VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,

MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

TELEVIZIJSKI VODITELJ KOT NAJBOLJ IZPOSTAVLJEN ELEMENT TELEVIZIJSKE ODDAJE

Kandidatka: Bojana Zagoršek

Študentka študija ob delu

Številka indeksa: 11190122589

Program: multimediji

Mentorica: mag. Irena Bedrač

Maribor, julij 2010

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisana **Bojana Zagoršek**, št. indeksa **11190122589**, izjavljam, da sem avtorica diplomske naloge z naslovom

TELEVIZIJSKI VODITELJ KOT NAJBOLJ IZPOSTAVLJEN ELEMENT TELEVIZIJSKE ODDAJE,

ki sem jo napisala pod mentorstvom **mag. Irene Bedrač.**

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela;

- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v priloženi 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 VSŠ Academia, skladno z njenimi pravili.

- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, julij 2010 Podpis študenta:

ZAHVALA

Zahvaljujem se svoji mentorici Ireni Bedrač za njene strokovne nasvete, potrpežljivost in spodbudo.

Zahvalila bi se Denisu Malačiču in Marku Potrču, da sta mi posredovala koristne informacije (intervju) in da sta si vzela čas zame.

Zahvalila bi se lektorici Tatjani Hren, za lektoriranje diplomskega dela.

Zahvalila bi se vsem prijateljem, ki so mi stali ob strani in prenašali moje slabe ter dobre dneve.

Nazadnje bi se še posebej zahvalila posebnim osebam, mojim staršem in fantu, ki so mi nenehno stali ob strani in mi vlivali pozitivno energijo ter zagon.

»Iskanje odličnosti pomeni,
da poskušamo dati vse od sebe pri vsem,
česar se lotimo.«

POVZETEK

Televizija je najbolj gledan medij. Tako prejemamo vsakdanje novice in informacije. Gledalcu sta pomembna tako vsebina kot tudi sama kvaliteta oddaj in ima možnost izbirati program, ki se mu zdi najbolj zanimiv.

Zato je nastala televizijska oddaja, ki gledalcu nudi čim več informacij, zabave in razvedrila.

Diplomska naloga je razdeljena na teoretični in empirični del.

V teoretičnem delu analiziram celoten delovni proces televizijskega voditelja in oddaje. V empiričnem delu se bom osredotočila na delo in analizo mojega dela voditeljstva na televiziji.

Ključne besede: televizija, informacije, televizijski voditelj, oddaja.

ABSTRACT

The television is the most popular media. Through television, we receive news and information every day. The viewer finds the content and the quality of the broadcasting equaly important and has the possibility of choosing the most interesting programme.

Therefore a television show was created that offers information, fun and entertainment.

My thesis is divided into theoretical and empirical part.

While the theoretical part is dealing with the overall working process of a TV presenter and the broadcasting, the empiric section focuses on the working process and the analysis of my own experience as a TV presenter.

Key words: television, information, TV presenter, show/broadcasting.

KAZALO

1.1 Opredelitev obravnavane zadeve **8**

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela **8**

1.3 Predpostavke in omejitve **8**

1.4 Predvidene metode raziskovanja **9**

2 TELEVIZIJA **10**

2.1 Zgodovina televizije na Slovenskem **10**

2.2 Razvoj televizijskih oddaj na Slovenskem **10**

2.3 Konkurenčni boj med javno in komercialno televizijo **11**

3 PRIPRAVA VODITELJA NA TELEVIZIJSKO ODDAJO **13**

3.1 Izbira teme **13**

3.1.1 Tematska pomembnost **13**

3.1.2 Aktualnost **14**

3.2 Preiskovalni pripomočki **14**

3.2.1 Načela preiskovanja **15**

3.2.2 Viri informacij **16**

3.3 Obleka voditelja **16**

3.4 Priprave voditelja – generalka **17**

3.5 Govor/jezikoslovje in pristop v oddaji **17**

3.6 Vodenje zabavne in informativne oddaje **19**

3.7 Televizijski intervju **21**

3.8 Napovednik in najave televizijskih oddaj **31**

4 INTERVJU Z MARKOM POTRČEM (INFORMATIVNA ODDAJA) **32**

5 INTERVJU Z DENISOM MALAČIČEM (RAZVEDRILNA ODDAJA) **33**

6. ŠOLSKA TV **35**

6.1 Voditelj in kamera **35**

6.2 Voditelj, kamera in gost **37**
6.2 Voditelj, kamera, gost in prispevek 37

7 REZULTATI ANKETE **39**

8 ZAKLJUČEK **42**

9 LITERATURA IN VIRI **43**

10 PRILOGE (ANKETA) **44**

KAZALO SLIK

Slika 1: Zabavna oddaja Na zdravje 19

Slika 2: Na zdravje, Boštjan Romih in Jasna Kuljaj 20

Slika 3: Informativna oddaja Svet, Marko Potrč 21

Slika 4: Televizijski intervju 27

Slika 5: Snemalni plani 35

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol udeležencev 39

Graf 2: Starost udeležencev 40

Graf 3: Čas gledanja televizije 41

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane zadeve

Televizija je element, kjer prejemamo koristne informacije iz domačih krajev in sveta, zanimivosti znanih ter tujih oseb itd. Da pridemo do teh informacij, je potrebna oseba, ki nam prenaša informacije in povezuje sporočila.
Vsak si misli, da ima voditelj vse na dlani in da je njegova naloga samo povedati, kar ni res. To je bilo sprva tudi moje mišljenje, vendar temi ni tako, saj sem imela možnost to preizkusiti.
Izvedla bom anketo v smeri voditelja in priljubljenosti voditelja. Diploma bo vsebovala tudi teoretični del, zgodovino, proces in priprave oddaje, pristope do gostitelja (kako gostu olajšati tremo in kako s tem pripomoreš k boljšim strnjenim odgovorom, kakšno vprašanje zastaviti za čim bolj natančen odgovor) v oddaji in tudi moj »nastop« v oddaji Šolska TV v vlogi voditelja in gosta v oddaji.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen diplomskega dela je pridobiti čim več informacij o vlogi voditelja in jih predstaviti v čim lažji obliki, da si ljudje lažje predstavljajo in slišijo, kako iz nič nastane dobra oddaja. Podala bom tudi določene stvari iz moje oddaje oziroma moje vloge kot televizijskega voditelja.

Cilj diplomskega dela je spoznati in pridobiti informacije/zanimivosti o voditeljstvu televizijske oddaje. Cilj vsakega voditelja je, da oddajo čim bolje izpelje in poda gledalcu koristne informacije.

1.3 Predpostavke in omejitve

Večji del diplomske naloge bo sestavljen iz nastajanja oddaje in intervjuja oziroma razlike med voditeljema informativne ter razvedrilne oddaje in tudi s strani mojih prvih izkušenj na televiziji.

Edina omejitev moje diplomske naloge je ta, da ni mnogo mnenj s stani gledalcev, zato bom to dosegla s pomočjo ankete.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

S pomočjo ankete bom dobila naslednje podatke:
- kdo je priljubljeni voditelj in zakaj;
- katere njegove/njene lastnosti cenijo;
- katere določene stvari bi spremenili pri samem voditelju;
- kateri voditelj se po njihovih ocenah zdi neprimeren za vodenje oddaje in zakaj.

2 TELEVIZIJA

2.1 Zgodovina televizije na Slovenskem

Prvi *TV Dnevnik* (*RTV Slovenija*) v slovenščini se je na televizijskih zaslonih pojavil 15. aprila 1968. Do takrat so slovenski gledalci spremljali dnevno-informativno oddajo iz beograjskega studia v srbohrvaškem jeziku. Ustanovitelj *RTV Slovenija* je Republika Slovenije.

Od leta 1978 so lahko gledalci *Dnevnik* spremljali v barvni tehniki in z voditelji. Nova tehnologija in izurjeni ter celo za novi medij izobraženi ljudje vseh poklicev so z navdušenjem začeli ustvarjati bolj ležerne, manj zapete *Dnevnike*.
Jezik in način podajanja vsebin je bil vse bolj sproščen. Prvi pravi *Dnevniki* so nastajali od sredine osemdesetih let naprej. Ustvarjalci *TV Dnevnika* so poskrbeli za širjenje dopisniške mreže doma in v tujini. Med gledalci so bili najbolj priljubljeni prenosi velikih športnih dogodkov (Planica, Kranjska gora). V letu 1984 so začeli ustvarjati teletekst, kjer so gledalci dobili informacije, kadar so zamudili dnevno-informativno oddajo.

Pomembna prelomnica v slovenski zgodovini televizijskih dnevno-informativnih oddaj je bil prihod komercialne televizije *POP TV*, ki je začela 15. decembra 1995 ob 19.30, torej ob isti uri kot *Dnevnik* na Televiziji Slovenija, oddajati dnevno-informativno oddajo *24 ur*. Kot je bilo zapisano na spletni strani televizijske hiše *POP TV* (2007a), je prihod te oddaje naznanil novo obdobje televizijskih informacij v Sloveniji.

Iz leta v leto so na televizijske hiše začele prihajati nove ideje, voditeljski pari z dinamičnim pristopom, atraktivno grafično podobo ter z razgibanim in pristnim studiem je televizija kmalu zbudila veliko zanimanje pri gledalcih, ki so bili do nedavnega vajeni monolitnega medijskega poročanja.

