

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Bratož

**Razvoj formata televizijske dnevnoinformativne
oddaje Danes**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Bratož

Mentor: doc. dr. Igor Vobič

**Razvoj formata televizijske dnevnoinformativne
oddaje Danes**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Razvoj formata televizijske dnevnoinformativne oddaje Danes

Novembra 2012 je slovenski trg dobil novo komercialno televizijo. Planet TV je svoje oddajanje začela prav z novo dnevnoinformativno oddajo Danes, katere cilj je bil v prvih letih po gledanosti prehiteti Dnevnik na javni televiziji in se ustaliti na drugem mestu, takoj za vsaj kratkoročno nedosegljivimi 24UR-ami. Oddaja Danes je v slabih štirih letih oddajanja zamenjala tri odgovorne urednike in prav toliko formatov. V tem diplomskem delu podrobno analiziramo razvoj formata oddaje Danes, razloge za nenehne spremembe. Po vzoru teoretikov analiziramo njeno strukturo in dolžino ter termine oddajanja, se osredotočimo na voditelje in na kakšen način ti komunicirajo z gledalci. Preučimo studio in studijski prostor in pozornost namenimo tudi grafični podobi, špicam, napovednikom in zvoku. Sestavo formata dnevnoinformativne oddaje analiziramo skozi analizo njenih sestavnih delov v posameznem formatu: prvem od novembra 2012 do julija 2014, drugega od julija 2014 do konca marca 2015 in tretjega od aprila 2015 do danes. S pomočjo analize gledanosti oddaje in njenih konkurentov ter intervjujev z odgovornimi uredniki delo končamo s primerjavo vseh sprememb formatov in njihovih uspehov.

Ključne besede: televizijski format, televizija, Planet TV, televizijske novice, oddaja Danes, dnevnoinformativna oddaja.

Evolution of daily news emission Danes media format

Slovenian media world gained a new television programme in November 2012. The daily news emission Danes was the first emission broadcasted on the new programme. Its goal was to surpass public television's Dnevnik in its share of viewers and keep its position as the second most watched daily news programme after 24UR, unreachable in the short term. Danes changed three editors in chief and just as much formats in less than four years. This academic work provides a detailed analysis of the evolution of Danes' format and the reasons for constant changes. We analyze the emission's structure and length, its broadcast times, we take a closer look at anchors and their ways of communicating with viewers. We also analyze the studio and its layout as well as the graphic design and sound breaks. The format is analyzed by analysis of its components in each format: the first from November 2012 till July 2014, the second from July 2014 to end of March 2015 and the third from March 2015 till today. With help of viewers share analysis of Danes emission and its competition and interviews with the emission's editors in chief we conclude this academic work with comparison of all three formats and their results.

Keywords: media format, television, Planet TV, Danes news emission, television news, daily news.

KAZALO

1 UVOD.....	8
2 KAJ SO TELEVIZIJSKE NOVICE, KAJ JE TELEVIZIJSKI INFORMATIVNI PROGRAM	11
3 MEDIJSKA LOGIKA IN FORMAT DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE	14
3.1 STRUKTURA	20
3.1.1 Kategorije novic	21
3.1.2 Čas, tempo, ritem.....	21
3.1.3 Žanri	22
3.2 VODITELJ, VODITELJICA	23
3.3 STUDIO	26
3.4 GRAFIKA, ŠPICE, NAPOVEDNIKI IN ZVOK.....	28
3.4.1 Grafika.....	28
3.4.2 Špice, napovedniki in zvok	30
4 RAZVOJ TELEVIZIJSKIH INFORMATIVNIH FORMATOV NA SLOVENSKEM33	
4.1 Prve televizijske novice v Jugoslaviji in spor za novice v slovenščini	33
4.2 Televizijske novice v socializmu.....	35
4.3 Tranzicija v demokracijo zahodnega tipa in kapitalizem ter vzpon komercialne televizije	36
4.4 Spopad komercialne televizije s TVS – začetek novičarske prevlade.....	36
4.5 Protiudarec javne televizije in še večja prevlada komercialne	37
4.6 Poraz javne televizije še v poznovečernem in popoldanskem terminu novic	39
4.7 Stanje pred prihodom Planet TV, začetek nove televizije in oddaje Danes	39
5 METODE RAZISKOVANJA	41
5.1 Uporabnost kvalitativne metodologije za analizo razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes	41

5.2 Etnografski pristop pri analizi razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes	42
5.3 Poglobljeni intervju kot metoda za analizo razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes	43
5.4 Principi analize kvalitativnih podatkov o razvoju formata dnevoinformativne oddaje Danes	45
6 REZULTATI	47
6.1 STRUKTURA	47
6.1.1 Struktura oddaje Danes, november 2012–julij 2014	48
6.1.2 Struktura oddaje Danes, julij 2014–marec 2015	53
6.1.3 Struktura Danes, od pomladi 2015	59
6.2 VODITELJ	68
6.2.1 Voditelj prvega formata Danes, november 2012–julij 2014	69
6.2.2 Voditelj oddaje Danes, julij 2014–marec 2015	71
6.2.3 Voditelj oddaje Danes, od pomladi 2015	74
6.3 STUDIO	77
6.3.1 Studio prvega formata Danes, november 2012–julij 2014.....	77
6.3.2 Studio drugega formata Danes, julij 2014–marec 2015	82
6.3.3 Studio tretjega formata, od pomladi 2015	84
6.4 GRAFIKA, ŠPICE, NAPOVEDNIKI IN ZVOK.....	87
6.4.1 Grafike prvega formata Danes, november 2012–julij 2014.....	87
6.4.2 Grafike drugega formata Danes, julij 2014–april 2015.....	89
6.4.3 Grafike tretjega formata Danes, od pomladi 2015	92
6.4.4 Špice, napovedniki in zvok prvega formata, november 2012–julij 2014.	94
6.4.5 Špice, napovedniki in zvok drugega formata, julij 2014–april 2015	96
6.4.6 Špice, napovedniki in zvok tretjega formata, od pomladi 2015.....	97
7 DISKUSIJA	100
8 ZAKLJUČEK	104

9 LITERATURA	108
PRILOGE	111
Priloga A: Graf deleža gledalcev poznovečernih dnevnoinformativnih oddaj	111
Priloga B: Graf deleža gledalcev osrednjih dnevnoinformativnih oddaj	112

KAZALO TABEL

Tabela 5.1: Analizirane oddaje Danes	43
Tabela 6.1: Struktura prvega formata Danes	49
Tabela 6.2: Struktura drugega formata Danes – premierna oddaja	54
Tabela 6.3: Struktura drugega formata Danes – »utečena« oddaja	57
Tabela 6.4: Struktura tretjega formata Danes – premierna oddaja	61
Tabela 6.5: Struktura tretjega formata Danes – poletna oddaja	63
Tabela 6.6: Struktura tretjega formata Danes – »utečena« oddaja	66

KAZALO SLIK

Slika 6.1: Prvi format Danes – studio in sotvorba.....	79
Slika 6.2: Prvi format Danes – video stena in studio.....	80
Slika 6.3: Prvi format Danes – studio – športna rubrika	80
Slika 6.4: Prvi format Danes – studio.....	81
Slika 6.5: Drugi format Danes – studio	82
Slika 6.6: Drugi format Danes – studio	83
Slika 6.7: Drugi format Danes – novinarska soba in studio	84
Slika 6.8: Tretji format Danes – studio in sotvorba.....	86
Slika 6.9: Tretji format Danes – studio z gosti, voditeljema športa in vremenske napovedi.....	87
Slika 6.10: Prvi format Danes – telopi	88
Slika 6.11: Prvi format Danes – telopi in duplexi.....	89
Slika 6.12: Prvi format Danes – simulacije ter grafike v športu in vremenski napovedi	89
Slika 6.13: Drugi format Danes – logotip in telopi	90
Slika 6.14: Drugi format Danes – telopi in celozaslonske grafike	90

Slika 6.15: Drugi format Danes – telopi in dupleksi v studiu ter vklop	91
Slika 6.16: Drugi format Danes – dupleksi	91
Slika 6.17: Drugi format Danes – tripleks ter grafike v vremenu in športu	92
Slika 6.18: Tretji format Danes – telop, naslov novice, sotvorba	92
Slika 6.19: Tretji format Danes – celozaslonske grafike	93
Slika 6.20: Tretji format Danes – telopi	93
Slika 6.21: Tretji format Danes – grafike čez sliko, citat	94
Slika 6.22: Tretji format Danes – dupleksi	94
Slika 6.23: Prvi format Danes – špica Danes in Vreme	95
Slika 6.24: Prvi format Danes – špica športne rubrike in odjavna špica	96
Slika 6.25: Drugi format Danes – špica, vreme med napovednikom	96
Slika 6.26: Drugi format Danes – ločevalnik ob vklopih	97
Slika 6.27: Drugi format Danes – špica vremenske napovedi	97
Slika 6.28: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica	98
Slika 6.29: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica vremenske napovedi	99
Slika 6.30: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica športa	99

1 UVOD

Ali lahko drugačen format televizijski novic, izven tradicije kot jo ponujata 24UR in Dnevnik, pritegne pomemben delež gledalcev ali pa je vnaprej obsojen na obrobje? Vprašanje je kompleksno, nanj bom poskušal odgovoriti z opredelitvijo, kakšen je format novic, s katerim se uveljavlja Danes na Planet TV.

Do sredine devetdesetih let prejšnjega stoletja smo v Sloveniji skoraj štiri desetletja gledali le eno, državno oziroma javno televizijo, en sam informativni program in eno samo dnevnoinformativno oddajo, TV Dnevnik na TV Slovenija (TVS). S tranzicijo v zahodni tip demokracije in kapitalizem se začne obdobje nove prevlade, ko zdaj že 20 let daleč največ domačega občinstva informira komercialna televizija POP TV z oddajo 24UR. Zadnja leta, od 2012, se na medijsko in novičarsko sceno prebija še ena komercialna televizija, Planet TV, s hibridnim državno-zasebnim lastništvom. Ob vstopu na zasičen trg je Planet TV nastopila ambiciozno, češ, POP TV je zdaj že *mainstream*, kot pred njim TVS, gledalci so naveličani ustaljene in uveljavljene ponudbe v duelu z javno televizijo. Toda Telekomova oziroma grška televizija s svojo novičarsko oddajo Danes pridobiva gledalce bistveno počasneje kot njena komercialna predhodnica. Po dveh desetletjih široke ponudbe domačih in tujih televizij Planet TV ni vzbudil takšnega navdušenja kot POP TV ob svojem nastanku in to ne z zabavnim programom ne s svojimi novicami.

Kaj je tista svežina, s katero lahko nova televizija zdaj, v 2016, sproži tako drastične premike gledalskih navad, kot jih je konec devetdesetih let prejšnjega stoletja sprožila prva komercialna televizija? Vprašanje je na ravni kompletnega programa na tem mestu prezahtevno, vseeno pa si ga bom zastavil v ožji kategoriji dnevnoinformativne oddaje. V komaj treh letih so kar trije izkušeni informativni direktorji in uredniki vsakič znova močno prenovili oziroma postavili kar nov format informativne oddaje Danes, toliko kot POP TV v dvajsetih letih.

V diplomskem delu bom zato raziskoval razvoj formata televizijskih novic v oddaji Danes. Postavil si bom vprašanje, kakšna je bila njena evolucija in kaj so glavni dejavniki, ki so jo oblikovali. Prikazal bom razvoj od prvega do aktualnega formata, pri čemer je imel vsak vrsto podrazličic, krajšanja, podaljševanja oddaje, menjave terminov, voditeljev in podobno. Smo v tem času gledali evolucijo ene same oddaje ali

gre tri različne formate oddaje, kot bi gledali tri samostojne televizijske programe? Se morda tu skrivajo razlogi za nizko gledanost ali so to težave s produkcijskimi standardi kakovosti? Kako se je spreminjala struktura oddaje, kako so svoje delo opravili voditelji, kakšen studio so imeli na voljo, kakšen je bil izkoristek grafičnih potencialov?

