čisto na začetku produkcije takih šovov pri nas, na POPSTARS-ih, kot urednik.
   Takrat smo bili še mala ekipa in še ni bilo redakcije kreativne produkcije.

3. ***Pri koliko resničnostnih oddajah ste do sedaj že sodelovali?***
   Imel sem privilegij sodelovati pravzaprav pri vseh šovih. Samo resničnostih šovov smo naredili skupno trinajst sezon – Bar, Big Brother, Supermodel, Sanjska ženska, Kmetija in Gostilna išče šefa. Če pa seštejem še Talen šove, Game šove, igrane serije in ostale oddaje, ki sem jih produciral pa je trenutna številka trideset.

4. ***Vaš najljubši?***

   Težko bi se distanciral od prvega pravega resničnostnega šova, ker smo takrat orali ledino in je Bar postal fenomen. Spomnim se, da je takrat glasovalo v finalu preko 330 000 ljudi, kar je bilo več kot takratni vzporedni referendum. Ta šov mi je ostal zapisan kot najljubša dogodivščina. Je pa moj najljubši in tudi najboljši resničnostni šov »Gostilna išče šefa«, ki smo ga razvili sami. Tu so združene vse izkušnje iz prejšnjih šovov v res originalen format, ki je takoj postal najbolj priljubljen.

5. ***Kako bi vi sploh definirali/določili pojem »resničnostna oddaja/šov«? Kaj je tisto, kar jo naredi takšno?***

   Naredijo jo ljudje, ki nastopajo kot tekmovalci. Naredi jo tekma in poustvarjeno okolje v katerem so situacije, izzivi in naloge, ki jih v prostem življenju ne izkusiš. Vsak resničnostni šov ima svojo misijo – kmetijo narediti polno funkcionalno ali pa odpreti in uspešno voditi gostilno. Na koncu je vedno en zmagovalec. To velja za pravi resničnostni šov, ki jih je originalnih le pet – Big Brother, The Bar, The Farm, Survivor in Gostilna išče šefa. Ostale različice so izpeljanke Big Brotherja z različnimi temami.

6. ***Nekatere definicije »resničnostni šov/oddaja« trdijo, da je dandanes že vse resničnostno.. od zabavnih oddaj do news-a, celo dokumentarci. Bi se s tem strinjali ali ne?***

   Zdaj je že veliko hibridov in podzvrsti resničnostne televizije – Factual reality, reality tv, light documentary, scripted reality... Resničnostna televizija je bila vedno del nas tako z News programi in zabavnimi oddajami, kjer smo gledali resnične ljudi v neki tekmi, v njihovem domu, v studiu... Potem se je forma podajanje te vsebine začela spreminjati iz klasične televizijske forme v resničnostno. To je omogočila tehnologija in ni bilo dolgo, ko so začeli s pravim eksperimentom po zgledu Nase tudi na TV in ga poimenovali po ideji Orwella, Big Brother. Zdaj še dve desetletji velja kaj je resničnostni šov, a je nova tehnologija in popularnost resničnostne televizije spremenila vse oddaje v resničnostne. Seveda vse to niso. Dokumentarci pa so doživeli razcvet v novi obliki, kjer so se zmešali s formo zabavnih oddaj. Klasičnih dokumentarcev, kjer je glavna izobraževalna in informativna vrednost je vedno manj.

7. ***Čeprav so (s pojavom predvsem Youtube kanala in družbenih omrežij) TV napovedovali upad gledanosti, se TV kot medij kar nekako drži na svojem položaju. Bi lahko rekli, da k temu pripomore dejstvo, da se TV čedalje pogosteje odločajo za resničnostne oddaje, ki pritegnejo zelo širok spekter gledalcev?***

   Trend gledanja televizije se spreminja. Navade ljudi se spreminjajo. Tu igra ponovno glavno vlogo tehnologija, ki omogoča predvajanje vsebin na telefonih, iPadih, računalnikih... in ne samo na »magični škatli«. Mladi spremljajo vsebine drugače. Če je še pet let nazaj YouTube bil dobrodošel za TV, sedaj ni. Tudi ni res, da vse resničnostne oddaje pritegnejo velik spekter gledalcev. Pritegnejo jih predvsem resničnostni šovi, ker so 12 tedenska, vsakodnevna nadaljevanka.

8. ***Pro Plus je kot prvi v Sloveniji poskrbel za odmevne, svetovno poznane, resničnostne oddaje. Katera je bila prva?***

   Prvi je bil POPSTARS. Seveda je to bolj talent šov, a je bil prvi kjer je dišalo po resničnostni televiziji, kot jo poznamo danes. Prvi pravi resničnostni šov pa je bil seveda BAR.

9. ***Katera resničnostna oddaja na POP TV ali Kanalu A je bila do sedaj najbolj gledana/spremljana? Morda prav »Slovenija ima talent?«***

   Ja. Prva sezona je podirala vse rekorde. Druge oddaje so ji sicer prišle blizu, a nikoli presegle.