2.2 Razvoj televizijskih oddaj na Slovenskem

RTV Slovenija je začela pripravljati dva nacionalna televizijska programa. Začeli so pripravljati televizijski program za avtohtono italijansko in madžarsko narodno skupnost,

televizijske programe za slovenske narodne manjšine v sosednjih državah ter za slovenske izseljence in zdomce.

Prihodnost širitve delovanja *RTV Slovenija* pa kaže razvoj Multimedijskega centra, v okviru katerega nastajajo teletekst, internetne strani multimedijskega portala (www.rtvslo.si, 15.05.2010) ter WAP portala (wap.rtvslo.si). Multimedijski center je zadolžen tudi za ustvarjanje treh infokanalov (otroški, zabavni in informativni) ter za podnaslavljanje oddaj za gluhe in gluhoneme.

Skladno z Zakonom o javnem servisu mora *RTV Slovenija* spoštovati načela resničnosti, nepristranskosti in celovitosti informacij, človekovo osebnost in dostojanstvo, politično uravnoteženost ter svetovno-nazorski pluralizem. Spoštovati mora načela ustavnosti in zakonitosti pri oblikovanju programov, vključno s prepovedjo spodbujanja kulturne, verske, spolne, rasne, narodne ali kakršnekoli druge nestrpnosti. Javni zavod mora zagotavljati celovito in nepristransko obveščenost ter svobodo oblikovanja mnenj, spoštovati mora načelo politične neodvisnosti in avtonomnosti novinarjev, uveljavljati profesionalno etiko poročevalcev, dosledno razločevanje informacij in komentarjev v novinarskih prispevkih ter varovati otroke in mladino pred vsebinami, ki bi lahko škodljivo vplivale na njihov duševni ter telesni razvoj.

Poleg tega morajo zaposleni na *RTV Slovenija* pripravljati še kakovostne razvedrilne vsebine za vse starostne skupine ter zagotavljati informacije o vseh pomembnih kulturnih, političnih, zgodovinskih, športnih, socialnih in ekonomskih dogodkih.

RTV Slovenija mora v svojih programih zagotavljati verodostojne in nepristranske informativne oddaje, kakovostne izobraževalne oddaje, produkcijo igranega programa, ustvarjati mora dokumentarne oddaje nacionalnega pomena ter zagotavljati visoko kakovostno lastno produkcijo, namenjeno otrokom, mladostnikom in starostnikom.

2.3 Konkurenčni boj med javno in komercialno televizijo

Leta 2001 sta S. Bašić Hrvatin in Milosavljević ugotovila, da naraščanje števila televizijskih programov vodi do velike konkurence in tekmovanja za pozornost občinstva, zato je treba poiskati gledalcu všečen način podajanja informacij.

Prvi odgovor *Televizije Slovenija* na prihod konkurence je bila večerna oddaja *Odmevi*. Zamišljeni so bili kot dnevno-informativna oddaja, ki ne temelji le na napovedovanju aktualnih dogodkov, ampak tudi na poglobljenem analiziranju perečih tematik in problemov. Zaradi tega vsebuje daljša novinarska besedila z več informacijami in različnimi odzivi ter intervjuje v studiu. Ozadja dogodkov in pojavov, prikrite podrobnosti in nove plati vznemirljivih zgodb predstavljajo novinarji in izbrani gosti, ki jih izprašajo voditelji oddaje ali pa se soočijo med seboj.
Odmevi so si pridobili sloves resne, objektivne in zanimive oddaje, s pomočjo razmišljanja gostov, soočanja mnenj in z reportažami.

Bitko med javno in komercialno televizijo za gledalce so zaznamovali predvsem s premikanjem ure začetka in podaljševanjem obeh osrednjih dnevno-informativnih oddaj, s spreminjanjem scenske in grafične podobe na *Televiziji Slovenija*, televizijskega *Dnevnika* ter uvajanjem in ukinjanjem voditeljskih parov. Komercialna televizija *POP TV* je prenovljen enourni informativni blok, ki se je začel ob 19. uri, prvič predvajala 20. januarja 2003, *Televizija Slovenija* pa 14. aprila istega leta. Hkrati s spremembo ure začetka osrednje dnevno-informativne oddaje sta se spremenili tudi scenska in grafična podoba *Dnevnika* (in ostalih dnevno-informativnih oddaj) – iz tradicionalne sivo-modre v modno rdečo, ponovno pa so uvedli tudi voditeljske pare. Medtem ko na *POP TV* osrednjo dnevno-informativno oddajo vseskozi vodita dva voditelja, so na *Televiziji Slovenija* voditeljske pare za dobro leto uvedli že maja 1994, nato pa je *Dnevnik* do aprila 2003 povezoval en voditelj. 14. aprila 2003 je torej tudi na Televiziji Slovenija v osrednji dnevno-informativni oddaji zaživel koncept prepoznavnih voditeljskih parov, vendar se je obdržal le slabi dve leti – od 3. januarja 2005 *Dnevnik* spet vodi le en voditelj.

Na *Televiziji Slovenija* so od leta 2003 uvajali dodatne dopoldanske in popoldanske preglede dogodkov s ciljem kratkega pregleda novic vsako uro. Na *POP TV* pa od 2. aprila 2007 predvajajo poznovečerno dnevno-informativno oddajo *24 ur zvečer*, ki naj bi za gledalce tekmovala z *Odmevi*.

3 PRIPRAVA VODITELJA NA TELEVIZIJSKO ODDAJO

3.1 Izbira teme

Določitev teme je prvi konkretni korak pri izdelavi oddaje. Z izbiro teme voditelj določi del stvarnosti. Voditelj mora imeti jasno predstavo o tem, kaj hoče s svojo oddajo pri občinstvu doseči. Njegov izhodiščni namen je informirati občinstvo. Od namena sta odvisna tudi izbor in izločanje informacij ter obdelava zbranih podatkov. Ob izbiri teme za oddajo mora voditelj razmišljati tudi o posledicah, ki jih lahko povzroči objava.

Kje lahko voditelj najde največ kvalitetnih idej, ki bodo objavljive v oddaji?

Prvi pogoj za uspešno izbiro teme je temeljito prepoznavanje vsebinske zasnove posamezne oddaje. Obstajajo velike razlike med nacionalnimi (npr. programi RTV Slovenija) in lokalnimi (npr. MOJ TV, TV Petelin, Net TV) programi; prav tako obstajajo tudi velike razlike med oddajami na komercialnih in javnih televizijskih postajah. Znotraj posameznih televizijskih postaj obstajajo oddaje s točno določenimi vsebinskimi značilnostmi. Voditelj mora zmeraj spremljati oddajo, za katero dela, mora se seznaniti z zgodovino te oddaje in poznati mora njene načrte za prihodnost. Prav tako mora dobro poznati tudi glavne konkurenčne oddaje.

Voditelj si vedno zastavi dve osnovni vprašanji, in sicer:

- *ali je tema zanimiva za gledalce;*

- *ali je tema »televizična«.*

3.1.1 Tematska pomembnost

Ocenjevanje pomembnosti določene teme je tudi prvi korak preiskovanja. Za definiranje tematske pomembnosti je potrebno razlikovati med notranjo in zunanjo pomembnostjo. Zunanja tematska pomembnost obsega kriterije, ki določajo primernost kakšnega dogodka za objavo. Notranja pomembnost je tesno povezana z razumljivostjo in s popolnostjo informacij. V tej povezavi se razumljivost nanaša na redukcijo kompleksnosti realnosti v jasna in razumljiva sporočila. Pomembnost informacij zahteva navajanje vseh tematsko pomembnih podatkov. Vsebina ni nikoli pomembna sama po sebi, ampak vedno v odnosu

do potreb in želja občinstva, namena oz. cilja sporočanja, funkcije, ki jih želi medij uresničiti itd. (Erjavec, 1999, 150)

3.1.2 Aktualnost

*»Načelo aktualnosti velja za vsako izbiro množičnega komuniciranja. Če sporočilo ni novo ali vsaj ne trdi, da je novo, ga medij ne objavi.« (*Luhmann, 1981, 317)

Pojem aktualnosti je moderen pojem in je povezan s časovnimi strukturami našega družabnega sistema. V starih sistemih so sedanjost razumeli kot trajanje, novost kot simptom za nebistvenost in radovednost. Aktualnost je postala pozitivna vrednota in sinonim za pomembnost.

»Aktualnost je povezana tako z informacijsko vrednostjo določenega dogodka (novost, presenečenje, nezaslišanost) kot tudi s pomembnostjo dogodka za naslovnike. Samo to, kar je informativno in pomembno, je tudi aktualno in lahko pritegne pozornost. To je temeljni vzrok uspeha množičnih medijev. Aktualnost je tako v smislu informacijske dimenzije kot tudi v smislu pomembnosti, merilo odnosa med dogodkom in subjektom.« (Merten, 1973, 219)

Poleg aktualnosti v smislu pravočasnosti poznamo tudi vsebinsko aktualnost. Le-ta zahteva predvsem to, da voditelj občinstvu posreduje takšne informacije, ki so zanj zanimive v času sporočanja in sprejemanja, ker jih potrebujejo. Merila kakovosti so povezana tudi z latentno aktualnostjo. Voditelj mora najprej ugotoviti aktualnost določene teme v družbi, kajti aktualnost ni dana sama po sebi.