Pri iskanju verodostojnih in kompleksnih odgovorov bom izkoristil dejstvo, da sem vse te procese opazoval iz neposredne bližine, kot stalni sodelavec in soustvarjalec Danes od prvih dni. Prvo leto in pol sem bil voditelj oddaje, nato novinar v uredništvu, žargonsko desku in na terenu, v Sloveniji in v tujini. V vseh vlogah sem bil vedno tesno vpet v dnevno produkcijo novic, najprej z izkušnjo dela v studiu in tesnega sodelovanja z uredniki, nato pa novinar v »proizvodnji« novic, od iskanja tem, virov, sogovornikov, do različno zahtevnih in kreativnih snemanj na zelo raznolikih lokacijah doma in v tujini. Kot novinar sem načeloma zadolžen za spremljanje notranjepolitičnih dogodkov, vendar pa je ta delokrog samo prevladujoč, saj »pokrivam« tudi zunanjepolitične zadeve, gospodarske afere, sodstvo, kriminal. Moje delovne lokacije so tako vladni in parlamentarni hodniki v Ljubljani kot podeželje na vseh koncih Slovenije, v tujini pa sem bil občasno poročevalec iz sosednje Hrvaške, Avstrije, pol leta leteči dopisnik iz Bruslja in Strasbourga, imel sem veliko srečo, da sem spremljal dva zgodovinska dogodka, v Edinburgu škotski referendum o neodvisnosti, v Atenah zmago levece sredi najhujše dolžniške krize.

Poleg uvoda in zaključka jedro naloge sestavlja šest poglavij. Teoretske premisleke bom podajal v drugem in tretjem poglavju s pomočjo avtorjev, ki secirajo fenomen medijske logike, televizijskih formatov in televizijskih dnevnoinformativnih oddaj.

Medijski format določa, kako so informacije urejene, format določa način, kako so povedane (Altheide in Snow 1979, 10). Za uspeh sta potrebna še občinstvo in interakcija. Koncept vsakega medijskega formata nastaja v tesnem odnosu z občinstvom, ki ga sprejema, sicer format nima naslovnika, nima smisla in vsebine. Tukaj odigra ključno vlogo zabavna naravnost množičnih medijev. Elektronski mediji ponujajo občinstvu svoje zabavne vsebine, občinstvo pa v zameno sprejema medijske definicije družbenih pojavov. Medij in občinstvo si tako delita isto logiko, po kateri razumeta družbene pojave, občinstvo tako razvije medijsko zavest (Altheide in Snow 1979, 24).

V tretjem poglavju bom predstavil, kateri elementi znotraj televizijskih formatov sestavljajo ožji format dnevnoinformativne oddaje.

Medijski format je sistem pravil, ki ustvarjajo okvir za razumevanje besedil (Altheide in Snow 1979, 22). To še posebej velja za televizijski medij, ki »zaradi združitve govora, slike in zvoka zahteva specifičen način sporočanja in uporabe jezikovnih sredstev« (Laban 2007, 21).

Četrto poglavje bo namenjeno pregledu slovenskega televizijskega novinarstva pred oddajo Danes, peto pa predstavitvi delovnega orodja, metodologije, ki bo vodila mojo raziskavo. V šestem poglavju, namenjenem empirični raziskavi, bom razvoj formata televizijske dnevnoinformativne oddaje Danes prikazal skozi elemente, ki jih navajata Altheide in Snow. Z vsebinsko in vizualno analizo sedmih izbranih oddaj bom definiral, kaj določa vsakega od treh formatov, razloge za posege pa razložil še s poglobljenima intervjujema z dvema urednikoma kot nosilcema sprememb. Tretji urednik intervjuja iz meni neznanih razlogov žal ni hotel dati. Pred koncem bom v sedmem delu z diskusijo dokazal ali ovrzel smiselnost tako pogostih in radikalnih prenov formata oddaje Danes, ki so se zvrstile v zgolj treh letih.

2 KAJ SO TELEVIZIJSKE NOVICE, KAJ JE TELEVIZIJSKI INFORMATIVNI PROGRAM

»Televizijske informativne oddaje so v večini evropskih držav najbolj gledane oddaje« (Perovič in Šipek 1998, 83). Gre za paradni, prestižni del programa, ki s kredibilnostjo novic legitimira vso televizijo, zato novice »dajejo celotni televizijski postaji odločujoči znak identitete« (prav tam). Čeprav televizijske novice zavzemajo manjši del programa, izjema so izključno novičarski programi, imajo znotraj programskih shem poseben status, saj se z njimi začneta tako imenovani *prime time*, čas, ko pride pred ekran največ gledalcev, to je obenem čas, ko je oglaševalski prostor najdražji, ugotavljata Perovič in Šipkova (prav tam). »Ni je televizijske postaje na svetu, ki bi bila najbolj gledana na svojem področju oddajanja, če ni tudi njen informativni program najbolj gledan« (prav tam).

Novice so eden najbolj kompleksnih in preučevanih televizijskih žanrov z zelo visokim statusom, »njihova deklarirana objektivnost in neodvisnost od politike in oblasti veljata kot pogoj za gladko delovanje demokratičnih družb« (Fiske 1987, 281). Toda to, da so novice informacije, potrebne za delovanje v družbi, je le pol resnice, druga polovica so oglasi in denar, dodaja Fiske. Televizijske novice so posebna dobrina, skoraj razkošje, saj so »drage tako za zbiranje in selekcijo kot potem v distribuciji, za povrhu pa morajo naslavljati občinstvo v takšnem obsegu in sestavi, da jih lahko prodamo oglaševalcem« (prav tam).

Trideset let po Fiskeju, ki je proučeval ameriške in britanske medije v poznih 60-ih in 70-ih, ko so se postavljali standardi za televizijsko novičarstvo, ki jih je z zamikom kasneje posvajal ves svet, tudi za slovenske novice enako ugotavlja komunikologinja mlajše generacije Vesna Laban, in sicer da »so dnevnoinformativne oddaje /.../ še vedno eden poglobitnih virov informacij državljana v procesu demokratičnega odločanja« (Laban 2007, 17).

Televizijski uredniki in novinarji, Labanova povzema hrvaškega novinarskega praktika in teoretika Zvonka Letico, pri izboru informacij dajejo prednost vznemirljivemu pred nevznemirljivim, dramatičnemu pred mirnim, živahnim kadrom

pred govorečimi glavami, akciji pred razmišljanjem, dogodku pred problemom in posledici pred vzrokom (Letica v Laban 2007, 32–33). Tu lahko kot primer izpostavimo nočne posnetke beguncev med množičnim prestopanjem zelene meje čez reko Sotlo v oktobru 2015, kjer so kamere v mrzli jesenski noči ujele na stotine vidno izmučenih ljudi, cele družine, kako brodirjo in padajo v hladno reko na svoji ilegalni poti iz Hrvaške v Slovenijo. Kasneje je slovenska policija objavila še dodatne šokantne nočne posnetke, posnete z infra rdečo kamero iz helikopterja, kjer se na stotine ljudi požene skozi polje in mostiček na slovensko stran – to je bil dokaz, da Hrvaška begunce načrtno pošilja prek zelene meje, kar onemogoča njihov human in nadzorovan prehod. O vsem opisanem so pripovedovali tudi uradni policijski govorci, vendar je bila njihova razlaga v tem primeru odveč in si ni prislužila objave.

»Gledano tekstualno, prav velikih razlik med televizijskimi novicami in televizijsko nanizanko, serijsko dramo /.../ ali soap opero /.../ ni, vendar pa so velike razlike v tem, kako občinstvo in producenti razumejo in uporabljajo te žanre« (Fiske 1987, 282). Toda generična delitev na informativno in zabavno ali na dejstva in fikcijo je, navaja Fiske, bolj bistvenega pomena za producente, da ti lahko trdijo, kako za eno ali drugo uporabljajo drugačne etične principe. Za gledalce je ta delitev le načeloma enako pomembna, vendar Fiske trdi, da v praksi meja ni niti najmanj tako jasno določena. »Kakšna je torej narava televizijski novic? Enostavna razlaga je, da novice pripovedujejo zgodbe ključnih dogodkov v zadnjih 24-ih urah. Toda medtem ko se dogodki res odvijajo sami po sebi, pa je pripovedovanje o njih in selekcija ključnih dogodkov čisto kulturno pogojena in nič več samo naravna dejavnost« (Fiske 1987, 283). »Novice so stvar konvencij kot pač vsak format na televiziji: vendar pa so ta pravila tako zakoreninjena, močna in nedotakljiva zaradi tiranije deadline-ov, zadnjih rokov za oddajo, ki zahtevajo hitro in učinkovito obdelavo dogodka, ki je možen samo z uporabo konvencij. Tip zgodbe, forma obdelave, program v katerem bo predstavljena: vse to je določeno že davno, preden se dogodek sploh zgodi« (prav tam).

Čeprav naj bi novice govorile o novih in nepričakovanih dogodkih, se, navaja angleški akademik John Hartley, vedno gibljejo okoli šestih glavnih tem: politike, gospodarstva, zunanjih zadev, domačih novic, ki so lahko »težke« ali »lahke zgodbe,« občasnih zgodb o naravnih nesrečah ali znanih osebah in športa (Hartley 1982, 38–39). Toda gledalci so po nekaterih raziskavah že davnega leta 1977 v televizijskih novicah

pogrešali več dobrih novic, več regionalnih novic in več zunanje politike. Prav tako so izrazili željo, da bi morale novice tudi »pričakovati probleme,« torej ne le odsevati realnosti, ampak jo tudi napovedovati (Hartley 1982, 39). Hartley se (prav tam) relevantno sprašuje še, »ali so dogodki, o katerih se tako pogosto poroča v novicah, zato, ker že 'vplivajo na naša življenja,' ali pa vplivajo na naša življenja predvsem, ker se o njih nenehno poroča v novicah?«

Novice na televiziji so ne glede na stopnjo serioznosti vedno tudi v funkciji razvedrila, razlaga Hartley, čeprav je novica po Hartleyu v nasprotnem položaju kot medij, v katerem se pojavi, kar se kaže zlasti na televiziji (Hartley 1982, 46–47). »Zanimiva lastnost govorjenja novic je njihova zabavnost« (prav tam). V tem delu se Hartley nanaša na kolega Colina McArthurja, ki pravi, da »televizija, tako faktična kot fiksijska, teži k 'stanju zabave'.« Ali gre za resne zgodbe ali zabavo, je odvisno od »retorike pripovedovanja.« Torej v primeru televizijskih novic, pripovedovalec v studiu s svojo retoriko pripovedovanja sporoča, da gre za resne teme. Hkrati so zgodbe povedane v zabavnem jeziku, slika pa je uporabljena, da novico naredijo še bolj razvedrilno (Hartley 1982, 47).

3 MEDIJSKA LOGIKA IN FORMAT DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE

Medijska logika pomeni družbeno dogovorjeno prepoznavanje medijskih formatov. Gre za sporočila, posledice komunikacijskih procesov, v katerih nek medij posreduje takšne simbole, pomene, besede, ki jih naslovnik razume in zato sprejema (Altheide in Snow 1991, 22).

Televizijske novice so ena od pojavnih oblik v moderni družbi najširše sprejete in vsem jasne medijske logike. Medijska logika je proces, skozi katerega najrazličnejši mediji – od filmskih do televizijskih žanrov, radio, splet in spletni mediji ter najnovejša oblika, družbena omrežja – s sebi lastno govorico predstavljajo in sporočajo informacije, na drugi strani pa jih občinstvo brez težav bere, posluša, gleda, skratka sprejema in razume. Gre za različne medije, ki za enostavnost svoje komunikacije uporabljajo prepoznavne formate. Nas zanima format televizijskih novic. »Format predstavlja način, kako je material organiziran, stil, kako je predstavljen, fokus in poudarke na njemu lastnih posebnostih in svojstven jezik komunikacije. Format je okvir, sistem pravil, ki se uporablja za prezentacijo in interpretacijo dogodkov in pojavov« (Altheide in Snow 1991, 9).

Eden najbolj prepoznavnih formatov so prav televizijske novice, saj takoj ko pogledamo na ekran, vemo, da gre za točno ta in ne kateri drug televizijski žanr, razvedrilno oddajo, humoristično serijo ali film. Vsak medij in vsak medijski žanr ima svoja pravila in konvencije, s katerimi resničnost prevede v razumljivo informacijo (Altheide in Snow 1979, 15). Gledalci tako množičnega medija, kot je televizija, smo si domači z vrsto žanrov. Informativne oddaje kot eden izmed njih pa imajo vrsto posebnosti, zaradi katerih se takoj ločijo od drugih praks, to je specifičen televizijski format (prav tam). Ustvarjalci televizijskih novic morajo zato te znake (slike, zvoke, govor, grafike) simultano urediti v takšno kombinacijo ali obliko, ki bo pri gledalcih dosegla zaželen, logičen pomen (Langer 1998, 18). Da bi gledalci zgodbe poznali in razumeli, morajo ustvarjalci nenehno uporabljati enake motive in strukture zgodb. To vključuje hitro menjavanje tipičnih kadrov – daljni, srednji, bližnji posnetki, vsebinsko izredno zgoščen jezik, v katerem ni praznega teksta, razen tam, kjer hočemo, da pripoveduje slika, vsevedne, razgledane in strogo/prijazne voditelje, ki v razumljivem

jeziku razlagajo svet, novinarje, ki za nas razkrivajo afere, vojne dopisnike, ki tvegajo glavo. Format predpostavlja tudi prepoznavno okolje studia kot nekakšnega komandnega centra in dinamiko z javljanji v živo, torej menjavo prizorišča studio-teren (Langer 1998, 21).