10. ***Dostikrat je slišati, da slovenski ustvarjalci medijskega prostora ne premorete dovolj svoje domišljije, da bi ustvarili kakšno resničnostno franšizo, da programi, ki gledalcem ponujate resničnostne oddaje, raje kupite licenčne šove, kot pa da si jih izmislite sami. Kako bi komentirali ta očitek?***

    Tako, da smo razvili najboljši resničnostni šov Gostilna išče šefa ☺ ... pa seveda Vid in Pero šov, Jebela cesta... Je pa to proces, ki zahteva čas in izkušnje. V našem resničnostnem sprintu nam je uspelo to šele pred dvema letoma.

11. ***Kdo je tisti, ki na koncu (na primer) reče: »POP TV bo jeseni 2014 predvajal to in to resničnostno oddajo?«***

    Odločitev je skupna. Vsi moramo biti prepričani, da lahko dostavimo kar smo si zadali. Seveda pa je zadnja beseda od generalnega direktorja.

12. ***Kakšno prihodnost napovedujete resničnostnim šovom?***

Da se bodo še naprej spreminjali in prišli v naše domove skozi nove platforme, ki jih bo prinesla tehnologija, dokler jih ne bomo toliko posvojili, da bomo pozabili ,da se nekoč bili resničnostni in si bomo morali izmisliti novo ime.

Priloga 2: Razgovor (intervju) z enim od tekmovalcev šova »Slovenija ima talent« (Boštjan Bračič)

1. ***Sodeloval si v najbolj gledanem šovu oz. televizijski oddaji nasploh, pri nas. Kakšna je ta izkušnja? Kaj obžaluješ (če sploh kaj) in česa ne?***

   Izkušnja je sladko - kisla, spominja me na tisto kitajsko omako, zaradi vseh sestavin, tako omake kot šova. Sodelovanja ne obžalujem, ker se vse, tudi tudi tisto slabo, vzel za dobro.

2. ***Sodelovanje v tako gledani oddaji je gotovo imelo neke posledice.. Kakšne in kako so se te kazale? (v tvojem zasebnem življenju, delu, karieri)***

   Posledice so se pokazale že dobri dve uri po koncu oddaje, ki je bila zame zadnja, torej polfinale. Doma me je čakalo 1707 neodgovorjenih mejlov. Sledilo je veliko veliko nastopov, nekaj povsem nesmiselnih koncertov na povsem nesmiselnih lokacijah, ker so me pač hoteli pokazat. Sprehod po ulici, ne da bi me nekdo prepoznal, je postal nemogoč. In čeprav mi je to delno godilo, je slej kot prej postalo obremenjujoče. Ampak človek se navadi, poleg tega pa se v Sloveniji tovrstna popularnost hitov izteče, drugi stopijo na tvoje mesto. To, kar je ostalo je, da so me ljudje ohranili v spominu kot dobrega pevca, ki bi moral iti v finale....torej...na nek način pozitivni lik. In srečanje z nekom, ki se me spomni iz televizije, je vedno prijetno, ker na TV nisem delal iz sebe kretena in nisem pustil tovrstnega vtisa.

3. ***Kdaj ti je bilo najtežje? Na prvih avdicijah in pred tekmovanjih ali morda kasneje, ko je že šlo zares, na velikem odru, pred občinstvom?***

   Na velikem odru je bilo najtežje. Svoj nastop sem znal na pamet, do zadnje potankosti sem vse premislil in dejansko verjel, da bo, če se potrudiš in daš od sebe raven kvalitete, ki ga ostali ne bodo mogli doseči, to dovolj. Spoznanje, da temu ni tako, je sprva težko sprejeti...., ampak potem ugotoviš, zakaj se oddaja imenu TV ŠOV.

4. ***Nam lahko morda izdaš kakšno zanimivost iz zakulisja, ki je gledalci resničnostnih oddaj ne moremo videti? Kako vse skupaj poteka- priprave, izbor pesmi, priprave , garderoba, ličenje, sam nastop?***

   Ekipa, ki je skrbela za nas nastopajoče, je bila fantastična. Spletli smo drobna prijateljstva ali pa vsaj poznanstva. Bilo je prvič za nas in njih in vsi smo živeli za idejo v katero smo verjeli. Žirija pa.....hmmmm.....o emocionalnih presenečenjih,

nepredvidenih zapletih, bi težko govorili, ker so vse nastope videli v naprej in so vedno vedeli, kaj lahko pričakujejo.

5. ***Sodelujoči sicer morate podpisati tudi posebno pogodbo. Kakšno in zakaj?***

   Vse je marketing in del tega je tudi dober ugled samega šova. Ti si tekmovalec, ampak hkrati tudi nekdo, ki jim prinaša denar, ker predstavljaš TV šov v katerem nastopaš. In denar ne sme iti v druge žepe, kajne? :) Zato je pogodba, ki te obvezuje k zvestobi šovu, s katerim si se "poročil" za 6 mesecev ali 1 leto.