Kriterija aktualnosti in pomembnosti sta sicer zelo povezana, vendar aktualnost poudarja pomen sedanjosti. Mnogi dogodki so aktualni, niso pa medijsko pomembni.

3.2 Preiskovalni pripomočki

Za preiskovalni uspeh in kakovost preiskovalnih rezultatov ni potrebno le strokovno znanje, ampak tudi znanje o dostopu do informacij. Poznamo različna preiskovanja, in sicer:

- namizne pripomočke: leksikoni, almanahi, letna poročila, slovarji, osebni arhiv itd.;

- dostop do knjižnic, časopisnih arhivov, zbirk zakonov, strokovnjakov, informacijskih povezav itd.;
- računalnik in banke podatkov: obdelava besedila, lastna banka podatkov. Programska oprema bank podatkov, kot sta na primer Gopher in World Wide Web, predstavlja svetovno informacijsko povezavo in splošno uporaben vir podatkov.

Tudi intervju je lahko kot preiskovalni pripomoček. V novinarski strokovni literaturi je pogovor med voditeljem in sogovornikom definiran kot *»vrsta novinarskega sporočanja informativne zvrsti, ki sporoča o voditeljevem proizvedenem pogovoru z javnosti zanimivo osebnostjo ali o aktualni tematiki tako, da odgovarja na naslovnikova vprašanja, ki so spodbujena s praviloma vnaprejšnjim vedenjem o udeležencih ali o temi pogovora… Avtor v tekstu s svojimi mnenji pretežno ni prisoten, njegova prevladujoča drža je nevtralna.«* (Košir, 1988, 79).

Z intervjujem nastaneta dve vrsti odgovorov: v obliki govora in v obliki slike (izraz na obrazu, kretnje rok …), ki lahko pove več kot besedilo, ki je namerno ali iz drugih razlogov prikrojeno. Pri izogibajočih se odgovorih sogovornika uporabljamo dodatna vprašanja. Tudi skozi le-te gledalec spozna, kaj je v odgovoru vrednega. Spraševanje je osnovna naloga voditelja ter spraševanje in pogovor sta osnovni vir informacij.

3.2.1 Načela preiskovanja

V zelo poenostavljenem smislu je preiskovanje instrument za iskanje informacij in preverjanje njihove točnosti. Da bi ta instrument veljal za zanesljivega, se mora držati določenih načel.

Ker je objektivnost etična norma, jo bomo nadomestili s kriterijem *točnosti informacij*. Za ugotovitev točnosti informacij je potrebna analiza citiranih virov informacij.

Naslednje načelo, ki določa kakovost preiskovanja, je *usmerjenost.* Voditelj mora vedno usmeriti svoje preiskovanje v določeno ciljno smer. Večinoma je nesmiselno in tudi nemogoče peljati preiskovanje v vseh možnih smereh. To pomeni, da mora biti preiskovanje na določeni točki poglobljeno v specifično smer.

Pomemben kriterij vsake raziskave je *učinkovitost*. Učinkovitost se poveča z usmerjenim preiskovanjem in s sledenjem konkretnemu cilju.

Neposrednost je naslednji kriterij kakovosti preiskovanja. Za kakovost preiskovanja je pomembna kompetentna kritika virov. Če interpretacijo informacije ni mogoče dobiti od virov, ki so bili neposredno pri dogodku, informacije niso uporabne, ker obstaja nevarnost, da zaradi nepoznavanja primarnih virov informacij voditelj nepravilno interpretira informacije. Dvig učinkovitosti in kakovosti preiskovanja sta odvisna od kompetence voditelja.

Eno najpomembnejših načel preiskovanja je *nadzor*. Kriterij nadzora se ne nanaša samo na iskanje informacij, ampak tudi na preverjanje informacij in ocenjevanje njihovega pomena.

Intenzivnost preiskovanja je po eni strani želeni cilj, po drugi strani pa operacionalizacija delovnega postopka, nastala kot odgovor na časovni pritisk. (Denis Malačič)

3.2.2 Viri informacij

Za vire informacij so potrebni viri in literatura. To pomeni, da pridemo do določenih strokovnih izrazov in do same teme oddaje. Vmes so tudi kakšne tujke, zato so potrebni razni slovarji, leksikoni, v glavnem predvsem knjige in tudi revije. Sam človek marsičesa ne more vedeti, zato se je pred samim pričetkom potrebno poglobiti v knjige in si napisati kakšne oporne točke, da na lažji način pridemo do kakšne teme. Prisotni so lahko tudi razni članki, kjer drugi ljudje na določena vprašanja (intervju) izražajo svoja mnenja in pričakovanja.

3.3 Obleka voditelja

V desku oddaje dela vrsto ljudi z različnimi značaji, izkušnjami, odgovornostmi in različno zahtevano izobrazbeno stopnjo. Od njihovega dela je odvisen uspeh, torej gledanost oddaje.

Pozorno izbiranje oblačila poskuša poiskati stil in takšne obleke, v katerih se voditelj najbolje počuti udobno. Ob tem je seveda potrebno upoštevati nekaj tehničnih omejitev, in sicer: nikoli ne nosimo karirastega ali drobno črtastega vzorca, saj bo takšna obleka zaradi tehničnih razlogov pred kamero »zaživela«. Če želi voditelj imeti pred kamero belo srajco,

mora biti ta srajca v resnici rahlo modra ali sivkasta. Preveč drzno ali vpadljivo oblačenje bo moteče vplivalo na gledalce, saj bodo gledali, poslušali pa ne.

3.4 Priprave voditelja – generalka

Pred samim pričetkom se voditelj pripravi na oddajo. To pomeni, da pregleda besedilo, ki si ga je pripravil in če je njegov izgled dober (obleka). Če karkoli manjka, dopolni pomanjkljivosti. Pred pričetkom se sprosti, kajti vsak voditelj ima na začetku vsaj malo treme. Enkrat, ko pa ti uspe, gre vse lepo tekoče, brez kakšnih zadržkov.

3.5 Govor/jezikoslovje in pristop v oddaji

Voditelj oddaje je nedvomno zaščitni znak vsake oddaje. S svojim stilom, tempom in načinom govora, pisanja, vedenja in oblačenja odločujoče zaznamuje vsako oddajo.

Avtoritativnost – televizijski voditelj mora biti avtoriteta tako nasproti svoji okolici. Njegova beseda mora nekaj veljati in njegov glas, njegovo mnenje ni mnenje ter stališče kogarkoli.

Kredibilnost – voditelju morajo gledalci zaupati in verjeti. Način pisanja in govorjenja, nastopanja pred kamero, način oblačenja in mimika morajo dajati gledalcem vtis, da imajo opraviti s človekom, ki mu gre zaupati in verjeti.

Jasnost – voditelj mora biti sposoben dogodke in novice jasno napisati ter jih jasno podajati. Pravilna dikcija, pravilen tempo govorjenja, jezik, ki se izogiba tujkam, stavki, ki niso strukturno zapleteni, so prvi pogoj za to, da ga bodo gledalci vzeli po eni strani za svojega, po drugi strani pa ga bodo zaradi njegove »vsevednosti« občudovali.

Človeška toplina – voditelj ne sme biti nesramen, vzvišen, preresen, zastrašujoč ali aroganten. Marsikaj morajo pokazati gledalcem, da se jih dogodki/informacije, ki jih napoveduje, dotaknejo na enak način kot gledalcev.

Močna oz. izrazita osebnost – voditelj se mora razlikovati od povprečnega človeka. Po svoji prezenci se mora razlikovati tudi od drugih voditeljev na konkurenčnih postajah.

Popolna profesionalnost – ne glede na vremenske razmere, zasebno življenje in kakovost informacij v oddaji mora voditelj svoje delo iz dneva v dan opravljati popolnoma

profesionalno. To velja tako za delo pred kamero kot tudi za delo pred samo oddajo, ko imajo opravka z novinarji, producenti in uredniki.

Dober glas – razumljiv, prijeten, izrazit glas je seveda prvi pogoj za uspešnega voditelja.

Prijetna in specifična zunanjost – nihče ne zahteva od voditeljev oddaj, da bi bili poosebljena lepota. Klasična lepota je lahko pogosto ovira. Pomembna je prijetna zunanjost, a tudi specifična zunanjost, ki bo voditelja ločila od drugih voditeljev.

Dobra fizična in psihična kondicija – večina voditeljev oddaj dela od ponedeljka do petka in večina jih ima tri, največ štiri tedne počitnic na leto. Od voditeljev se »zahteva«, da niso bolni in da je njihova psihična in fizična kondicija takšna, da prenese tako naporen delovni ritem.

Sposobnost delovanja v ekipi – voditelj je v redakciji, kjer dela, obkrožen z različnimi profili. Vsak dan so v delovnem stiku s poročevalci, uredniki, redaktorji in režiserji. Če se ni sposoben vključiti v produkcijske procese in ugotoviti, da je tudi njegov uspeh odvisen od sodelovanja z drugimi, bo rezultat slab.