Ljudje se naučimo brati novice povsem enako kot se že od ranih let učimo uporabe jezika. Ko se priučimo novičarskih kod in konvencij, postanemo »novičarsko pismeni.« To pomeni, da ne le sledimo novicam, ampak spontano interpretiramo svet v širšem pomenu besede. Individualno dojemamo in interpretiramo svet znotraj odnosov, ki delno izhajajo iz klasifikacij, ki smo se jih naučili iz novic. Med branjem novic kolektivno ustvarjamo 'realnost' (Hartley 1982, 4–5). »Novice kot mnogi drugi diskurzi igrajo vlogo v določanju, kako vidimo svet, kako se obnašamo v njem in kako se obnašamo do drugih ljudi.« (Hartley 1982, 10)

To poustvarjeno realnost prepoznavamo s pomočjo vsem znanega formata televizijskih novic. »Televizijske novice so poseben diskurz, govornica vsake družbe, skupek pravil, konvencij, ki nadzirajo in omejujejo število pomenov dogodkov, ki ji prenašajo« (Fiske 1987, 282).

Dobre televizijske novice niso zgolj radio s sliko. Prav tako jih ne moremo primerjati s katerim koli drugim delom televizijskega programa. Televizijske novice so »neke vrste sestavljanke, ki kot vse sestavljanke nima smisla, dokler ni sestavljena« (Yorke 1995, 7). V televizijskih novicah so najpomembnejši delčki sestavljanke ljudje, ki delujejo vsak v svoji sferi aktivnosti, te pa se združijo le v času oddajanja programa. Novičarski vizualni in zvokovni znaki so del pluralnosti možnih pomenov, torej jih v različnih kombinacijah gledalci lahko različno razumejo (prav tam).

Vsaka oblika komunikacije, torej vsak medij in s tem tudi televizijske novice, ima svoja pravila forme in vsebine, svoj jezik in slovnico. »V medijski industriji izraz format predstavlja prav ta komunikacijska pravila« (Altheide in Snow 1979, 22).

Altheide in Snow kot najpomembnejše elemente televizijske slovnice naštevata: zelo prilagojeno rabo časa, ki je novinarju/mediju na voljo, poseben tempo, ritem, s katerim se menjajo vsebine, poudarek na neverbalnem sporočanju in čim manj zmede ob preveč pomenih, torej nič dvoumnosti (Altheide in Snow 1979, 35). Ena osnovnih zakonitosti je, da imajo televizijske novice na voljo bistveno manj časa kot drugi žanri,

predvsem pa televizijski čas ne sledi času resničnega sveta, ampak ustvari svojo resničnost, ki jo gledalci prepoznajo, razumejo in pričakujejo kot dejanski posnetek realnega časa. »V televizijski montaži se vedno izreže in izbriše vse premore in mrtve teke, ne glede na vsebino. Dogodki si sledijo v hitrem zaporedju, minute postanejo sekunde in ure se pretvorijo v minute. Gledalcem je prihranjen dolgčas vsakodnevnega življenja« (Altheide in Snow 1979, 35–36).

»Vsako televizijsko poročilo je v bistvu mini celovečerni film. Tako kot pri vsakem filmu morajo gledalci vedeti, kje je začetek in v katero smer se bo zgodba odvijala, kakšno je bistvo zgodbe, ki ga je treba dodatno podkrepiti s sliko, in vsako poročilo mora imeti tudi vizualno zanimiv konec« (Perovič in Šipek 1998, 67). Poročilo je arhetip televizijskega novičarskega žanra, serialno navajajo komunikološki učbeniki, »...zgrajeno po kronološkem ali pomembnostnem vrstnem redu, največkrat pa sledi kronologiji /.../, saj lahko nelogično povezano zaporedje vizualnih podob gledalca zbega« (Laban 2007, 106).

Osnovna pisava, če se izrazim v duhu »televizijske slovnice,« kot jo omenjata Altheide in Snow, je torej poročilo, žargonsko prispevek. To je osnovni gradnik televizijske informativne oddaje, ki naj bi kot celota gledalcu predstavljala ugodje. Avtorja poudarjata izjemno pomembno zabavno dimenzijo medijskih formatov, še posebej širok je ta vidik v televizijskem mediju, saj je televizija zaradi svoje vizualnosti medij, ki je sam po sebi namenjen prav zabavi in ugodju (Altheide in Snow 1979, 18–19). »Moč logike televizijskih ratingov in zabavnjaškega stila, ki ga spodbujajo, se pozna na vseh televizijskih novicah znotraj nekega trga. Televizijske postaje povzemajo format in celo zgodbe svoje konkurence, da bi si izboljšale gledanost. Za to obstaja večja verjetnost, če ena od televizijskih postaj vodi« (Altheide in Snow 1979, 78).

Tudi Fiske obravnava televizijo kot prenašalca in ustvarjalca pomenov in užitkov ter kulture, kot generatorja, ki cirkulira različnost vseh teh pomenov in ugodja znotraj družbe (Fiske 1987, 1). »/.../ televizije si ne smemo razlagati kot tehnologijo niti kot estetski sistem, ampak širše – kot enega temeljnih mehanizmov ljudi za osmišljanje sveta, primerljivega s samim govorom« (Hartley 1992, 14).

Moderni mediji so tehnološki do obisti in kot takšni predpostavljajo racionalnost. Posledično so medij in njegovo občinstvo naravnani k racionalni komunikaciji, kar

pomeni hitro in široko posredovanje bistvenih informacij s čim nižjimi stroški. Občinstvo obenem pričakuje točne in aktualne informacije, mediji pa se trudijo tak vtis vsaj prikazati. Vendar ta racionalno-praktični značaj medijske logike vodi v odvisnost – občinstvo zahteva informacije, ki so čim bližje njegovim željam. Te so usmerjene tudi v zadovoljstvo, užitek, zabavo. Sodobni mediji zato še zdaleč niso samo znanstveno-racionalno logični, stil njihove uporabe se odraža kot zabavanje. Mediji so že od pamtiveka – ples, gledališče, glasba – vir ugodja. Občinstvo zato pričakuje, da jih bo medijska tehnologija zabavala in točno tako mediji tudi delujejo. Kombinacija racionalno/praktična logika in zabava z ugodjem je nova oblika komuniciranja, značilna za urbane družbe (Altheide in Snow 1979, 15–16).

Del stalnega vzdrževanja takšnega dobrega počutja gledalcev v smislu vizualnega ugodja so tudi redne prenove televizijskih studiev in celostne grafične podobe.

Televizije periodično prenavljajo svojo podobo, največkrat sicer le z zunanji, kozmetičnimi popravki kot so dizajn in nove barve studia ter drugačni glasbeni vložki. Toda prenove so lahko tudi bistveno bolj obsežne in drage, če gre za fizične nadgradnje studijske opreme ali selitev studia iz novinarskega deska v studio ali obratno. Poleg nove podobe se ob prenovi praviloma zgodi tudi menjava starih obrazov z novimi, kar je pospremljeno z veliko publiciteto in govoricami o visokih plačah in honorarjih (Yorke 1995, 174).

Pomembnosti takšnih programskih olepšav ni za podcenjevati, ustvarjalci televizijskih novic bolj ali manj neprestano iščejo način, kako zadržati gledalčevo pozornost in ga prikovati na ekran od prve do zadnje minute. Prenove so namenjene tudi bolj razumljivemu prikazu in sprejemu novic, ker so ljudje postavljeni pred vse bolj abstraktne in kompleksne zgodbe, z vedno več neposrednega vpliva na njihova življenja. In da bi razumeli vsaj večji del tega zapletenega dogajanja okoli njih, je vsebine nujno predstaviti jasno ter brez dvoumnosti in večpomenskosti (Yorke 1995, 175). Nevarnost, da tega ni možno dobro narediti, predstavlja omejen čas, ki je na voljo za novice, izpostavlja Yorke. Krajša kot je oddaja, krajša so poročila, prispevki znotraj nje, manj je informacij in bolj skromna je prezentacija, obratno velja, kadar je na voljo veliko časa. Polurni novičarski format, izumljen v začetku šestdesetih v ZDA (prav tam), je bil kot ravno prav dolga forma odlično sprejet po vsem svetu in je dolgo veljal za nekakšen osnovni časovni standard. Z zamudo, a toliko bolj navdušeno, smo

ta dolžinski format glede na 23-letno polurno tradicijo TV Dnevnika sprejeli tudi v Sloveniji, a smo ga s pojavom komercialnih novic in v tekmi za gledanost raztegnili na eno uro. Tudi Planet je začel z dobre pol ure dolgim Danes, v drugem formatu preskočil na 60 minut in se v tretji in aktualni izvedbi vrnil k stari dolžini.

»Popularnost novic je v veliki meri določena z njihovimi generičnimi lastnostmi, ki sestavljajo 'strategije obvladovanja,' ki poskušajo 'nadzirati realnost'« (Fiske 1987, 283). Vrstni red predvajanih novic naj bi bil v televizijskih novicah pokazatelj njihove pomembnosti. A v praksi se uredniki trudijo ustvariti program, ki mu gledalci čim lažje sledijo. Zato so zgodbe vedno združene v manjše skupine, zgradba programa pa naj bi bila zgrajena delček za delčkom: »majhne sekvence dogodkov, povezanih glede na tematiko in/ali geografsko bližino« (Yorke 1995, 178).

Ključni del ustvarjanja informativnega programa je zaporedje naslovov v napovedniku. Te večinoma enostavčne povedi so namenjene povzemanju vsakega pomembnega delčka v programu na način, ki bo kar najbolj privabil gledalca. Skozi razvoj televizijskih informativnih oddaj so se ti naslovi razvili od neposredno branih v kamero ali prek posnetka, v prave sekvence s kombinacijo statičnih slik, grafik in videoposnetkov. Vse za to, da bi v gledalcu vzbudile apetit. Uredniki in producenti se ob ustvarjanju formata oddaje posvečajo prav vsaki najmanjši podrobnosti. Zanima jih, ali bo oddajo vodil en voditelj, ali naj se raje odločijo za voditeljski par ali celo več voditeljev. Kdo med voditelji bo predstavljen kot »senior,« torej najbolj izkušen, kako naj voditelj v ospredju nagovori gledalca ob začetku oddaje – z »dober dan« ali »dober večer?« Kako naj bo voditelj postavljen v kader kamere? Če vremensko napoved in šport vodita druga voditelja, ali naj bosta vključena že v začetno špico? Kakšne barve naj bo ozadje studia, ali naj bodo dopisniki oziroma novinarji v studiu postavljeni pred enako ozadje kot voditelji? Naj bo voditeljevo ime predstavljeno verbalno ali grafično in če grafično, na katerem delu ekrana naj se grafika pojavi? Vse to in mnogo več mora biti skrbno določeno, tako kot tudi to, kako bodo novice upovedane. Če gledalcem ni ponujena visoka produkcijska vrednost, bi ti lahko izgubili interes za nadaljevanje gledanja programa (Yorke 1995, 179–180).

Kateri so torej nujni, najbolj razširjeni in vsem prepoznavni generični elementi televizijskih novic, ki sestavljeni skupaj predstavljajo unikaten format? Kaj so nujni gradniki vsake televizijske informativne oddaje? Kaj vse se na ekranu mora videti,

slišati, prebrati, da občinstvo prepozna, da gre za posebno celoto med televizijskimi formati, da gre za format televizijskih novic?

Po Altheidu in Snowu o formatu televizije, torej o širšem kontekstu, znotraj katerega so tudi televizijske novice, najbolj zgovorno pripovedujejo štirje elementi: specifična, ekonomična raba časa, posebna organiziranost in planiranje programa, ki ga nikoli ne sme zmanjkati, potem vizualno sporočanje/slika/grafika, s katero televizija komunicira ob ali namesto besed, tudi na primer neverbalna interakcija med govorce v studiu, in pa močne televizijske osebnosti (Altheide in Snow 1979, 36–43).