6. ***Ali ste sodelujoči dobili tudi kakšen honorar? Kakršnokoli plačilo?***

   Ne, honorarjev ni bilo, razen končni zmagovalec je prejel 50.000 EUR. Če jih je, pa bi bilo dobro njega vprašati, oziroma njo.

7. ***Kako daleč si uspel priti s svojim talentom v tej oddaji?***

   Do polfinala.

8. ***Kakšni so bili tvoji cilji, ko si se prijavil na »Slovenija ima talent?«***

   Zmagati in dati svoji glasbeni karieri krila.

9. ***Si kdaj prej spremljal kakšen takšen šov ali pa resničnostno oddajo? (Če ja, katero?)***

   Nikoli prej, niti kasneje.

10. ***Ljudje si nismo enotni glede tega, kaj resničnostna televizija sploh pomeni. Ti si v bil del tega, pred tekmovanjem si tudi spremljal kakšen resničnostni šov. Kaj je zate resničnostna oddaja? Kaj jo kot takšno naredi?***

    Hmmmm....sam se ne strinjam s tem, da gre za resničnostno oddajo, ker so situacije predvidene, scenarij napisan.....spontane in resnične so samo nekatere reakcije in ljudje, ki v njih nastopajo.

11. ***Kako resničen (od 1 do 5) bi ocenil šov »Slovenija ima talent« glede na to, kaj vse si izkusil in doživel?***

    2.

12. ***Bi se še kdaj prijavil v kakšno resničnostno oddajo? Zakaj?***

    Ne, dovolj je bilo, čeprav je bila reklama odlična. Zakaj ne? Ker se mi ne zdi resnična.

Priloga 3: Vprašalnik

Spol

- Ženski
- Moški

Starost

- od 15 do 25 let
- od 25 do 35 let
- od 35 do 45 let
- od 45 do 55 let
- od 55 do 65 let
- nad 65 let

Kateri so tisti kriteriji (po tvojem lastnem prepričanju), ki določajo ali je šov resničnostni ali ne? Izbereš lahko več odgovorov, v okence "drugo" lahko zapišeš svoj odgovor.

- ne napisane/ne načrtovane situacije
- osebna drama
- princip izločanja/tekmovanja
- konflikti
- prisotna mora biti skrita kamera
- Drugo:

Katero resničnostno oddajo spremljaš oz. si jo spremljala, ko je še bila na programu?Izbereš lahko več odgovorov. V okence "drugo" dodaj oddajo, če je na seznamu ni.

- Gostilna išče šefa
- Slovenija ima talent
- Top 4
- Big Brother slavnih
- Lepo je biti milijonar

- ☐ Kmetija
- ☐ Bar
- ☐ Moj dragi zmore
- ☐ Ljubezen na seniku
- ☐ Drugo:

Katere zvrsti televizijskih oddaj (po tvojem lastnem prepričanju) sodijo med "resničnostne oddaje"?Izbereš lahko več odgovorov. V okence "drugo" lahko vneseš še kakšno dodatno tv zvrst.

- ☐ dnevna/večerna poročila
- ☐ dokumentarne oddaje
- ☐ kvizi
- ☐ skrita kamera
- ☐ risanka
- ☐ preobrazba (telesa, hiše, itd..)
- ☐ Drugo:

Si kdaj razmišljal/a, da bi se tudi sam/a prijavil/a v katero od resničnostnih oddaj?

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Sem že sodeloval/a

Ali spremljaš resničnostne oddaje na slovenskih televizijah?Če je odgovor DA, prosim nadaljuj z izpolnjevanjem ankete. Če je odgovor NE ali JIH VEČ NE, prosim pojdi na konec ankete in klikni na "ODDAJ".

- ○ Da
- ○ Ne
- ○ Sem jih, a jih več ne.

Zakaj spremljaš resničnostne oddaje?Izbereš lahko več odgovorov. Če na seznamu možnih odgovorov ne najdeš pravega, v okence " drugo " zapiši svojega.

- ☐ Ker so zabavne

- ☐ Ker se veliko naučim
- ☐ Ker poznam tekmovalca/tekmovalce
- ☐ Ker se (z glasovanjem) potegujem za nagrade
- ☐ Da se lahko kasneje o tem pogovarjam s prijatelji
- ☐ Ker me zanimajo zdrahe, prepiri, konflikti
- ☐ Drugo: ☐

Kako pogosto spremljaš resničnostne oddaje?

- ☐ Redno spremljam (nikoli ne zamudim)
- ☐ 1x na teden
- ☐ 1 x na mesec
- ☐ Občasno

Kako resnične/pristne se ti zdijo slovenske resničnostne oddaje?

	1	2	3	4	5	
niso pristne	○	○	○	○	○	so zelo pristne