Poleg zgoraj naštetih lastnosti mora biti voditelj sposoben izjemno dobre koncentracije in mora dobro prenašati stresne situacije, saj dela dan za dnem v živo. Večina televizij ima dva voditelja ali dva voditeljska para. (Maklen, 2007, 123)

- Ne igrajte pred kamero – niste igralec, ampak voditelj oddaje.
- Ne želite si na vso silo ugajati gledalcem in biti lepi na vsak način; ne koketirajte s kamero oz. gledalci.
- Nikoli se ne ličite sami – vedno zaupajte strokovnjakom maskerjem. Ličenje v zasebnem življenju je nekaj čisto drugega kot ličenje pred kamero.
- Temeljito morate spoznati sami sebe in svoj obraz – ugotovili boste, da leva in desna polovica vašega obraza nista identični in da ima kamera najverjetneje raje eno stran vašega obraza.
- Na stolu za voditeljsko mizo sedite čim udobneje – preizkusite različne tipe stolov in preizkusite različne nastavitve stolov. Ob tem pa tega seveda ne delajte sami, ampak vedno v sodelovanju z režiserjem.

- Pozorni morate biti na pravilen tempo govora – če boste govorili prehitro, vas gledalci ne bodo razumeli, če boste govorili prepočasi, pa lahko gledalci to vzamejo kot podcenjujoče ali predolgočasno.

Ne ustrašite se lastnih napak ali napak režije – motiti se je človeško in pravi profesionalec bo napake izkoristil za potrditev svoje izurjenosti in iznajdljivosti ter se bo s primerno šalo ali z opravičilom še bolj približal svojim gledalcem.

3.6 Vodenje zabavne in informativne oddaje

Zabavna oddaja je oddaja, kjer je voditelj poln energije, smeha in pozitivne energije, da vodi zabavno oddajo, navdušuje publiko in hkrati gledalce pred malimi zasloni. Tipični primer lahko omenim zabavno-glasbeno oddajo Na zdravje na SLO1, ki jo vodita Boštjan Romih in Jasna Kuljaj. Ime oddaje je dobila po slovenski narodni glasbi in slovenskem vinu, kajti ob gledanju oddaje je možno videti publiko, kjer so mize polne hrane in pijače. V oddaji imajo različne igre, uganke ter slovensko narodno glasba. Pri tej oddaji je videti polno zabave, predvsem s strani občinstva in dobrovoljnih voditeljev. Med pogovori in intervjuji gostov je prisotna tudi glasba, nastopni slovenskih glasbenikov.



Slika 1: Zabavna oddaja Na zdravje

Vir: http://3.bp.blogspot.com/_3R9fc0YAaUA/SUkFU5HE74I/AAAAAAAAEHs/k5AgXb8M_cc/s400/IMG_1994.JPG, 14.06.2010

Oddaja je zelo sproščujoča, saj sta voditelja sproščena, nasmejana in zabavna za publiko. Zelo sta klepetava in odprta. Vidi se, da se ob vodenju oddaje ujameta, če pa pride kdaj do kakšne pomote, se na svoj račun nasmejita.



Slika 2: Na zdravje, Boštjan Romih in Jasna Kuljaj

Vir: http://www.shrani.si/f/1w/DH/44ecbmOe/musterzdravje.jpg, 14.06.2010

Na televiziji je še ogromno zabavnih oddaj, in sicer:

- Peter Poles in Vid Valič: Talenti;
- Lado Bizovičar in Jurij Zrnec: »As ti tut not padu«;
- Lado Bizovičar in Anja Tomažin: Tistega lepega popoldneva itd.

Informativna oddaja je oddaja, kjer voditelj informira gledalce o dogodkih doma in po svetu, vremenske napovedi, stanje na cestah … Primer takšne oddaje je Svet na Kanalu A, ki ga največkrat vodi znani voditelj Marko Potrč.



Slika 3: Informativna oddaja Svet, Marko Potrč

Vir: http://www.shrani.si/f/1w/DH/44ecbmOe/musterzdravje.jpg, 14.06.2010

Oddaja je sama po sebi še kar zahtevna, saj je tukaj potrebna resnost, kredibilnost, razumljivost in dobra informiranost. Tudi tukaj je prisotna usklajenost z novinarjem, saj sta komunikacija in prenašanje informacij v živo.

3.7 Televizijski intervju

Intervju je žanr pogovorne vrste, ki »naslovnika informira o dialogu med spraševalcem in vprašanim. (Košir 1988, 82)

Končni uspeh intervjuja je odvisen od predpriprave, kvalitete teme pogovora, zmožnosti govorništva intervjuvanca, okoliščin in časa, ki je na voljo, tehnične opreme ekipe ter snemalca.

Poročevalec se mora primerno pripraviti preden z intervjujem prične. Temo, ki je obravnavana, mora omejiti na najnujnejšo vsebino. Sogovornika mora obvestiti o tem, koliko časa je namenjenega za njegov intervju. Pri težavnih sogovornikih jih mora znati z vprašanji pripraviti do govorjenja.

Preden se odpravimo na intervju, moramo o temi in o človeku, ki ga bomo spraševali, vedeti čim več. Zelo pomemben je na primer podatek, kako ta človek govori (hitro, počasi ali jeclja, dolgovezi …) in kako nastopa pred kamero. Viri, kjer dobite osnovne informacije, so biografije, razni almanahi in letna poročila. Če veste, kje oseba, o kateri želite dobiti informacije, dela, si pomagate s tajnico. Bodite neposredni, povejte svoje ime in ime televizijske postaje ter poudarite, da je zgodba, ki jo pripravljate, zelo pomembna. Od tajnice poskušajte izvedeti, kje je njen/njegov nadrejeni, kaj dela, s čim se trenutno najbolj ukvarja.

Eden izmed pomembnejših virov informacij o intervjuvancu so vaši lastni arhivi. Le-ti naj vsebujejo:

- podatke o starosti, spolu, poklicu;
- o članstvu v političnih in drugih organizacijah;
- podatke o objavljenih knjigah, časopisnih člankih, javnih nastopih, stopnji ugleda v javnosti;
- fotogeničnost in sposobnost komunikacije;
- ali rad(a) nastopa na televiziji in drugih medijih;
- osnovne značajske poteze (prepirljiv, strpen, dobronameren, nervozen, gostobeseden, jasen, dolgovezen).

Poznamo tri osnovne tipe intervjujev, in sicer: raziskovanje (predmet intervjuja raziskuje), informativni (umesti gledalca v sliko) in emocionalni intervju (odkrije mišljenje intervjuvanca). Poleg teh vrst poznamo še dvanajst različnih tipov, vsak ima posebno funkcijo. Le-ti so:

- težke novice;
- informativni;
- raziskovalni;
- zasliševalni;
- interpretativni;

- dogovorjen;
- osebnostni;
- emocionalni;
- zabavni;
- telefonski;
- intervju na vratih.

Intervju za težke novice

Intervju za težke novice je običajno kratek, izrazito neposreden. Ukvarja se le z najpomembnejšimi dejstvi ali s komentarji in odzivi na ta dejstva.

Primer: v stanovanjskem kompleksu je velik požar. Na telefonu imate vodjo gasilske brigade, ki je pripravljen na intervju. Ko ugotovite mesto požara, ulico, število in približno identiteto prebivalcev kompleksa, število gasilcev, ste dobili iztočnice za intervju. Vprašanja bi bila sledeča: Kako velik je požar?; Zakaj je izbruhnil?; Kako ga bodo omejili?; Kako varni so stanovalci?; Kako varni so okoliški prebivalci?; Kako jih bodo rešili? Itd.

V iztočnici povemo osnovne informacije in nekaj dodatnih, podrobnosti pa bomo izvedeli v intervjuju, ki bo dolg dve do tri minute.

Informativni intervju

Informativni intervju je podoben intervjuju za težke novice, vendar se ne nanaša nujno na velike teme. Lahko govori o ozadju dogodkov. Če se vrnemo k področju o požaru – informativni intervju bi naredili s posebnim sodelavcem, ki je strokovnjak na področju požarne varnosti. Vprašanja zanj bi lahko bila sledeča: Kakšen je običajni postopek pri takšnih požarih?; Kako varno je reševanje?; Kako dolgo jih bodo predvidoma reševali?; Ali lahko stanovalci utrpijo kakšne posledice? Itd.

Informativni intervju presega odgovore na osnovna vprašanja kako in zakaj. Takšen intervju pomeni razširjeno poročanje in ne le novico.

Raziskovalni intervju

Cilj takšnega intervjuja je poseči globlje, za dejstva, in odkriti, kaj resnično je povzročilo določen dogodek ali situacijo. Tak intervju lahko razširimo na dokumentarno zvrst oziroma v deset- ali dvajset-minutno poročilo. Pri prej omenjenem požaru bi ta zvrst prišla v poštev, če se je požar na primer pojavil v isti hiši že drugič ali tretjič. Potem se lahko vprašamo, kako se je to lahko zgodilo. Poiščemo lastnika ali upravnika in ga vprašamo približno sledeče: po zadnjem požaru so inšpektorji zahtevali pregled varnostnega sistema. Kaj ste ugotovili, ko ste ga pregledali?; Kdaj ste nazadnje preverili varnostne ukrepe?; Na kakšne težave ste pri tem naleteli?; Kako bi ocenili varnost v tem kompleksu? Itd.