Isti elementi veljajo tudi ožje, za format televizijskih novic, kjer Altheide in Snow (1979, 79) najprej spregovorita o strukturi, in sicer naštejeta, katere kategorije novic praviloma zajame vsak pol- do enourni format: najprej nekaj minut glavnih mednarodnih agencijskih in nacionalnih novic, največji del oddaje zavzamejo zanimive lokalne zgodbe, na koncu obvezna šport in vreme, morda še uredniški komentar. Zmontirana poročila prekinjajo javljanja v živo. Nato bolj podrobno spregovorita o vsebini, s katero je napolnjena takšna struktura, ta je odvisna od virov, ki jih razdelita na uradne, institucionalne, to so nacionalni in globalni, in druge, kot so drugi lokalni mediji in novinarjevi osebni viri. Posebej poudarjata še selekcijo tem in zornih kotov novinarske obdelave ter prednosti in slabosti vsega vizualnega, slike in grafičnih pripomočkov (Altheide in Snow 1979, 89–98).

Razvoj formata televizijske dnevnoinformativne oddaje Danes bom zato v empiričnem delu diplomske naloge opazoval skozi opis, analizo in diskusijo o naslednjih osnovnih elementih:

- struktura:** gre za kategorije novic, kakšen je pomembnostni vrsti red, kaj je praviloma v ospredju kaj na koncu, dolžina poročil oziroma tematskih sklopov, kakšni so žanri, koliko poročil, vesti, vklopov v živo, kaj sporoča slika, kaj tekst;
- voditelji:** kako nastopajo, zavzeto, suvereno in sproščeno ali strogo, formalistično; so avtoritativni, pokroviteljski, vljudno prijazni, celo empatični, sočutni do gledalca, morda pretirano domači; nastopajo kot močne osebnosti, ki sporočajo svoja mnenja in komentirajo ali so nevtralni posredniki novic; kako komunicirajo s kamero, sovoditelji, gosti, koliko gestikulacije si privoščijo, kaj pripoveduje njihova govorica telesa;

- studio**: kot vsakokrat drugačen vizualni vtis, torej kakšen je prostor, od koder »prihaja« oddaja do gledalca, kakšno je studijsko pohištvo, pomagala za voditelja, kako se ta v njem počuti, ga uporablja, kje so v njem gostje;
- grafični in zvokovni pripomočki**: kakšne so barvne kombinacije, grafične oznake za napovednike tem, kako so teme z njimi ločene, povezane, sotvorbe oziroma grafike v napovedih voditeljev, grafika v poročilih, zvočna ločila (Altheide in Snow 1979, 89–98).

Glavno raziskovalno vprašanje diplomskega dela je: *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes razvijal od začetka oddajanja Planet TV do sredine 2016?*

Glavno raziskovalno vprašanje bom razčlenil skozi štiri prizme, ki jih podrobneje razdelam v nadaljevanju poglavja, in sicer strukutra oddaje, voditelj dnevnoinformativne oddaje, televizijski studio ter televizijska grafika, špice, napovedniki in zvok.

3.1 STRUKTURA

»Hitro menjajoči se kadri, izjemno kratki zvočni posnetki, vpleteni v pripovedni tok, akcijski naslovi in lepo oblikovane grafike, polne podatkov, so zelo dobra metoda. Ne glede na to, kako dober vtis takšna celota naredi na šefa ali novinarske kolege, pa vse skupaj nima nobenega pomena, če obstaja še tako majhna verjetnost, da prikazanega gledalec ne razume« (Yorke 1995, 177).

Televizijske novice, ugotavlja Yorke (1995, 174–178), morajo pri gledalcih vzbujati takšno zanimanje, da ne preklopijo na drug program, njihova struktura pa mora biti takšna, da najprej pred ekran pripeljejo čim več gledalcev, nato pa jih tam tudi zadržijo, torej naj bo struktura novic na ekranu zanimiva in takšna, da zbuja radovednost tudi takrat, kadar posamična vsebina ne zadovolji vsakega gledalca.

3.1.1 Kategorije novic

Osnovna forma v strukturi televizijskih novic so krajša poročila s slikovno in tekstovno informacijo, predstavljeno v pripovedni naraciji s kronološko zaporednim začetkom, sredino in koncem (Altheide 1987, 69), kot omenjeno zgoraj, so grupirani v segmente, ločene po tematikah ali geografski bližini, sledita jim šport in vreme, med poročili so vklopi v živo iz terena (Altheide in Snow 1979, 79). Televizijske novice so sestavljanka dneva po različnih uredniških presojah in selekcijah, med glavnimi kriteriji pa prevladuje slikovni in pomembnostni vrstni red. »Uredniki televizijskih novic se raje osredotočijo na to, da ustvarijo programe, ki jim gledalci lahko sledijo« (Yorke 1995, 177). Zato zgodbe razporejajo v manjše skupine, ki so pomensko povezane med seboj. Yorke poudarja, da mora biti zgradba programa postavljena tako, da ustvarjalci majhne sekvence dogodkov povežejo glede na njihovo vsebino, geografsko bližino ali oboje (prav tam).

Kategorije novic znotraj oddaje niso nove, televizija jih je povzela iz časopisov, iz rubrik in tematsko ločenih strani, zato se sama selekcija novic od začetkov informativnih televizijskih oddaj ni bistveno spremenila (Luthar 1998, 15). Proces kategorizacije je pomembno dejanje v osmišljanju, sestavljanju dogodkov v povezano celoto. »Kategorizacija ustvarja konceptualno omrežje, v katerem so lahko 'surovi' dogodki nemudoma locirani in tako vstavljeni v znan niz konceptualnih odnosov« (Fiske 1987, 287). »Kategorije so akterji normalizacije« (Fiske 2004, 156). Lutharjeva dodaja, da ustvarjalci novic dogodke umeščajo v vnaprej znane kategorije tako, da imajo gledalci občutek, da je »ves svet ena sama zgodba« (Luthar 1998, 18). S povezovanjem v resnici popolnoma ločenih novic voditelji vzdržujejo iluzijo narativne povezanosti med popolnoma različnimi področji realnosti (prav tam). Tematike v oddaji si sledijo po znanem zaporedju uveljavljenih kategorij, od najpomembnejših dogodkov domače in zunanje politike do lokalnih zgodb in kriminala ter športa in sveta zabave in slavnih (Luthar 1998, 31).

3.1.2 Čas, tempo, ritem

Medtem ko kategorizacija televizijskih novic ni čisto prava novost tega medija pa se je v primerjavi s predhodnimi množičnimi mediji, kot sta časopis in radio, pomembno spremenila dinamika novic. Prav čas, še eden od elementov televizijske slovnice, ima

v okviru strukture pomembno vlogo pri vzdrževanju zanimanja pri gledalcih (Luthar 1998, 15). Dolžina televizijskih oddaj je časovno omejena, zato je pomembno, da je prav vsaka sekunda uporabljena kar se da pametno in gledalcu privlačno (Altheide in Snow 1979; Yorke 1995). Televizijski ustvarjalci imajo manj časa za besede kot ustvarjalci časopisov, televizijski čas pa ne sledi času resničnega sveta, kot z rednim poročanjem točne ure počne radijski program, ampak ustvari svojo resničnost s svojim tempom in ritmom (Altheide in Snow 1979, 25). »Zgodbe, ki so že na začetku dobro izbrane in kasneje skrbno ubesedene in oblikovane tako, da jasno in s preprostim jezikom predstavijo najpomembnejša dejstva, so popolnoma zmožne prenesti sporočilo, pa čeprav v kratkem času, kolikor je poročilo dolgo« (Yorke 1995, 177).

3.1.3 Žanri

Televizijsko poročilo je sestavljeno iz napovedi voditelja, ki mu sledi brano besedilo novinarja, vizualizirano oziroma pokrito s sliko in/ali grafiko, ter prekinjeno s tonskimi izseki, to so izjave akterjev in drugih relevantnih deležnikov. Včasih je poročilu dodan tudi raport novinarja na kraju dogajanja, na terenu, kot potrditev verodostojnosti in vira informacij. Poročilo je povezano v dramaturški lok, ki pri gledalcu vzbuja občutek celostne informacije, zelo redko je sestavljeno brez izjav, le iz branega besedila novinarja. Napoved voditelj prebere v kamero, lahko je delno pokrita s sliko, v tistem delu, kjer slike ni, pa voditelja spremlja tako imenovana sotvorba oziroma grafika. Občasno voditelj televizijskemu poročilu doda še odpoved (Laban 2007, 106–107).

Televizijsko poročilo načeloma »ne vsebuje komentarjev, mnenj in stališč novinarja,« pravi Labanova, a hkrati ugotavlja, da vendarle ni vedno tako. Ti komentarji, mnenja in stališča so občasno lahko opazni že v napovedih in sotvorbi (ko sta na zaslonu hkrati vidna voditelj in grafika) ali v odpovedi. Tudi komentarji novinarja se velikokrat pojavijo, in sicer v vseh delih njegovega poročila (Laban 2007, 109).

Druga najpogostejša oblika predstavitve novic je televizijska vest, ki je krajša od poročila, gre za besedilo, ki ga prebere voditelj, prebrano je v kamero in pokrito s sliko ali s sotvorbami (Laban 2007, 99). Televizijski vesti lahko sledita televizijska izjava ali televizijska anketa. Izjava je tonski izsek, odlomek iz odgovora relevantnih oseb,

anketa je žanr, ko novinar za mnenje sprašuje naključne ali izbrane sogovornike (Laban 2007, 119–123).

V dnevnoinformativnih oddajah se pojavljajo tudi »vklopi v živo« oziroma javljanja s terena. Voditelj se pogovarja z gosti ali novinarjem na terenu. Gre za neposredno javljanje v studio, ker je zmanjkalo časa za pripravo poročila ali pa je dogajanje še v teku. Takšna oblika še posebej izpostavi neposrednost televizijskih novic (Laban 2007, 86). Tudi tu se uporabijo vizualizacija, slika, grafika, sotrvoje. Novinar lahko opravi intervju v živo ali pa gosta neposredno sprašuje voditelj.

Labanova televizijskim žanrom doda še televizijski pregledni prispevek, katerega naloga je gledalcu čim bolj enostavno predstaviti ozadje, vzroke in posledice obravnavanega dogodka, novinar pa uporablja tudi prvine analize in komentarja (Laban 2007, 135).

Prvo raziskovalno vprašanje je: *Kako se je format dnevoinformativne oddaje reartikuliral skozi prizmo njene strukture?*

V analizi strukture oddaje me bo torej zanimalo, kakšni so vsebinski sklopi in razporeditev rubrik, kateri novinarski žanri so bili uporabljeni, kakšen je bil termin oddaje in kakšna je bila njena dolžina. Analiziral bom tudi prehode, s katerimi se ohranja povezanost med tematskimi sklopi.

3.2 VODITELJ, VODITELJICA

Voditelji so blagovna znamka, ki nosi odgovornost za uspeh ali neuspeh, so »zaščitni znak vsake oddaje /.../ s svojim stilom, tempom in načinom govora, pisanja, vedenja in oblačenja odločujoče zaznamujejo vsako dnevnoinformativno oddajo« (Perovič in Šipek 1998, 96). Njuno trditev podpre tudi Lutharjeva, ki pravi, da je voditelj »načrtno konstruiran kot nacionalna persona, poštenjak in profesionalc/ka, ki mu/ji gre zaupati in je vir verodostojnosti, resničnosti in avtentičnosti novic« (Luthar 1998, 7). Gledalcu pri razumevanju novic odločilno pomaga prav voditelj, ki ima ključno nalogo pri interpretaciji povedanega in prikazanega v poročilih. Nastopa v dvojni vlogi – kot 'naš človek' na strani gledalca in objektivni nevtralni profesionalc (Laban 2007, 25).

Poleg poznavanja širšega kroga tem, vsaj tistih, ki jih predstavlja v trenutni oddaji, mora biti voditelj prijetnega videza, imeti mora jasno in pravilno dikcijo. /.../ znati mora skomunicirati smisel informacij, prepričati gledalce, da ve, o čem govori, paziti, da oddaja teče gladko ter vzpostaviti in obdržati stik z gledalci. Izpustiti mora jezne in živčne kretnje, se lepo in umirjeno držati tudi takrat, ko govori o najbolj dramatičnem ali ko se zgodi kaj nepredvidenega (Letica 2003, 322).

Idealen voditelj je močna osebnost, kredibilna avtoriteta, jasen, profesionalen a tudi človeško topel in teamski sodelavec. Imeti mora dober glas in prijetno ali posebno zunanost ter solidno psihofizično kondicijo (Perovič in Šipek 1998, 96–98). Voditelj torej zapleteno vsebino suvereno abstrahira v jasno zgodbo, kot gostitelj pa si lažje privošči več komentiranja in osebne note, kar je celo zaželeno. Voditelju, ki daje pravi vtis – na račun svoje podobe in komunikacije – bodo gledalci bolj zaupali kot dejansko bolj kompetentnemu, če slednji vizualno ne daje pravega vtisa (Laban 2007, 25–28).

