

SLOVENSKI TV PROSTOR

- RTVS kot javni zavod posebnega kulturnega in nacionalnega pomena
- na vseh programih ima dolžnost zagotavljanja večinskega deleža določenih vsebin
- vsebine, ki ne omogočajo velike gledanosti, niso pa nujno negledljive
- financiranje: prispevek državljanov, sredstva državnega proračuna, oglaševanje, sponzoriranje
- DILEMI:
 - Državna sredstva = odvisnost in vmešavanje v program?
 - Program v javnem interesu, ki ga večina javnosti ne gleda?

VPLIV KOMERCIALNIH TELEVIZIJ

- 90. leta 20. stoletja: močan upad gledanosti javnih televizij v Evropi
- upad oglaševalskih prihodkov --> finančne težave javnih servisov
- zahteve po večji gledanosti vodijo v komercializacijo javne TV Slovenija; opazna sprememba programov in vsebin
- v nasprotju s poslanstvom javnega servisa

KOMERCIALIZACIJA JAVNE TV

- izbor in vsebina novic (najprej slabe novice)
- struktura novic, način upovedovanja, nagovarjanje gledalcev
- poenotenje namesto raznolikosti vsebin, dogodkov in načinov upovedovanja – gledalec ima izbiro le navidez (160 programov na naši TV je popolnoma podobnih)
- ni vprašanje „kaj občinstvo potrebuje“, ampak „kaj si občinstvo želi in s čim se lahko identificira“

UPOVEDOVANJE NA TELEVIZIJI

- dnevno informativne oddaje: ena izmed najbolj kompleksnih oblik novinarskega diskruza
- govor + slika + zvok = specifičen način sporočanja in uporabe jezikovnih sredstev
- velika pomenskost kretenj in vizualnih podob – zahteva po močni vizualizaciji
- zmanjševanje števila besed, jedrnato in takoj razumljivo besedilo
- televizija kot neposreden, dramatičen in čustven medij
- z dramatičnostjo in čustvi pritegniti pozornost gledalca, ki ga želimo informirati

- pomnjenje in razumevanje vsebine oblikujejo tudi t.i. MIZANSCENSKI DEJAVNIKI (studio, oblačila, luči, neverbalno obnašanje nastopajočih ...)

VLOGA VODITELJA

- vzdržuje in povezuje tok informacij s povezovanjem besedil v razumljivo celoto
- bere napovedi, odpovedi in vesti
- (so)oblikuje vse prvine oddaje, je posrednik med televizijo in gledalci
- voditelj: avtoritaren stil vodenja
- voditeljski par: bolj prijazen stil vodenja dnevno informativne oddaje

POMEN VODITELJA

- prostor voditelja v TV studiu = „svetišče“ oz. privilegiran, osrednji javni prostor oddaj
- vzdrževanje in razkrivanje moči in vpliva televizijske hiše kot institucije

FISKE: Television culture (1987)

Hierarhična delitev prostora v dnevno informativni oddaji:

- 1. prostor: voditelj v studiu (brezosebna avtoriteta)
- 2. prostor: novinar
- 3. prostor: očitvidci, viri informacij
- voditelj v studiu prenaša objektivni diskurz resnice, ustvarja ogrodje, znotraj katerega so umeščene besede in podobe drugih dveh prostorov

VODITELJ KOT BREZOSEBNA AVTORITETA

- resnost, podkrepljena z neosebim govorom (NE 1. oseba ednine ali množine), odsotnost gibov, čustev, znakov, vpletenosti v besedilo
- osrednje osebnosti z lastnim mnenjem, komentarji, smehom; spremembe tona glasu in izraza na obrazu ...

BRANJE ALI GOVORJENJE?

- učinek govorjenja, a predhodno napisano (bolj jedrnato in jasneje strukturirano) in večinoma prebrano
- pretvarjanje: spontani pogovor z gledalcem, kljub očitni enosmerni, nenaravni komunikaciji

– rešitev: besedilo prebrati živahno in nelinearno

–