Zasliševalni intervju

Zasliševalni intervju je pogosto nadaljevanje raziskovalnega. Ta tip intervjuja se lahko kmalu spremeni v besedni boj, s katerim poskuša iz intervjuvanca izvleči tisto, česar v resnici ne želi povedati. Intervju bi se lahko nadaljeval takole: Nekateri menijo, da je drugi požar v tako kratkem času posledica vaše malomarnosti. Kaj pravite na to?; Ali se strinjate, da bi bilo potrebno preveriti varnost v vašem bloku? Itd.

Pri tem je potrebna potrpežljivost. Ne smete se spustiti v osebni boj z intervjuvancem, pač pa morate ostati predstavnik javnosti. Spor namreč lahko izzove občutek, da je intervjuvanec žrtev, na stran katere se del javnosti avtomatično postavi. Ta vrsta intervjuja se lahko uporablja le, kadar je nesporno primerna. Za takšno spraševanje mora imeti dovolj dokazov, da mu intervjuvanec nekaj prikriva.

Interpretativni intervju

Le-ta ima dve podzvrsti – to sta reakcijski in pojasnjevalni. Prvi pomeni odziv na dogodek (pozitiven ali negativen), drugi pa daje razlago o dogodku. Oba ponudita perspektivo dogodka in ga umeščata v kontekst. V primeru našega požara bi lahko spraševali: Ali bi morali poostriti varnostne ukrepe?; Kakšne bodo kazni za ugotovljeno malomarnost?; Koliko škode bo pokrila zavarovalnica? Itd.

Osebnostni intervju

To je lahko krajši ali daljši intervju z znano osebo. O intervjuvancu moramo vedeti čim več in izvedeti še kaj novega, zanimivega. Takšen intervju je intimen in posega v človeka samega. Predvsem je potrebna pazljivost na točki pogovora, ki zadeva človeka tam, kjer je

najbolj ranljiv. Za vprašanja, kot so Ali ste kdaj poskušali storiti samomor? je potreben občutek za mero, pravi čas in sposobnost empatije.

Emocionalni intervju

Še posebna previdnost je potrebna takrat, kadar novinar sprašuje o najbolj intimnem občutju intervjuvanca ali sprašuje intervjuvanca v stresnih situacijah. Če se vrnemo k požaru: ljudje prihajajo iz stavbe. Intervjuvanje ženske, ki ji je zgorelo vse, kar je imela. Vprašate naslednja vprašanja: Ste rešili kaj od imetja?; Kje boste preživeli noč? Itd.

Vprašanje Kako se počutite? bi bilo popolnoma neprimerno. Takšna vprašanja namreč zastavimo le človeku, ki je srečen in vesel, nikakor pa v primeru osebne tragedije.

Zabavni intervju

Nanaša se na veselo plat življenja, na stvari, ob katerih se nasmejimo. Njegova funkcija je razvedriti gledalce. To so intervjuji z znanimi, simpatičnimi ljudmi, ki govorijo o sebi, drugih in izražajo svoja mnenja o različnih stvareh.

Telefonski intervju

Veliko stvari voditelj izve preko telefona. Včasih lahko intervju tudi posnamemo in predvajamo, seveda s privoljenjem intervjuvanca. Lahko pa pogovor posnamemo le za svojo informacijo. Če se viru mudi, takoj pridemo k bistvu in mu zastavimo tri osnovna vprašanja. Če preveč govori, ga taktično prekinemo. Ko pogovor končamo, ga vprašamo, kje ga lahko dobimo kasneje. Včasih je potrebno informacijo dopolniti. Nikoli ne pozabimo zapisati njegovega ali njenega imena.

Dogovorjeni intervju

Včasih se za intervjuje na določeno temo dogovorimo že v naprej, kar pomeni vnaprejšnjo privolitev intervjuvanca na intervju, voditelj pa se lahko temeljito pripravi.

Intervju na vratih

Že ime vrste nam pove naravo intervjuva: voditelj na vratih počaka potencialnega intervjuvanca. Lahko čaka določeno osebo ali pa govori s komerkoli, ki je o zadevi pripravljen govoriti. Vprašanja so neposredna in običajno povezana z izidi uradnih srečanj ali pogajanj. Ta vrsta intervjuja je precej tvegana in med poročevalci nepriljubljena, lahko pa ponudi izjemne rezultate. Običajno dobimo dogovore, kot so »Ne komentiram«. Pri teh intervjujih mikrofon enostavno pomolimo pod nos in izstrelimo vprašanje. Tudi ta »napad« na zasebnost je etično opravičljiv le, če je interes javnosti pomembnejši in upravičen.

Intervjuvanje prič

Pri tej metodi se pokaže sposobnost prepričevanja. Priče nesreč, katastrof in kriminalnih dejanj lahko zelo nazorno opišejo dogodek, ki so ga videli. Še posebej učinkovita je prošnja, naj priča pokaže, in ne le pove, kaj se je zgodilo. Na ta način dogodek opiše bolj doživeto, ne le z besedami, temveč tudi s kretnjami kaže, kaj se je zgodilo.

Vprašanja in snemanje intervjuja

Vprašanje razlikujemo med naslednjimi tipi, in sicer:

- direktna in indirektna vprašanja;
- provokativna in usmerjena vprašanja;
- ocenitvena, retorična ter informativna vprašanja.



Slika 4: Televizijski intervju

Vir: http://www.delo.si/assets/media/picture/20080602/670x420_Kampusch_Lauda_foto_Epa.jpg, 14.06.2010

Vrsta vprašanja, ki ga voditelj zastavi sogovorniku, je odvisen od teme, razpoloženja in namena pogovora. Od kvalitete vprašanja je odvisna kvaliteta odgovora, ki ga novinar dobi. Zato je priprava vprašanj nujna že pred prihodom k sogovorniku.

Oblikovanje vprašanj je izredno pomembno. Biti morajo smiselna, tekoča in slovnično pravilna, saj jih bomo le tako lahko uporabili tudi »v etru«. Da bodo vprašanja kvalitetna, obstaja nekaj pravil, in sicer:

1. vprašanja ne smejo biti predolga, v središču pozornosti namreč ni voditelj, pač pa intervjuvanec;
2. biti morajo jasna in konkretna. Splošna vprašanja podajo le splošne in dolgovezne odgovore, ki ne povejo bistva, poleg tega jih treba kasneje krajšati; vedno zastavljajte vprašanja, nikoli trditev. Primer: športni poročevalec intervjuva

znanega skakalca. Poročevalec: »Včeraj prvo mesto, danes drugo. To je lep uspeh.« Mikrofon usmeri k skakalcu. Le-ta ga gleda in po nekaj trenutkih mučne tišine pravi: »Ja, če me ne boste nič vprašali, si bom pa odgovor kar izmislil.«;

3. intervju je spraševanje, zato zastavljajte vprašanja. Če že postavite potrditev, ji mora vedno slediti tudi vprašanje: »Včeraj prvo mesto, danes drugo. To je lep uspeh. Ste pred začetkom prvenstva pričakovali kaj takšnega?«;

4. vedno morate oceniti, kakšen pristop je najbolj primeren glede na intervjuvanca: Ali boste začeli z vljudnostnimi vprašanji in frazami, kot so: »Ali bi mi lahko povedali …«; »Če dovolite, bi vas vprašal(a) …«; » Kaj menite …«.

S takimi vprašanji si marsikdaj zapremo pot, ker nismo dovolj neposredni. Seveda pa ima pomanjkljivosti tudi hitro »streljanje« vprašanj.

5. Pri popolnoma neposrednih vprašanjih lahko dobimo le odgovor da/ne, brez nadaljnjih pojasnil, čemur se moramo pri televizijskem intervjuju izogibati:.

»Je res, da se odstopili zaradi osebnih nesoglasij s predsednikom vlade?«

»Ali obstaja možnost, da se vrnete v vladno palačo?«

»Ste se že odločili, kaj boste odslej počeli?«

Če želimo dobiti uporaben intervju, moramo vprašanja zastaviti spretneje, na način, da dobimo pozitivne odgovore:

»Kaj pravite o poročilih, da ste odstopili zaradi osebnih nesoglasij s predsednikom vlade?«

»Kaj bi se moralo zgoditi, da bi se vrnili v vladno palačo?« »Kaj nameravate početi sedaj?«