»Voditelji dnevnoinformativnih oddaj, tako tujih kot slovenskih, se danes izpostavljajo kot osrednje subjektivne osebnosti s svojim mnenjem, duhovičenjem in smehom, kar je še posebej očitno na komercialni televiziji« (Laban 2007, 25). Voditeljev kramljajoči diskurz je pripeljal do tega, da je za gledalce zabavnih vsebin informiranje postalo drugotnega pomena, glavna naloga novic pa je postala moralna sodba o svetu. Ustvarjalci dogodke predstavljajo v obliki osebne izkušnje, tako imenovanega zdravega razuma, manj je novic o politiki in družbi, zamenjale so jih zabavne novice (Luthar 1998, 7–8). »Približevanje javne televizije komercialni je opazno predvsem v spremembi stila in načina upovedovanja informacij: uvedba voditeljskih parov, pomenkovanje, voditelji kot zvezdniki, dramaturške tehnike pripovedovanja zgodb v dnevnoinformativnih oddajah, večje vključevanje mnenj 'ljudi z ulice' v novinarska besedila kot dokaz, da oddaje bolj skrbijo za možnost identifikacije občinstva« (Brants v Laban 2007, 25). Voditelji so zato, da postanejo zvezde, in torej kapital za televizijsko postajo, predstavljeni kot »vsevedni tehnološko kompetentni superprofesionalci in vsestranski modreci,« hkrati pa kot »'navadni ljudje,' ki delajo za nas« (Luthar 1998, 11). Voditelj je most do realnosti, garancija resnice, ustvarja vzorec verodostojnosti interpretacije, je institucija, predstavnik novic, blagovna znamka televizijske hiše, nacionalna figura, zastopnik interesa navadnih ljudi (Luthar 1998, 19). Lutharjeva tako pravi, da sicer voditelj res zbuja zaupanje in daje vtis

poštenega človeka, toda to je del načrtnega konstrukta, ki naj voditelje prikaže kot vsevedne, nepristranske in superprofesionalne (prav tam).

Voditelji televizijskih novic s pridom uporabljajo najbolj klasične filmske izrazne možnosti, kot sta direktni pogled v kamero in veliki plan studijske kamere. Neposredni očesni stik in bližnji obraz čez pol ekrana sta tehniki, s katerima je voditelj vedno v središču pozornosti, obenem pa se med njim in gledalcem vzpostavlja občutek zaupnosti, domačnosti, prijateljstva (Hartley 1992, 76–77).

»Voditelj (so)oblikuje vse prvine dnevnoinformativne oddaje, zato je postavljen kot avtoriteta, ki odobrava in priznava verodostojnost podobam sveta, ki jih reprezentirajo v svojih besedilih, ter z napovedmi, odpovedmi, medklici in komentarji sestavlja in predstavlja svojo ideološko podobo sveta,« Labanova povzema Butlerja (Laban 2007, 35). Ko voditelj v studiu intervjuva posameznika, mu postavlja vprašanja, v katerih naj bi odsevale skrbi občinstva, sprašuje tisto, kar bi gosta lahko vprašal vsak informiran gledalec, zato je voditelj zveza med domačim svetom gledalca in javnimi svetovi, ki jih predstavljajo dogodki v novicah. S tem voditelj daje občutek, da ljudi na javnih funkcijah nadzoruje v našem imenu (Luthar 1998, 22). »Strategija spraševanja v imenu navadnih ljudi omogoča gledalcem lažjo identifikacijo z voditeljem, saj ta postavlja vprašanja, ki bi jih 'mi' zastavili javnim osebam, če bi to le lahko storili« (Luthar 1998, 22).

Voditelj povezuje vsebinsko ločene novice tako, da zgladi prehode na nove teme, ne samo v tekstu, torej narativno, ampak tudi z glasom in mimiko najavlja naslednjo in drugačno zgodbo od prejšnje (Laban 2007, 31). Povezanost novic naj bi bila najbolj učinkovita pri vodenju v paru, ker si voditelja lahko ves čas razdeljujeta in izmenjujeta vlogi napovedovalcev od serioznih do mehkejših tem, prehodi med novicami v dvoje so lažji (Laban 2007, 29). »Najboljši voditeljski pari so sposobni dajati vtis, da ne glede na to, kako se njuna individualna sloga razlikujeta, še vedno dobro delujeta kot tim, vsak član tega tima pa kaže iskreno zanimanje za to, kar pravi sovoditelj« (Yorke 1995, 229). Voditelja si besedo predajata, se tikata in kličeta po imenih, domač je tudi odnos med osrednjim/a voditeljem/a do voditeljev športa, vremena, rubrik. Njihov klepet vzdržuje dramaturgijo oddaje, krepi občutek, da gre za zaokroženo celoto (prav tam). Labanova (2007, 57) navaja Thompsona, ko pravi, da velja uporaba voditeljskega para »za bolj prijazen stil upovedovanja televizijskih dogodkov, medtem

ko en voditelj konotira bolj avtoritativen stil vodenja televizijske dnevnoinformativne oddaje.«

Voditelji vremena imajo samo formalno gledano manjšo težo kot voditelji novičarskega dela oddaje, sicer pa so enako pomembni za uspeh oddaje, saj vremenska napoved zanima čisto vse gledalce. Čeprav so na ekranu prisotni bistveno manj časa, si jih gledalci zelo zapomnijo (Perovič in Šipek, 1998, 99). Zaradi praviloma precej bolj osebnega stila vodenja je vremenska napoved najbolj razvedrilna rubrika v novičarski oddaji, vseeno pa slovenska javna televizija dosledno vztraja pri profesionalnih meteorologih, zaposlenih na Agenciji za okolje. Komercialni televiziji, tako POP TV kot Planet TV, pa voditelje in voditeljice vremena izbirata na avdiciji, po kriteriju dobrega videza in zgovornosti, voditelji »morajo zato biti privlačni in prijetni, hkrati pa tudi verodostojni« (Perovič in Šipek, 1998, 98).

»Voditelji športnih poročil morajo imeti enake sposobnosti kot voditelji dnevnoinformativnih oddaj« (Perovič in Šipek, 1998, 98). Pogosto so to prekaljeni športni novinarji, tudi nekdanji športniki. Športne novice še posebej pozorno zanimajo ožjo skupino navdušencev, na primer navijače, ki so zato toliko bolj zahtevno in strokovno podkovano občinstvo (prav tam).

V tem kontekstu postavljam **drugo raziskovalno vprašanje**: *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes reartikuliral skozi prizmo voditelja oziroma voditeljice?*

V analizi bom podrobneje ugotavljal, koliko voditeljev naštejemo pri vsaki od treh postavitev Danes, kakšen je njihov voditeljski stil, ali so v paru ali posamezniki. Opisal bom, v kakšnem odnosu so z voditelji vremena in športa in kako si predajajo besedo.

3.3 STUDIO

»Podroben ogled skoraj vsake dnevnoinformativne oddaje bo pokazal, kako malo časa je dejansko preživetega v studiu v primerjavi s časom, namenjenem sliki« (Yorke 1995, 206). Kljub temu pa je ravno podoba studia, iz katerega voditelj naslavlja novice na gledalca, ključ do hitre identifikacije, katero televizijo gledamo. Studio je vizualno,

fizično in prostorsko središče vsakih televizijskih novic, televizijske programe med seboj najlažje ločimo prav po studiu, najbolj prepoznavna je podoba voditelja med branjem novic v studiu (Perovič in Šipek 1998, 152). Studijska oprema je v principu vedno enaka, ko govorimo o uporabi različnega števila kamer, pravilih kadriranja in osvetljave, vendar še kako različna v scenografiji. »Kljub temu mora biti produkciji studia namenjena posebna pozornost, saj se identiteta programa v veliki meri odraža prav na prezentaciji elementov, ki so narejeni v studiu« (Yorke 1995, 206). Studijski prostor in pohištvo se razlikujeta od televizijske postaje do postaje. Del prostora je namenjen voditelju na fiksni ali premični poziciji, za njim ali okoli njega pa so scenski elementi, ki so »lahko realni, dejanski prostori redakcije, lahko pa so scenski elementi, ki nakazujejo svet, mesto, režijo ali redakcijo« (Perovič in Šipek 1998, 152). Scenografija je praviloma fizična, včasih pa tudi virtualna, ki daje vtis resnične scene, z izjemo prave voditeljske mize, ki velja kot osnovni studijski element. V studiu imamo praviloma več zaslonov in/ali video steno. Manjši zasloni so namenjeni logotipu televizijske postaje, veliki zasloni pa so v funkciji ozadja z mirujočo ali animirano sliko, ki najbolj neposredno napoveduje naslednjo zgodbo v oddaji. Video stena je namenjena tudi razlagi z infografiko, ki jo opravi voditelj ali novinar – ekspert (Perovič in Šipek 1998, 152–153).

Lutharjeva povzema Zettla, ki pravi, da je televizijski prostor pri novicah razdeljen na »prostor 1. reda,« kjer se nahaja voditelj, in »prostor 2. reda,« kjer stoji reporter, ki komunicira z voditeljem (Luthar 1998, 25). S tem ko televizijske postaje televizijski ekran razdelijo na dva dela, postane prvi prostor še bolj realističen, drugi pa pomeni razširitev scene z voditeljem v aktualni življenjski prostor (prav tam). Po Fiskeju je studio prvi prostor ukleščenja gledalca, druga, ki gledalca ukleščita, sta voditelj ali novinar na terenu, tretja stopnja ukleščanja pa so poročila, izjave akterjev, posnetki, torej deli resničnosti (Fiske 1987, 288). Prav poseben kader ukleščanja pa je splošni kader, ki prikazuje ves studio s snemalci in kamerami vred, ali pa ob njem celo še desk, redakcijo. Televizijske novice oziroma format novic prepoznamo prav po splošnem kadru, ki ima »v televizijskem novinarstvu funkcijo vpeljevanja gledalcev v središče dogajanja« (Lury v Laban 2007, 38). Ta se skozi oddajo večkrat ponovi, z njim se oddaja začneja ali konča, je v vlogi ločila med tematskimi bloki, uporablja se pri kramljanju voditeljev med prehodi v druge rubrike (Laban 2007, 37). »Uporablja se tudi kot ponavljajoči vizualni motiv, ki dnevnoinformativni oddaji zagotavlja

strukturo in tempo, saj gledalca informira, da se je prejšnja sekvenca zaključila ali da je oglasnega bloka konec« (Laban 2007, 38).

»Najpogosteje uporabljeni tehniki snemanja sta še vedno bližnji in srednji plan, ki gledalca postavi v intimen, udoben odnos z osebami na ekranu« (Fiske 1987, 7). Prevedeno v prakso to pomeni, da na ekranu poleg obraza vidimo tudi voditeljeva ramena in roke, obenem je torej voditelj blizu, a še vedno dovolj daleč, da ne sproža neugodja, hkrati pa je na ekranu še vedno dovolj prostora za grafične sotvorbe, torej vizualne napovednike novic ob voditelju.

Osvetljava studia je posebnega pomena, glavna naloga studijskih luči je »zagotoviti, da bo v prostoru enakomerna svetloba in kar se da zmanjšati možnost, da bi bili voditelji in drugi ljudje v studiu osvetljeni neugodno« (Yorke 1995, 208). O profesionalni brezhibni osvetljenosti v vsakem trenutku in kjerkoli v studiu, z vseh strani in brez senc pišeta tudi Perovič in Šipkova, luč in ličilo po njunem odpravljata prevelike razlike v barvi kože (Perovič in Šipek, 1998, 152).

Na podlagi zgornje razprave postavljam **tretje raziskovalno vprašanje:** *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes reartikuliral skozi sprememinjanje televizijskega studia?*

V analizi bom opisal vsakokratni studijski prostor, kako je sestavljen oziroma razdeljen na več prizorišč z različnimi funkcijami, predstavil bom studijsko pohištvo in scenografijo ter tipične kadre oziroma vsakokrat drugačno kadriranje studijskega prostora.

3.4 GRAFIKA, ŠPICE, NAPOVEDNIKI IN ZVOK

3.4.1 Grafika

Pomnjenje gledalca je boljše, če novinarsko besedilo poleg besed vsebuje tudi podobe in informativno grafiko, torej infografiko (Lester v Laban 2007, 43). »V današnjem prevladujoče vizualnem svetu so prav podobe in grafike tiste, ki pomagajo razložiti nekatera dejstva, ki so jih v preteklosti opisovali le besedno« (Laban 2007, 43).

Altheide (1987, 70) poudarja vizualni kriterij, torej ne samo na terenu posneto in potem v poročilu obdelano sliko, ampak tudi nujno potrebno grafično podporo. Grafika je »glavna opora televizijskega novinarstva ter služi predvsem za predstavitev in razlago določenih prvin zgodbe« (Foote in Saunders v Laban 2007, 44). »Zapletene informacije, ki jih je bilo z besedami težko predstaviti občinstvu, lahko televizijski novinarji zdaj nazorno in pregledno razložijo gledalcem s pomočjo tridimenzionalne grafike – grafi, zemljevidi in diagrami lahko razjasnijo temo in v trenutku pojasnijo tisto, kar bi sicer razlagali več minut« (Boyd v Laban 2007, 44).

In prav z grafikami so se televizijske novice pri razlagi zapletenih zgodb in podatkov uspele postaviti na enako stopnjo kot časopisi.

Zemljevidi pripomorejo h takojšnji identifikaciji geografskih lokacij; diagrami in tabele omogočajo, da športne rezultate lažje in hitreje razumejo do potankosti kot če bi jih bral voditelj sam; proračunski predlogi, glavni izvlečki uradnih poročil, podrobni urniki dogodkov, rast in padci obrestnih mer ter borzne številke z dodatkom ilustracije postanejo bolj prebavljive. Vtis, ki se ustvari v mislih gledalca, ki od novic pričakuje, da prikažejo enako visoko produkcijsko vrednost, je tako pomemben kot program, nanizan okoli njih, in grafike urednikom omogočajo izvrstne priložnosti za spremembe ritma in pestrosti (Yorke 1995, 66).

Izpisovanje poudarkov na ekranu ali računalniška animacija sta še posebej dragoceno orodje, kadar novinar nima na voljo ustrezne slikovne podlage, recimo če gre za pretekle in vizualno nezabeležene dogodke ali pa se je nekaj zgodilo prepozno glede na termin oddaje, da bi pridobil sveže posnetke. Včasih je slikovni material preprosto dolgočasen. Gledalci si podatke, atraktivne prav zaradi grafične udarnosti in zgovornosti, včasih celo bolj zapomnijo kot besedilo v off-u (Morse v Laban 2007, 44). Za povrhu ima v slovenski kulturi pisana beseda višji status kot govorjena, zato grafično izpisovanje besedilu podeli višji status, s takšno vizualizacijo dogodek celo preseže lastno realnost, je kredibilen in avtentičen sam po sebi. Uporaba grafičnih izpisov in vizualij krepi občutek objektivnega in transparentnega pogleda na realnost (Luthar, 1998, 17–21).

Vseeno pa je obseg podatkov, ki jih prenese televizijska grafika, relativno omejen. Tekstovni in številski izpisi morajo biti racionalni, preveč podatkov namesto razumljivosti ustvari podatkovni kaos in prenasičenost, zato naj bodo znaki, črke in

številke raje večji kot manjši, kar že samo po sebi napeljuje na pravilo manj podatkov, več informiranosti. Podlage za grafike, v katere se vnesejo podatki, so vnaprej pripravljene, standardizirane sheme, kar je nujno zaradi časovnega pritiska. Na ekranu so nekaj sekund, zato sta enostavnost in čitljivost toliko bolj pomembni, grafike se morejo izpisovati ali izrisovati skladno z novinarjevim besedilom (Yorke 1995, 66).

Najbolj pogoste grafike so sotrborbe. Sotrborba sta grafika v obliki prirejene fotografije, fotomontaže in kratek tekst, ki spremljata voditeljevo napoved. Gre za nekakšne etikete, ki uvajajo zgodbo, predstavljajo očitno ponarejeno podobo, ki združuje resnični prostor z voditeljem in grafični prostor s fotografijo, skico, naslovom (Lury v Laban, 2007, 48). »Sotrborbe večinoma vizualno nakazujejo spremembo teme in tako voditelju pomagajo pri verbalni vpeljavi nove teme, hkrati pa predlagajo njeno interpretacijo« (Laban, 2007, 49). »Fotomontaže« torej spremljajo ključna beseda, povzetek bistva ali komentar akterja v novici (prav tam), vendar pa te besede ne smejo biti nepotrebne in podcenjujoče do gledalca, prav tako pa ne preveč abstraktne, nepovezane z zgodbo (Yorke 1995, 72–74).

3.4.2 Špice, napovedniki in zvok

Del vsake dnevnoinformativne oddaje so špice in napovedniki, pomembno vlogo pa ima poleg slike tudi zvok. Labanova (2007, 53) navaja več teoretikov, ko pravi, da je glavni nosilec informacij in pomenov na televiziji pravzaprav prav zvok, še več, ob navajanju Ellisa doda, da je zvok najpomembnejše sredstvo za zagotavljanje neprekinjene pozornosti gledalca. »Zvok ima prav tak ali še večji vpliv na gledalca kot slika in je vsaj tako dober, če ne boljši prenašalec televizijskih pomenov kot slika« (Butler v Laban 2007, 53). Vseeno pa je treba na televiziji upoštevati tudi sliko, zato je smiselnost zvoka »vedno odvisna od razumevanja odnosa med tem, kar slišimo, in tem, kar vidimo na zaslonu« (Lury v Laban 2007, 53).

Zvok spremlja tudi uvodne in zaključne sekvence, špice, ki so neke vrste oglasi za oddajo, ki se ravnokar začne ali končuje. Špica ima »visoko stopnjo avtonomije, saj je ponovljena vsakič, ko je na sporedu določen programski format, in navadno predstavlja generalizirano pojmovanje formata, ki ga oglašuje« (Ellis v Laban 2007, 55). Vizualno so uvodne špice pogosto predstavljene grafično, z računalniško grafiko »v hitro premikajočih se sintagmah, ki poudarjajo visoko tehnološko razvitost in

sodobnost,« nemalokrat pa se zaključijo s preходом v splošni plan notranjosti studia, ki ga lahko spremlja tudi glasovna identifikacija voditelja ali voditeljskega para (Laban 2007, 56–57). Zaključne špice pa prav tako vsebujejo sliko studia s kamerami in pa voditelja, ki pospravlja papirje, ali pa se sprehodi iz studia. Prav tako so lahko opremljene z logotipom iztekajoče se oddaje ter izpisom imen ustvarjalcev oddaje in datuma (Laban 2007, 56). »Vsaka uvodna ali zaključna sekvenca televizijske dnevnoinformativne oddaje uvaja namišljen status oddaje kot pomembne in avtoritativne, hkrati pa ustvarja prepoznavno blagovno znamko, drugačno od konkurenčnih televizijskih postaj« (Bignell v Laban 2007, 58).

Labanova navaja Allana (2007, 56), ko pravi, da uvodne sekvence poudarjajo »prekinitev toka televizijskega programa, neposrednost, definiranje časa in prostora, obsežnost ter profesionalnost.« Za uvodne špice je tako značilna glasna glasba, ki se stopnjuje v svoji dramatičnosti, medtem ko glasba zaključne špice »ni tako dramatična kot v uvodni, ampak napeljuje k nikoli končanemu novinarskemu delu« (Laban 2007, 56).

K uvodni sekvenci so navadno dodani tudi napovedniki, kratki povzetki najpomembnejših ali najzanimivejših vsebin prihajajoče oddaje. To je neke vrste »televizijski naslov, ki poimenuje, napoveduje in pritegne, saj je njegova glavna funkcija povabilo gledalcem h gledanju oddaje« (Laban 2007, 58). Med samo oddajo, zlasti pred vmesnim oglasnim blokom, se lahko pojavi tudi vmesni napovednik, vabilnik, ki ga lahko spremlja glasba, v njem pa voditelj napove vsebino nadaljevanja oddaje in jih tako skuša prepričati, da med oglasnim blokom ne preklopijo na drugi program (Laban 2007, 59).

Med dnevnoinformativno oddajo ali pa tik pred njenim koncem, se lahko pojavi tudi tako imenovana najava. Ta gledalce informira o drugih, prihajajočih informativnih oddajah (Laban 2007, 59–60).

Na tej podlagi postavljam **četrto raziskovalno vprašanje:** *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes reartikuliral skozi uporabo grafike, špic, napovednikov in zvoka?*

V analizi bom predstavil uvodne in zaključne špice, ločevalnike med tematskimi bloki novic in ločevalnike med sklopi znotraj oddaje (novice, šport, vreme), opisal bom uvodne in vmesne napovednike. Posebno pozornost bom namenil sotvorbam v napovedih poročil in uporabi grafike znotraj novinarjevega poročila.

Potem ko sem seciral gradnike televizijskega novičarskega formata, bom v nadaljevanju podal historiat televizijskega novinarstva na Slovenskem pred oddajo Danes in opredelil metodologijo razvoja formata oddaje. Sledila bo empirična raziskava skozi opis osnovnih elementov, kot jih opredeljujeta Altheide in Snow, združene v pet skupin oziroma predmetov opazovanja: struktura, voditelji, studio, grafike in špice, napovedniki in zvoki.

4 RAZVOJ TELEVIZIJSKIH INFORMATIVNIH FORMATOV NA SLOVENSKEM

Glede na glavni raziskovalni problem te naloge, razvoj formata Danes, po datumu nastanka zadnje informativne oddaje na slovenskih televizijah, je nujno predstaviti predzgodovino: kako so se formati televizijskih novic na Slovenskem razvijali in nastajali – od poskusa prvih novic v etru pred skoraj 60 leti do prvega rednega oddajanja pred skoraj 50 leti.

Prvo eksperimentalno televizijsko predvajanje v svetu se je začelo v 20-ih letih prejšnjega stoletja v Združenih državah Amerike, v takratni Sovjetski zvezi, na Madžarskem in v Nemčiji (McQueen v Laban 2007, 21). Razvoj tehnologije je nato potreboval 30 let, preden so televizijske postaje dejansko začele redno oddajati program, vmes se je zgodila 2. svetovna vojna, države so se morale ponovno postaviti na noge, potrebna sta bila razvoj nove infrastrukture za prenos signala in dvig življenjskega standarda za nakup aparata. Sredi petdesetih, deset let po koncu 2. svetovne vojne, so prvi javni zavodi razvitejših zahodnih držav že ustvarjali nacionalne televizijske novice (Merljak Zdovc 2007, 143). Socialistična Jugoslavija ni sledila Zahodu, v petdesetih letih so se televizijski centri Ljubljana, Zagreb, Beograd najprej razvijali ločeno.

4.1 Prve televizijske novice v Jugoslaviji in spor za novice v slovenščini

Slovenska republiška vlada je sicer že leta 1950 v Pariz na francosko državno televizijo po izkušnje in nakup opreme poslala dva inženirja (Perovšek v Merljak Zdovc 2007, 148), vendar pa slovenski televizijski program prvič stopi v eter šele decembra 1957, ko je bil v Ljubljani mednarodni sejem elektronike. To je bil prvi kontinuiran javni poskusni prenos, izveden s sposojeno studijsko tehniko, v improviziranem studiu v Festivalni dvorani (Merljak Zdovc 2007, 147–148). Program je bil za prvi poskus zelo široko zastavljen, »poročila, reportaže, razvedrilne, glasbene, športne, kulturne, izobraževalne in mladinske oddaje« (Pohar in Bergant v Merljak Zdovc 2007, 148). Po formatu je šlo za zametek mnogo kasnejše javne televizije po

principu za vsakogar nekaj, torej zajeti čim več vsebin, ki nagovarjajo različne skupine gledalcev. Pravi, vendar še zdaleč ne samostojni začetek Televizije Ljubljana, je leto kasneje, leta 1958, s tehnično povezavo med tremi republiški prestolnicami, ki postavijo vsaka svoj televizijski center ampak oddajajo skupni program iz treh studiev, sprva samo ob koncu tedna. Sestavijo ga tako, da Ljubljana in Zagreb pripravljata po 30 odstotkov, Beograd pa 40 odstotkov programa, Beograd pa je edini, ki pripravlja informativno oddajo, in sicer v srbskem jeziku (Merljak Zdovc 2007, 148). Glede na zgodovinski čas in razvoj Jugoslavije je šlo za arhaičen in tog format državne televizije, kjer je bil program, še posebej novice, sestavljen v skladu z vladajočo ideologijo in politiko poveličevanja in nedotakljivosti dosežkov komunističnega režima.