Še nekaj nasvetov:

a) pri fazah, kot so »Poročanje, da ste odstopili …«, se morate zavarovati in podatke preveriti. Preveč poročevalcev namreč vehementno vključuje »govori se« informacije, ki pogosto ne držijo in jih niso preverili;

b) izbrati morate sceno oziroma kraj snemanja. Izkušenega sogovornika morate izvabiti iz domačega kraja – tako boste imeli večji nadzor. Scena se mora vedno

nanašati na vsebino pogovora. Pomembno je, da v mikrofon lovite naravni ton in izjavo;

c) osredotočite se na intervjuvanca in med pogovorom ne begajte z očmi;

d) ne bojte se premorov. Ko sogovornik neha govoriti, lahko malce počakate, ker bo mislil, da mora še kaj povedati. Sogovornik to običajno tudi stori in takrat pogosto dobimo celo bistvene informacije;

e) vprašanja oblikujte previdno in ne učinkujte zmedeno, saj je to znamenje nepripravljenosti;

f) zastavite le eno vprašanje naenkrat; »Ali ste in če, kdaj…« (slabo);

g) sprašujte direktno in mirno počakajte na odgovor;

h) ne zastavljajte usmerjenih vprašanj, ki vsiljujejo odgovor;

i) sprašujte po motivih. »Zakaj se vem nekaj zdi pomembno, kaj želite s tem doseči?«;

j) predstavite konfliktno stališče in nasprotujoča si mnenja, saj v nejasnih zadevah takšna vprašanja pripomorejo k večji jasnosti odgovorov;

k) običajno tisti, ki ne želijo govoriti, nekaj skrivajo;

l) voditelj je tisti, ki diktira pogovor. Če je voditelj sproščen, bo običajno takšen tudi sogovornik, če voditelj zastavlja vprašanja hitro, bodo hitri tudi odgovori;

m) novinar mora vedno obdržati profesionalno distanco tudi, če sogovornika pozna in ga v osebnem življenju tika. Ob zabavnejših in lokalnih vsebinah je mogoče tudi tikanje, vendar ne v oddajah informativno-političnega značaja;

n) intervjuvancu vprašanj običajno vprašanj ne povemo v naprej, dogovorimo se le o temi pogovora. Izjeme so lahko samo informativni pogovori, ki so časovno omejeni (če od direktorja banke, na primer, želimo kratek odgovor o znižanju obrestnih mer);

o) kar je na televiziji enkrat posneto na trak, se ne daje v avtorizacijo;

p) pred snemanjem nikoli ne delamo »generalke«. V tem primeru bi sogovornika že med tem izčrpali, zato bi med snemanjem odgovarjal slabše in manj spontano.

Snemalcu je treba pred odhodom na snemanje intervjuja povedati, katere vrste intervjuja bo vodil (daljši pogovor, izjava, anketa …), da s sabo vzame primerno opremo (eden ali več mikrofonov, različne luči). Če snemamo pogovor, mora biti kamera v vertikalnem položaju z očmi intervjuvanca. Če ga snemamo od zgoraj, bo videti prestrašen, če ga snemamo od spodaj, pa predominanten. Paziti morate na svojo držo: če se med pogovorom naslonite nazaj, je videti, kot da se dolgočasite. Če ste potrti ali preveč vzravnani, je videti, kot da se bojite. Spustite glavo, naj se malce premika. Če začutite potrebo po gestikuliranju z rokami, to počnite, vendar ne pretiravajte in delajte to le do višine pasu. Včasih se intervjuvanec ne bo želel pojaviti na ekranu. Z elektronskimi pripomočki ga lahko zakrijete in spremenite barvo glasu. V tem primeru je dobro, da med snemanjem posnamete čim več vaših reakcij, ki jih zmontirate v pogovor.

Pogovor lahko snemamo na različne načine, in sicer:

- v najboljših pogojih snemamo intervju z dvema kamerama iz različnih zornih kotov. Pri elektronskem snemanju z več kamerami (kamera 1 – voditelj, kamera 2 – intervjuvanec, kamera 3 – total, poltotal) sodeluje tudi žirija. Tak intervju snemamo v studiu, režiser potem določi, katera kamera bo aktivna. Enako tehniko uporabimo pri živem oddajanju;
- z nekaj iznajdljivosti lahko tehniko z več kamerami uporabimo tudi na terenu, kjer imamo na voljo le eno kamero. Intervju, ki ga posnamemo na terenu, kasneje obdelamo in običajno tudi skrajšamo.

Primer:

pogovor se z vsemi vprašanji in odgovori odvija na enem mestu. Kamera gleda preko levega ramena voditelja na intervjuvanca. Po pogovoru voditelj zaprosi gosta, da dosedanjo držo za trenutek zadrži, snemalec spremeni svoj položaj in sedaj preko levega ramena gosta (intervjuvanca) snema reporterja, ki ponovi do sedaj zastavljena vprašanja in po tem nekaj sekund molči ter se ozira na gosta. Tako (naknadno) posneta vprašanja kasneje vmontiramo v intervju, s tem ga lahko tudi elegantno skrajšamo. Pri tem je

potrebno paziti, da vprašanja zastavimo na način, ki od odgovorov ne bo odstopal (ritem, višina glasu, smer pogleda). Situacijo moramo v bistvu odigrati.

Med pogovorom ste lahko agresivni, napadalni, prijazni – izbira je vaša. Odločite se pač glede na temo, gosta in od tega je odvisen uspeh. Najboljši spraševalci so tisti, ki vprašanja pripravijo v logičnem zaporedju, pred začetkom pogovora pa jih pospravijo. Skoraj vsi teoretiki voditeljstva se strinjajo, da je potrebno sogovornika s temo pogovora seznaniti pred snemanjem in se te tematike tudi držati.

Najslabši spraševalci so tisti, ki intervjuvanca med odgovarjanjem sploh ne poslušajo, ampak razmišljajo o naslednjem vprašanju, med pogovorom gledajo v zapiske in gledajo mimo sogovornika. Če voditelj razmišlja le o naslednjem vprašanju, ki ga bo zastavil, bo intervjuvanec začutil, da ga voditelj na posluša, in motivacija mu bo padla, saj empatija dialoga v tem primeru ne bo delovala. Voditelj mora čim več govoriti na pamet, naravno, saj je tako bolj prepričljiv kot v primeru, če lista po papirjih. Voditelj mora poskrbeti, da bo pogovor potekel v okolju, v katerem bo intervjuvanec sproščen. Včasih zaradi tehničnih ali estetskih razlogov intervjuja ni mogoče posneti v okolju, ki ga je intervjuvanec vajen in kjer bi ga želel posneti. Takrat mu razloge za drugo lokacijo snemanja razložite.

Pomembno je, da voditelj vztraja pri vprašanju. Kadar se sogovornik izogiba odgovoru ali pa ne ve bistva, ima voditelj vso pravico vprašanje ponoviti in vztrajati tako dolgo, da dobi odgovor. Pri tem sta potrebna taktika in pazljivost, da pri tem ne postane nesramen. Pogovor je namreč vedno komunikacija med najmanj dvema osebama. V vsakdanjem življenju obstajajo pravila obnašanja, ki so osnovna konstruktivne komunikacije.

3.8 Napovednik in najave televizijskih oddaj

Ob koncu oddaje voditelj napove, kdaj bo naslednja oddaja, kakšna bo njena vsebina in kdo bo naslednji gost. Voditelj mora vedeti, na katerem programu in ob kateri uri je možno naslednjo oddajo gledati. Torej njegova naloga je, da gledalce obvesti.

4 INTERVJU Z MARKOM POTRČEM (informativna oddaja)

Koliko let se ukvarjate z mediji?

»Moja doba je deset let medijskega dela.«

S čim vse ste se ukvarjali?

»Ukvarjal sem se z radijskimi in televizijskimi postajami do ogromnih prireditev, ki sem jih vodil, vmes pa sem se lotil marsikaterega podviga. V svojem delu preprosto uživam. Po osnovni šoli sem se vpisal na srednjo zdravstveno šolo in že takrat so bili moji prvi koraki na šolskem radiu. Kasneje sem začel delati na radiu Marš in radiu Plus kot moderator, vmes pa še okusil malo televizijskega dela na TV3, predvsem na festivalu Lent, kjer sem prvič stal pred kamero. Imel sem tudi svojo rubriko v oddaji E + na Kanalu A, s čimer sem zaključil. Danes pa sem postal voditelj informativne oddaje SVET na Kanalu A.«

Kakšno je Vaše razmišljanje o mediju in delu voditelja?

»Moje delo v medijih me zadovoljuje, izpopolnjuje in mi daje privilegij v življenju. Delo je naporno in razburljivo.«

Izobraževanje?

»Brez tega ne vidim uspešnega in res dobrega voditelja. Brez izpopolnjevanja in vedno novega izobraževanja zaostaneš. Zaostati pomeni biti slabši. Biti slabši pomeni biti manj uspešen.«

Povejte mi Vaš ključ za razvoj inovativnosti pri delu.

»Prava mera dela je prvi ključ. Če človek pregori, z njim pregori tudi inovativnost. Drugi ključ je ljubezen do dela, ki nas najpogosteje vodi do tja, kjer prestopimo meje in se preveč izčrpamo.«

Kakšen je Vaš recept za uspeh voditelja?

»Naravnost in spontanost sta dve pomembni vrlini, danes pa je obvezno tudi upoštevanje novih smernic. Ne smemo se držati samo starih pravil in načel. Dobro je združevati in prepletati izkušnje starejših kolegov z novostmi, seveda pa tudi hoditi na seminarje in delavnice po tujini ter tako spoznavati nove prijeme in metode.«

5 INTERVJU Z DENISOM MALAČIČEM (razvedrilna oddaja)

Kdaj si se prvič pojavil na televiziji in kako si to sprejel?