Nakup televizijskega aparata je v šestdesetih letih sicer še vedno celo premoženje, vseeno pa številka gospodinjev s televizorji hitro raste, kar pospeši potrebo po informativni oddaji v slovenščini. Program se takrat že predvaja vsakodnevno, vendar so lahko »gledalci pred približno 150.000 sprejemniki na Slovenskem zvečer spremljali zgolj poročila TV Beograd. V njih so bile vsebine iz Slovenije redke, /.../ predvsem s športnega in kulturnega področja. Od sredine leta 1966 se je med Ljubljano in Beogradom bil boj o tem, ali naj slovenski gledalci dobijo informativno oddajo v svojem jeziku« (Merljak Zdovc 2007, 149). Kulturno ideološki spopad je leta 1968 z ultimatom presekala predsednik takratne republiške vlade, gospodarski reformator Stane Kavčič, boter prve slovenske avtoceste Ljubljana – Postojna in Ljubljanske banke. Tedenski TV Obzornik, oddaja v slovenščini o dogajanju v Sloveniji, ki se je predvajala po vsej Jugoslaviji, je bil na Televiziji Ljubljana prestavljen v vsakodnevni termin Dnevnika, kot prej omenjeno, v izključni produkciji beograjskega centra in v srbskem jeziku (Merljak Zdovc 2007, 149). O še vedno zelo amaterskem in nič kaj televizičnem formatu novic izvemo naslednje: »Ta je bil sprva bolj radijski kot televizijski, vendar ga je občinstvo toplo sprejelo. Dotedanji vsebini so dodali vesti iz federacije in sveta. V nekaj mesecih so bile glavne pomanjkljivosti odpravljene. V naslednjih letih so /.../ poskrbeli za širjenje dopisniške mreže doma in v tujini« (Merljak Zdovc 2007, 149). »Prvi slovenski TV Dnevnik se je na televizijskih zaslonih pojavil 15. aprila 1968« (Laban 2007, 23) ob 20. uri, bil pa je »na moč okoren, bolj radijski kot televizijski,« brala sta ga radijska napovedovalca, včasih slike

sploh ni bilo ali pa je bila s predstavljenim dogodkom le redko povezana (Pengov v Laban 2007, 23).

4.2 Televizijske novice v socializmu

Res velike spremembe se zgodijo v desetletju kasneje, 1974 se TV Dnevnik, do takrat predvajan ob 20. uri, prestavi na legendarno uro 19.30, 1978 pa se konča še era črno-bele televizije tudi v Sloveniji, program in z njim Dnevnik postaneta barvna, vodijo ga vedno bolj profesionalni voditelji. Pustimo ob strani dejstvo, da so črno-bele televizije še vedno dominirale v slovenskih dnevnikih sobah, saj je bil barvni aparat strahovito drag in zato priljubljeno blago tihotapljenja in obveznih zdomskih nakupov ob povratku na praznike v domovino. V 80-ih letih prejšnjega stoletja tako nastaja nov format priljubljene vse manj državne in vse bolj javne dnevnoinformativne oddaje, o kateri starosta televizijskih novic na javni televiziji, novinar, voditelj in urednik Jure Pengov pravi, da so »izurjeni ter celo za novi medij izobraženi ljudje vseh poklicev začeli z navdušenjem ustvarjati bolj ležerne, manj zapete Dnevnike. /.../ Jezik in način podajanja vsebin je bil vse bolj sproščen, prvi pravi in na moč gledljivi Dnevnik so nastajali od sredine osemdesetih let naprej« (Pengov v Laban 2007, 23). Prav barvna tehnika je iz televizije naredila »sliko z zvokom« in omogočila, da televizija ni bila več »radio s sliko« (prav tam).

Demokratsko vrenje konec osemdesetih v Sloveniji, padec železne zavese v srednji in vzhodni Evropi, razpad Sovjetske zveze, razpadanje Jugoslavije, slovensko osamosvojitveno gibanje in vedno hujši spori med Ljubljano in Beogradom pa so bile dodatne zunanje okoliščine izredno zgoščenega dogajanja, zaradi katerih so televizijske novice in termin 19.30 dobili kulturni socialni status, ko pred ekranom sedi vsa družina in prek novic vzpostavlja svoj odnos do sprememb v družbi. »TV Dnevnik določa, kaj bo danes predstavljalo 'zunanjo, golo resničnost'. Poročanje o aktualnih dogodkih, ta funkcija televizijske objektivnosti, ni posredovanje obstoječe realnosti, temveč njena rekreacija, družbeni proces njene reprezentacije« (Luthar 1992, 17). Še posebej veliko družbeno vlogo v smislu združevalca naroda v najtežjih trenutkih je javna televizija odigrala v Desetdnevni vojni za Slovenijo in v mesecih zatem, a tudi kot propagandno orodje in orožje. Slovenski spopadi z JLA so bili s poročanjem ameriške CNN eno prvih televizijsko neposredno predvajanih vojnih žarišč tudi v svetovnem merilu.

4.3 Tranzicija v demokracijo zahodnega tipa in kapitalizem ter vzpon komercialne televizije

Čeprav so »mnogi menili, da je Slovenija premajhna za komercialno televizijo« (Bašić-Hrvatina in Milosavljevič 2001, 48), se je prva konkurenca javnemu servisu pojavila takoj ob menjavi družbenega sistema in ustanovitvi nove države, vseeno pa šele dobra tri desetletja po nastanku Televizije Ljubljana. Prva zasebna televizijska postaja pri nas, Kanal A v zasebni lastni poslovneža Vladimirja Poliča, je že 1991 hkrati začela oddajati tudi prvo komercialno, sicer le 15-minutno dnevnoinformativno oddajo. Kljub ambiciji ponuditi komercialne vsebine je Kanal A po formatu sledil agendi TV Dnevnika, poročanje o politiki in iz novinarskih konferenc, vendar pa z veliko TVS, obilno financirano z naročnino in iz proračuna, ni zmožal tekmovati, zato se je prvi poskus tekme s TV Dnevnikom končal že leta 1993 zaradi pomanjkanja financ in nizke gledanosti (Perovič in Šipek 1998, 89).

TV Dnevnik je tako ostal monopolist, a le do decembra 1995, ko je ameriška multinacionalka CME, lastnica medijskih družb po komercialnem lačni Vzhodni Evropi, z velikim finančnim vložkom zagnala novo komercialno televizijsko postajo POP TV, ki je že prvi dan predvajanja ponudila tudi novo dnevnoinformativno oddajo 24UR (Perovič in Šipek 1998, 89).

4.4 Spopad komercialne televizije s TVS – začetek novičarske prevlade

V začetku devetdesetih let so bile novice pri nas še »formalno strogo ločene od 'razvedrilnega' dela programa,« s prihodom oddaje 24UR na POP TV pa so postale »del popularne kulture« (Luthar 1998, 15). Takšno stanje zaznajo in to trditev podkrepijo praktično vsi komunikacijski eksperti pri nas. »Rumenost« poročanja se je v oddaji 24UR sčasoma ublažila in oddaja je postala »prva prava televizijska protiutež dnevniemu informativnemu programu TV Slovenija« (Bašić-Hrvatina in Milosavljevič 2001, 54). TV Dnevniku je oddaja 24UR hitro konkurirala tudi v gledanosti, še dodajata.

Kako je na prihod nove dnevnoinformativne oddaje reagiralo uredništvo Dnevnika, se je v dokumentarnem filmu TVS ob 35-letnici prvih novic v slovenščini – leta 2003 – spomnil tudi Jure Pengov: »Konkurenca je začela samozavestno, ob 19.30 in z lahkotnejšim pristopom ter vsebinami. To je za kratek čas zmedlo uredništvo

Dnevnika v poskus koketiranja s takim prijemom, vendar je hitro prevladalo prepričanje, da si mora gledanost zagotoviti z verodostojnostjo in s spoštovanjem vsega, kar Dnevniku nalaga status javnega medija« (Pengov v Laban 2007, 23). Po prihodu oddaje 24UR je v televizijskem žurnalizmu pri nas prišlo do treh sprememb. Spremenilo se je razmerje med vizualno in verbalno reprezentacijo, dogodke ustvarjalci zdaj narativizirajo kot poenostavljene črno-bele, dvodimenzionalne konflikte, novičarski diskurz pa prehaja od objektivnega k subjektivnemu, torej k pripovedovanju dogodkov kot človeških zgodb, kar se kaže tudi kot vse pogostejša uporaba kramljajoče govorice voditeljev (Luthar 1998, 9–10). Že leto po ustanovitvi, leta 1996, je POP TV postal najbolj gledan televizijski program v državi (PRO PLUS 2011a).

S svojim prihodom je (oddaja 24UR, op. p.) naznanila novo obdobje televizijskih informacij v Sloveniji. Z dinamičnim pristopom, prodornimi in kakovostnimi novinarskimi poročili, uigranimi voditeljskimi pari, atraktivno grafično podobo in razgibanim ter modernim studiem, ki omogoča vsebinsko bogato in najmodernejšo podajo novic, je dnevno najbolj gledana osrednja dnevno-informativna oddaja v Sloveniji (PRO PLUS 2011b).

V odgovor je TVS v začetku 1997 uvedla Odmeve, kjer so dogodki predstavljeni poglobljeno in analitično, in sicer v novem večernem pasu ob 22. uri (Merljak Zdovec 2007, 150). In spet, komaj leto zatem POP TV vrne udarec in z novo uro 19.15 spremeni in podaljša format oddaje 24UR za 15 minut, na 45 minut dolžine, predvsem pa novice začenja 15 minut pred Dnevnikom (PRO PLUS 2011a). Že jeseni 1999 je oddaja 24UR spet najbolj gledana oddaja v predvajanem terminu (24UR 2006) in TV Dnevnik je po gledanosti nikoli več ni dohitel.

4.5 Protiudarec javne televizije in še večja prevlada komercialne

Na prelomu tisočletja imamo torej v Sloveniji tri velike televizijske novičarske oddaje, dve v istem časovnem pasu, a v različnih terminih. Toda v začetku 2003 je POP TV svojo paradno oddajo podaljšal še za 15 minut in jo začel ob 19. uri (PRO PLUS 2011a). Tokrat se je TVS odzvala izjemno hitro. Ob 35. obletnici Dnevnika je aprila 2003 TVS po skoraj 30 letih drugič spremenila termin predvajanja osrednje dnevnoinformativne oddaje. Če so si jo do leta 1980 gledalci lahko ogledali ob 20. uri,

nato pa kar 23 let ob 19.30, je Dnevnik zdaj sledil 24UR-am in 19. uri (RTV SLO 2003). A ne le to, če se je nekdanji urednik Pengov pohvalil z odpornostjo TVS na apetite po kopiranju komercialke, Lutharjeva opaža nasprotno – da je po prihodu 24UR javna televizija poskušala svoj format približati komercialni in močno spremenila svoje poročanje. Začela je nedosledno posnemati komercialno konkurenco in je v svoji komunikaciji z gledalcem poljubno prehajala »od informativnega žurnalizma k tabloidnem žurnalizmu« (Luthar 1998, 7–8)¹. Labanova dodaja, da so ustvarjalci Dnevnika spremenili celoten stil in način upovedovanja informacij, da bi dosegli čim večjo možnost identifikacije občinstva (Laban 2007, 23–25). Nov način prezentacije je povzročil, da so televizijske novice dobile drugačne gledalce, tudi tiste, ki jih ne zanimajo same informacije, ampak jih privabijo dramatične, napete in zabavne zgodbe, »resnične človeške drame v novicah« (Luthar 1998, 7).

Leta 2000 je podjetje Super Plus v večinski lasti Pro Plusa, produkcijske hiše POP TV, odkupilo še 90-odstotni delež Kanala A (Hrastar 2000) in s tem je komercialna televizija dobila dodaten program, s katerim je v naslednjih letih popolnoma povozila javno TV hišo. Kanal A in POP TV sta zdaj še bolj podrobno segmentirala vsebine in si tako razdelila in razširila občinstvo. »Novinec« na sceni je imel za cilj zajeti mlade, mlajše in preprostejše gledalce – sčasoma so presodili, da lahko enako storijo tudi z novicami, saj je 24UR že zdavnaj postala etabilirana oddaja, POP TV pa nekakšna nova »nacionalka«, ki potrebuje alternativo v lastni hiši ne samo v smislu sestrške televizije, ampak tudi z drugačnimi, vendar komplementarnimi novicami.