»Na televiziji sem se prvič pojavil pri svojih 15-ih letih. Ob ogledu prve oddaje sem jokal, ker sem se sam sebi zdel grozen, grozen in še enkrat grozen. Hecen občutek je, ko gledaš svoje prve posnetke na televiziji, toda danes sem na točki, ko se ob spominu na te posnetke zgolj le še nasmejem.«

Kakšno vrsto oddaje vodiš?

»Trenutno vodim oddajo o filmu in filmski umetnosti z naslovom Veliko platno, katero bi lahko uvrstili med zabavno-izobraževalne oddaje.«

Kako ste izbirali temo oddaje? Čigav je bil predlog?

»Dolga in zanimiva zgodba. Preko študentskega servisa smo naleteli na oglas, da na televiziji Petelin v Slovenski Bistrici iščejo nove voditelje oz. sodelavce. Poklicali smo, šli na sestanek in padla je ideja o oddaji o filmu in filmski umetnosti. Navezali smo stike s filmskimi distribucijami in tako pričeli z oddajo, ki je bila dolga pol ure, na sporedu je bila vsak teden, pripravili pa smo pet oddaj. Ko smo sodelovanje s televizijo Petelin prekinili, smo s posnetki šli od televizije do televizije (no, v bistvu samo na TV Maribor in RTS). Na televiziji RTS so, glede na to, da so pred leti že imeli podobno oddajo, bili zainteresirani, čez poletje smo sestavili kontekst, jeseni 2008 pa pričeli z oddajo, ki je na sporedu že dve sezoni.«

Ob kateri uri, na katerem programu in kolikokrat na teden se oddaja predvaja?

»Oddaja Veliko platno ima »premierno« predvajanje vsak četrtek ob 20. uri na programu televizije RTS. Prva ponovitev sledi isti dan v nočnem terminu, druga v petek ponoči, tretja v nedeljo ob 11. uri, četrta pa v sredo zvečer okrog 22. ure. Vse oddaje so dosegljive tudi na spletni strani www.rts.si, obenem pa si jih lahko gledalci ogledajo še na TV Primorka.«

Kakšni so postopki/priprave na oddajo?

»V petek opravimo pregled materiala, ki ga imamo na voljo za oddajo (napovedniki, prispevki o filmih in podobne zadeve). Čez vikend se napiše celoten scenarij, v ponedeljek in v torek poteka snemanje ter montaža, v sredo in v četrtek pa se oddaja sestavi v obliko, ki se potem predvaja na televiziji.«

Imaš kdaj kakšnega gosta v oddaji?

»V oddaji Veliko platno skoraj vsak teden gostimo znanega Slovenca, ki nam zaupa svojo lestvico najboljših filmov. Obenem v oddaji vsake toliko gostimo filmskega kritika, s katerim pokomentiramo aktualno dogajanje na področju sedme umetnosti.«

Imaš generalko pred snemanjem?

»Generalke pred snemanjem ni. Delamo po principu oddaje v živo, tako da snemamo sproti in ob morebitnih napakah snemanje prizora še enkrat izpeljemo.«

Kakšna je situacija med predvajanjem odseka filma (kaj se v zakulisju dogaja)?

»Oddaja se snema v naprej, kar pomeni, da posnamemo studijski del, med katerim se ne predvajajo napovedniki in odlomki. Le-ti so h končnemu produktu priloženi šele v montaži.«

Tvoje napovedovanje je govorjeno na pamet ali brano?

V večini primerov brano, v primeru intervjujev pa »na pamet«. Kombinacija obojega je odlična, saj z branim besedilom dosežemo to, da lahko gledalcem zaupamo več podatkov o filmu, kot bi lahko sicer, z govorom »na pamet« pa spontanost.«

Kdo ti sestavlja besedilo in kako?

»Besedilo oz. celoten scenarij si sestavljam sam. Ob pisanju si pomagam z različnimi spletnimi stranmi in z informacijami, ki nam jih posredujejo filmski distributerji. Trudim se, da bi iz oddaje v oddajo gledalcem zaupali več informacij o filmih.«

Kakšno je tvoje razmišljanje o televizijskem voditeljstvu in kakšen je tvoj recept za uspešnega voditelja?

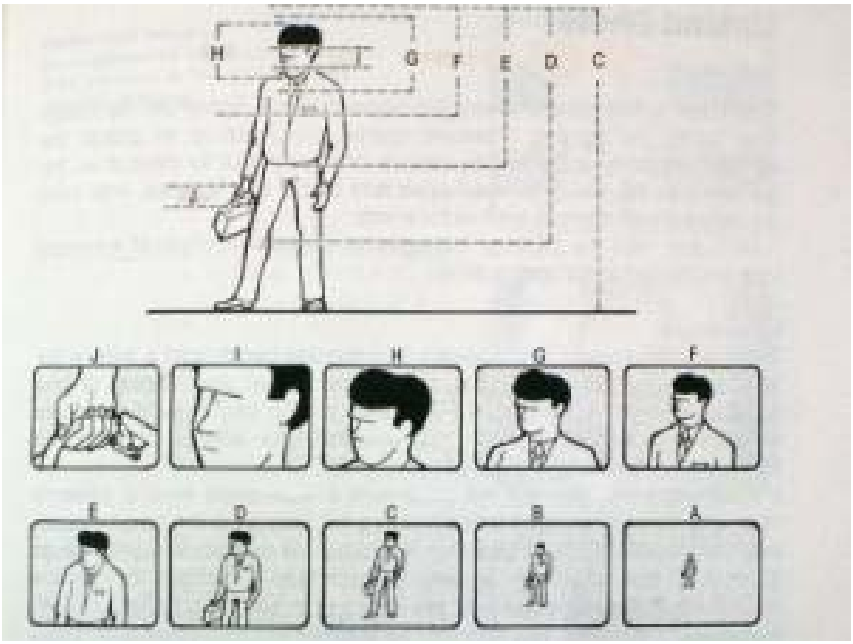
»Delo voditelja je čudovito, razburljivo, zanimivo, enkratno, obenem pa tudi zahtevno. Ko voditelj stopi pred kamero, mora pozabiti na vse morebitne osebne težave in biti tam za gledalce. Nasmeh, sproščenost, simpatičnost in spontanost so po mojem mnenju karakteristike za uspešnega voditelja. Obenem pa, po mojem mnenju, bi se vsak voditelj moral držati pregovora »nikoli nisi tako dober, da ne bi mogel biti še boljši«.«

6. ŠOLSKA TV

6.1 Voditelj in kamera

Da dobimo na televiziji sliko oddaje, je potrebna kamera. Kamera je tista snemalna naprava, ki snema oddaje, prispevke, dogodke itd. V studiu sta pogosto dve kameri, tako dobimo različne kote voditelja in okolja. S pomočjo snemalca slike, ki po režiserjevih navodilih natančno preklapljata iz ene kamere na drugo. Da pa voditelj ve, v katero kamero naj pogleda, mu pomaga asistent režije/snemalca. Kadar poteka oddaja z gostom ali brez gosta se v oddaji lahko stoji ali sedi. Izbor, kakšen plan bo snemalec posnel, je njegova lastna odločitev. Zato je zelo pomembno sodelovanje z voditeljem in dobro poznavanje televizijskega medija.

Osnovne plane snemanja bi lahko razvrstili takole:



Slika 5: Snemalni plani

Vir: Snemanje z videokamero, založba Kranj, 1993

• A: estremni total − oseba zaseda manj kot 1/3 prostora v kadru;
• B: veliki total − oseba zaseda od tri četrtine to tretjino prostora v kadru;
• C: total (medium long shot) − celotna figura v kadru;
• D: ameriški (»ameriken«) plan: − rezan nad ali pod koleni;
• E: srednji (medium shot) − rezan v popku in prostor nad glavo;

• F: doprsni (close shot − CS ali medium close up) − rezan v/pod prsih in prostor nad glavo;
• G: bližnji (close up − CU) − rezan v ramenih in prostor nad glavo;
• H: veliki plan (big close up −BCU) − rezan v Adamovem jabolku (čutimo ramena) in prostor nad glavo;
• I: kader detajl (very close up −VCU) − rezan v bradi in čelu;
• detajl − posebno poudarjen del telesa ali predmeta.

- Splošni plan ali total

Pokažemo celotno sliko, kjer se dogodek dogaja, to je splošni pogled, ljudje v kadru so ponavadi podrejeni okolju.

- Daljni plan

To je tričetrtinski plan, kjer človeški lik pokažemo od kolen do glave. Popularno ime za ta plan je tudi ameriken.

- Srednji plan

Človeški lik je prikazan od pasu do glave in prav tako ima ozadje še vedno pomembno vlogo, ne pa tudi osrednje. (Največkrat takšne plane uporabljamo za pogovore oziroma intervjuje).

- Bližnji plan

Tukaj vidimo človeka od prsi navzgor. Ozadje ne igra več pomembne vloge.

- Veliki plan

V tem primeru človeški obraz zaseda skoraj celi ekran.

- Detajl

Tukaj pokažemo le del človeškega telesa ali kakšnega predmeta. Temu planu pravimo tudi bližnji veliki plan.

Pri vodenju oddaje imajo pogosto voditelji tudi pri sebi majhne papirje, kjer imajo napisane oporne točke ali vprašanja, ki so pripravljena za gosta oddaje. Voditelji, ki ne gledajo večkrat v kamero, so zaprti in nepripravljeni.

Moja prva oddaja je potekala na televizijskem kanalu MOJA TV. Tam sem imela s sovoditeljem Davorjem Mrkičem oddajo Šolska tv, kjer sva imela kar tri goste. V tej oddaji so bile teme različne. Te teme so bile o Academiji in samih programih na šoli, potem pa še o house glasbi. Imela sva tudi A4 list, kjer sva imela oporne točke za napovedovanje. V studiu sta bile dve kameri, televizija za prikaz prispevkov in časovnik pred pričetkom napovedovanja. Vprašanja in termine prispevkov sva imela vse napisane na papirjih.

6.2 Voditelj, kamera in gost

Pomembno je, da je voditelj pred samo oddajo sproščen in ni napet. Preden začne pogovor z gostom, je vedno potrebno napovedati o čem bo oddaja potekala, kakšna bo tema in katerega gosta, glede na temo, bomo gostili. V samem uvodu je primerno, da se o temi na kratko pove in šele kasneje se gre v podrobnosti oziroma okvirna vprašanja za gosta, od katerega dobimo informacije. Kadar voditelj zastavlja vprašanja, intervjuva gosta je vedno primerno, da pogleda voditelj v kamero, gost pa po želji pogleda v kamero. Najini gostji v oddaji Šolska TV sta bili mag. Majda Kralj, ga. Irena Bedrač; potem sta nam se še pridružila dva DJ-ja, ki sta s sabo prinesla mešalne mize in CD predvajalnike. Za Majdo Kralj in DJ-ja sva imela pripravljena vprašanja, ki jih nisva povedala. Vedela sta samo za temo, na katera so se navezovala vprašanja. Enako je bilo z go. Ireno. Bili smo vsi v sedečem in kasneje v stoječem položaju. S sovoditeljem sva se z vprašanji izmenjevala, hkrati pa sva tudi pogledala v kamero, da nisva izgubila kontakta z gledalci. Gostja mag. Majda je večkrat pogledala v kamero, vendar je imela več kontakta z nama. Medtem ko DJ-ja nista imela z nama skoraj nič kontakta.

6.2 Voditelj, kamera, gost in prispevek

Poznamo različne vrste oddaj. Glede na temo oddaje je pogosto prispevek, ki je vezan na temo oddaje in gosta. Kot je že v navadi, pred samim začetkom oddaje napovemo temo

oddaje in gosta. Med samim pogovorom z gostom je vmesni prispevek, ki je lahko vezan na terenski intervju ali anketo ter kratka predstavitev nečesa.

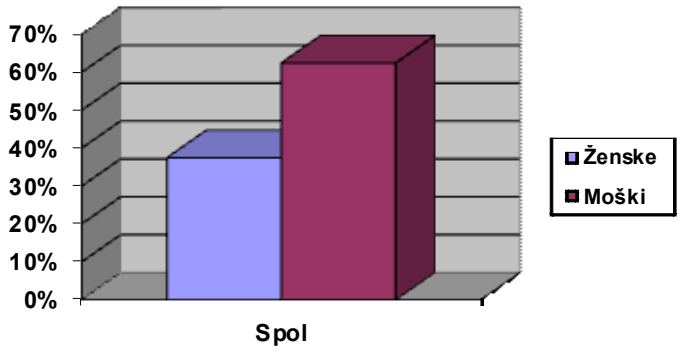
V tem primeru je bil med pogovorom z mag. Majdo prispevek o sami šoli in izobraževalnih programih. Po prispevku je tudi sama kaj dodala. Enako je bilo pri gospe Ireni. Pri njej je bila sicer tema o izobraževalnem programu Šolska TV. Med pogovorom je bil tudi prispevek, kjer je bilo prikazano delo najinih sošolcev (mojih in sovoditeljevih).

7 REZULTATI ANKETE

Anketa je bila razdeljena med 16-imi osebami v podjetju MCA d.o.o., različnega spola in starosti. Do končnih skupnih rezultatov ankete sem si pomagala s programom Excel.

Spol

62,5 % je na anketo odgovarjalo moške populacije; 37,5 % pa ženske populacije.

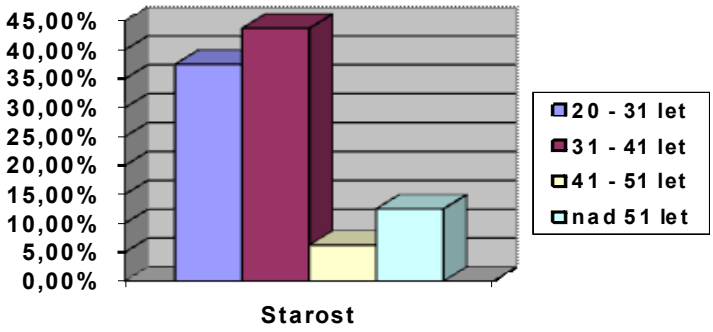


Graf 1: Spol udeležencev

Vir: lastna raziskava

Starost

37,5 % je starih med 20–31; 43,75 % anketiranih je starih od 31–41 let; 6,25 % jih je starih od 41–51; 12,5 % jih je starih nad 51 let.

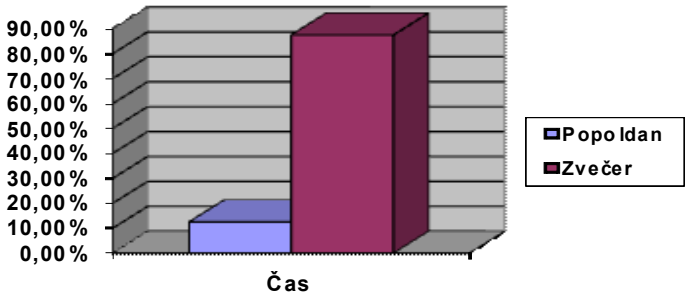


Graf 2: Starost udeležencev

Vir: lastna raziskava

Čas gledanja televizije

87,5 % jih televizijo gleda zvečer; 12,5 % jih gleda popoldan.



Graf 3: Čas gledanja televizije

Vir: lastna raziskava

Priljubljena oddaja

Preverjeno, Talenti, 24ur, Svet, Piramida, Lepo je biti milijonar, »As ti tut not padu«.

Priljubljeni voditelj in zakaj

Jurij Zrnec, Lado Bizovičar, Marko Potrč, Tjaša Železnik, Vid Valič, Peter Poles, Erika Žniderščič, Jonas Žnidaršič.

Katere lastnosti cenite

Humor, inteligenca, resnost, razumevanje, sproščenost, zabava, veselje, domiselnost, kreativnost, energija, strogost in duhovitost.

Katere stvari bi spremenili

Nič.

8 ZAKLJUČEK

Z diplomsko nalogo z naslovom Televizijski voditelj kot najbolj izpostavljen element televizijske oddaje sem želela ugotoviti, kaj vse je potrebno, da voditelj izpelje dobro oddajo. Med pisanjem naloge sem prišla do spoznanj, kaj vse je potrebno storiti pred pričetkom oddaje, kako priti do teme, kako se obleči in držati mimiko obraza pred kamero, kakšne pripomočke uporabiti, širiti poznanstva predvsem na televiziji. Ugotovila sem, da je kar precej razlik med obliko oddaje – zabavno in informativno oddajo.

Izvedla sem tudi anketo, s katero sem prišla do različnih odgovorov in mnenj. Tako kot pregovor pravi, vsi ljudje nismo isti. Bilo je kar precej razlik med priljubljenostjo oddaj in priljubljenostjo televizijskih voditeljev.

9 LITERATURA IN VIRI

Literatura:

1 Erjavec, K.: *Novinarska kakovost*, FDV, Ljubljana, 1999.

2 Laban, V.: *Televizijsko novinarstvo*, FDV, Ljubljana, 2007.

3 Laban, V.: *Osnove televizijskega novinarstva,* Maklen, 2007.

4 Perovič, T., Šipek, Š.: *TV novice,* ŠOU, 1998.

5 Zaletel, A.: *Moje delo d. o. o.,* 30.10.2007, stran 40–43, 2007.

6 Zdovc, M. S.: *Preteklost je prelog: pregled zgodovine novinarstva na Slovenskem in po svetu,* Maklen, 2007.

Viri:

1 http://3.bp.blogspot.com/_3R9fc0YAaUA/SUkFU5HE74I/

AAAAAAAAEHs/ k5AgXb8M_cc/s400/IMG_1994.JPG

2 http://www.delo.si/assets/media/picture/20080602/670x420

_Kampusch_Lauda_foto_Epa.jpg

3 http://3.bp.blogspot.com/_3R9fc0YAaUA/SUkFU5HE74I/

AAAAAAAAEHs/k5AgXb8M_cc/s400/IMG_1994.JPG

4 http://www.shrani.si/f/1w/DH/44ecbmOe/musterzdravje.jpg

10 PRILOGE (anketa)

Spol

Moški Ženski

Starost

20–30 31–40 41–50 nad 51

Kdaj običajno gledate televizijo?

zjutraj popoldan zvečer ponoči

Če gledate oddaje, katera Vam je všeč?

Kdo je Vaš priljubljeni voditelj in zakaj?

Katere njegove/njene lastnosti cenite?

Katere stvari bi na njem/njej spremenili?