Toda Kanal A se je v boj za gledanost v kategoriji televizijskih novic vmešal šele februarja 2007. Dnevnoinformativno oddajo Svet so postavili ob takrat neobičajni 18. uri, celo uro pred konkurentoma (PRO PLUS 2011c). Nov pristop prinaša nov novičarski format na trgu. »Prva večerna poročila slovenskih televizij,« kakor še danes v pozdravu napovedujejo voditelji te oddaje, so na medijski trg prinesla odkrito

¹ Breda Luthar v Politiki teletabloidov po nekajtedenskem opazovanju novic na POP TV in TV SLO skozi leto 1998 sklene, da se je nepreklicno zgodil prelom z dotakratnim starim novičarskim modelom zgolj posredovanja informacij in obveščanja. Nova forma so postale novice kot stilizirano razvedrilo skozi družbene in družabne situacije, obenem pa blagovni znak institucije in glavni element korporativne identitete medija, ki jih prinaša. Televizijske novice so tako kombinacija subjektivnega in objektivnega, »vedno bolj kramljajoč, družabni žanr, kjer je osrednjega pomena komunikacija ne informacija« (Luthar 1998, 10).

senzacionalističen stil poročanja oziroma kot so zapisali sami, so novice dneva prikazane »na raziskovalen, svojevrsten, izrazito neposreden in vsebinsko pester način. Nadgrajene so s številnimi javljanji novinarjev v živo« (prav tam). Dodajajo, da je oddaja s »svojevrstnim pristopom in kredibilno obravnavo tem, ki se tičejo 'našega sveta,' vsakdana 'malega človeka,' pritegnila veliko pozornost gledalcev« (PRO PLUS 2011c). Svet na Kanalu A ima tako ves čas stabilen delež čisto svojih gledalcev, ki jih druge novice drugih televizij skoraj ne zanimajo. Avtor formata oddaje Svet je bil Bojan Traven, kasnejši urednik in avtor drugega formata oddaje Danes na Planet TV.

4.6 Poraz javne televizije še v poznovečernem in popoldanskem terminu novic

Bitka televizij za gledanost informativnih oddaj je dosegla še en vrhunec spomladi 2007, ko je POP TV v terminu do takrat nedotakljivih Odmevov TVS, to je med 22.00 in 22.30, ponudila 24UR ZVEČER, sprva reciklažno novičarski, kasneje pa enako – na voditelju in temi dneva – zastavljen format večerne analitične oddaje. Največja razlika je bila v dinamičnosti, ki jo resni in počasni Odmevi niso premogli. »Informativna oddaja ponuja vsebinsko in vizualno bogat ter sodoben vpogled v dogajanje dneva. Na zgoščen in atraktiven način so podane najpomembnejše novice in zgodbe dneva, obogatene s pregledom zadnjih, najnovejših večernih domačin in tujih dogodkov« (24UR 2007). »V terminu predvajanja je bila oddaja 24UR ZVEČER najbolj gledana oddaja na slovenskih televizijah,« so že po tednu dni predvajanja zapisali na spletni strani 24UR (prav tam). Leta 2008 je POP TV s 24UR POPOLDNE udaril še po popoldanskih Poročilih na TVS ob 17. uri. »Informativna oddaja na kratek, zgoščen in dinamičen način ponuja do takrat najaktualnejše novice dneva z različnih področij življenja; politike, gospodarstva, družbe in vremensko napoved. Novinarji se s svežimi novicami javljajo v živo z različnih prizorišč po Sloveniji, aktivno sodelujejo tudi kolegi iz tujine iz vseh večjih prestolnic,« je zapisano na spletni strani 24UR (PRO PLUS 2011b).

4.7 Stanje pred prihodom Planet TV, začetek nove televizije in oddaje Danes

POP TV je format svojega paradnega konja 24UR v 21 letih prenovila trikrat, po inavguraciji 1995 v 1998, 2003 in 2008, se vmes razširila še z večernimi in popoldanskimi novicami in se že v prvih letih, po 2000 pa še posebej globoko

zasidrila na vodilni položaj televizije z najbolj gledanimi dnevnoinformativnimi oddajami. S prevzemom Kanala A in oddajo Svet je produkcijska hiša Pro Plus svoj primat še razširila in skupno gledanost informativnih oddaj povečala na obsežen info blok od 17. oziroma 18. do 20. ure plus večerna oddaja okoli 22. ure. Po več kot desetletju spopadanja s TVS, ki ji je ostalo v povprečju trikrat manj gledalcev kot jih ima POP TV, se po zadnji prenovi 24UR 2008 na področju televizijskih novic vse do 2012 ni zgodilo nič prelomnega. Po obdobju štirih let zatišja od zadnjih spopadov za gledalce novic pa se na trgu pojavi nov igralec. V boj za svoj delež občinstva je novembra 2012 vstopila oddaja Danes na novoustanovljeni televiziji Planet TV, ki je, enako kot nekoč POP TV, že prvi dan ponudila drag in produkcijsko najzahtevnejši del programa: večerne novice od ponedeljka do nedelje. Novo televizijo je ustanovila TSmedia, hčerinska družba državnega Telekoma Slovenije, ki s tem medijem ni imela izkušenj, izdaja pa drugi največji slovenski spletni portal Siol.net. Od samega začetka je veljajo, da bo v solastništvo vstopila grška zasebna medijska multinacionalka Antenna Group (STA, 2012), ki naj bi bila profesionalna, češ novinka potrebuje medijsko prekaljenega lastnika, ki lahko za povrhu zagotovi program iz svoje mreže televizij po Balkanu. Planet TV se je predstavil s tremi aduti: z Ligo prvakov in pravicami za prenos tekem UEFA, prestižnim resničnostnim šovom Paradise Hotel, posnetim na Kostariki, in informativno oddajo Danes. Tik pred premiero prve oddaje v novembru 2012 je odgovorni urednik Planet TV Rajko Gerič takole razložil »formulo« oddaje Danes: »Bomo malo sveži in hitri, gradimo na kredibilnosti in verodostojnosti in na tem, da bodo naši gledalci dobili v krajšem času paket novic iz domovine in sveta. Profilirali bomo svoje voditelje in novinarje, kakšne zadeve pa bomo izpeljali na malo drugačen način. Pri nas bodo gledalci dobili isto novico ali dogodek, a obdelan na drugačen način« (Žurnal24 2012). Pomembnost oddaje za Planet TV dokazuje tudi to, da se je nova televizija gledalcem premierno predstavila prav z Danes, katere format se je v treh letih kontinuirano reartikuliral.

5 METODE RAZISKOVANJA

5.1 Uporabnost kvalitativne metodologije za analizo razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes

V sodobnih humanističnih in družboslovnih raziskovanjih se kvalitativne metode uporabljajo za zbiranje, opis in razlago vedenjskih, doživljajskih in komunikacijskih vzorcev. »Kvalitativno raziskovanje kot sistematičen metodološki pristop k pridobivanju znanstvenih spoznanj je razmeroma nov. Zanimajo nas fenomeni, pojavi in procesi, za katere še ne vemo, kako jih kvantitativno meriti. Mnogokrat nas ne zanima toliko rezultat procesa kot dinamika vznikanja oz. »notranje« življenje opazovanega fenomena« (Kordeš in Smrdu 2015, 11). Če je cilj kvantitativnega raziskovanja statistična analiza na podlagi števil, je namen kvalitativnega raziskovanja poglobljen vpogled v problem, v mojem primeru je to vpogled v kompleksne elemente, ki najbolj zgovorno prikažejo formate oddaje Danes. Kvalitativna metodologija raziskovanja v monografiji *Družboslovno raziskovanje: enotnost in raznolikost metode* opisuje tudi Ragin, ki pravi, da raziskovalci s kvalitativnimi metodami pridobijo razmeroma malo enot, s katerimi operirajo, a jim omogočajo pridobivanje velikega obsega podatkov. Pomembni so podatki, ki hitro opredelijo najbolj bistvene značilnosti poglobljenih primerov. Ragin poudarja, da morajo raziskovalci sami presoditi, kateri so tisti podatki, ki so za njihovo nadaljnjo raziskavo pravi, saj zaradi obsežnosti pridobljenih informacij uporaba vseh ni možna (Ragin 2007, 96–106). Enot, če uporabim isti termin kot Ragin, s katerimi bom izpeljal pridobivanje podatkov za kvalitativno analizo, formalno res ni veliko, saj bom podatke črpal iz zgolj sedmih oddaj Danes in iz dveh intervjujev z odgovornima urednikoma, vendar pričakujem, da bosta oba podatkovna vira prinesla veliko informacij.

»Da bi si poenostavili razumevanje kvalitativnega raziskovanja, je dovolj, da razumemo, da je empirični del vsake raziskave sestavljen iz dveh glavnih delov: pridobivanja podatkov in analize« (Kordeš in Smrdu 2015, 23). Ko pripravljamo kvalitativno raziskavo, je torej pomembno, da se zavedamo: kakšna vrsta podatkov bo

najbolje odgovorila na zastavljena raziskovalna vprašanja, kako bomo najbolj pridobili te podatke in kakšen bo najustreznejši način urejanja in analize dobljenih podatkov (Kordeš in Smrdu 2015, 29). Vrste kvalitativnih podatkov so dnevniki, transkript intervjuja, videogradivo, etnografski podatki, poročila strokovnjakov, opazovanja, opisi doživljanja, biografije, anamneze. V mojem primeru bo šlo za videogradivo in transkripte intervjujev. Med praktičnimi napotki avtorja učbenika *Osnove kvalitativnega raziskovanja* naštevata še: preiskujemo samo enega ali nekaj primerov, ne zanimajo nas posploševanja v obliki frekvenc določenega fenomena, ampak iščemo poti in načine organiziranja, strukture, izkušenj. Tako je praktično skoraj vsaka kvalitativna raziskava študija primera. Preden se lotimo kvalitativnega raziskovanja, je zelo pomembno, da je začetna točka vsake raziskave natančen in jasen opis poteka. Vsak pojem, zaključek, teorija mora biti jasno utemeljen z elementi empiričnega materiala (Kordeš in Smrdu 2015, 23).

5.2 Etnografski pristop pri analizi razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes

Kot navajam v drugem poglavju, sem po vzoru Altheida in Snowa (1979) njuno opredelitev formata televizijskih novic povzel v štiri skupine elementov, s katerimi bom pridobil podatke za analizo formata Danes: struktura oddaje, razporeditev poročil, kako vsebino opisuje slika, zorni koti; potem voditelji, kjer opazujemo, kako nagovarjajo gledalca, prijazno, avtoritativno, nevtrarno; studio kot vizualno izpostavljen prostor nagovora in grafično zvočni elementi kot dodatna sporočilna orodja za komuniciranje z gledalcem. Naštete kategorije bom z etnografskim pristopom pregledovanja in opisovanja poiskal v sedmih reprezentančnih oddajah Danes. Uporabil bom etnografsko vsebinsko analizo, pristop s katerim je Altheide (1987, 65–77) proučeval vlogo formatov v poročanju ameriških televizij o iranski krizi s talci. Altheide je podatke pridobil tako, da je pregledal in opisal 925 poročanj ameriških televizij v 15 mesecih mednarodnega konflikta z 52 talci, Američani, ujetimi na ameriškem veleposlaništvu v Teheranu od novembra 1979 do januarja 1981. Podatke je grupiral takole: TV mreža, voditelj, dolžina poročanja, kraj dogajanja, vir, imena in status nastopajočih, pojavnost na ekranu, kaj opisuje slika, kako se ujema s tekstom (prav tam).

Spremembe in razvoj formatov oddaje Danes bom fokusiral na prej naštete štiri skupine elementov in jih opazoval skozi tri različne izvedbe, to je prva postavitev in dve prenovi – čeprav je do vidnih sprememb prihajalo tudi vmes, predvsem je šlo za premikanje ure in dolžine oddaje. Pri vsaki od treh izvedb bom kot reprezentančni vzorec za zbiranje podatkov uporabil po dve oziroma tri oddaje – prvo, začetniško in dva meseca zatem (oziroma šest mesecev pri prvem formatu, ker se je spremenila ura oddaje) še eno, za katero predpostavljam, da je utečena. Pri analizi tretjega formata bom analiziral še eno dodatno, tretjo oddajo, ki predstavlja tretjo različico tega formata. Za še dodatno reprezentativnost bom uporabil izključno oddaje med delovniki, ker so sobotne in nedeljske zaradi rubrik in nižje gostote dogodkov specifične. Podatkovna baza bo torej sedem oddaj (glej Tabelo 5.1).

Tabela 5.1: Analizirane oddaje Danes

	Dan in datum predvajanja	Termin predvajanja
1. format		
premiera	ponedeljek, 5. november 2012	18.40 – 19.15
utečena oddaja	petek, 12. april 2013	19.30 – 20.00
2. format		
premiera	ponedeljek, 14. julij 2014	18.55 – 20.00
utečena oddaja	petek, 12. september 2014	18.55 – 20.00
3. format		
premiera	ponedeljek, 13. april 2015	19.00 – 20.00
utečena oddaja	četrtek, 6. avgust 2015	20.00 – 20.30
utečena oddaja	četrtek, 28. april 2016	18.45 – 19.30

5.3 Poglobljeni intervju kot metoda za analizo razvoja formata dnevoinformativne oddaje Danes

Dodatna oblika zbiranja podatkov o formatih Danes – poleg etnografskega pristopa pregledovanja oddaj – bodo poglobljeni intervjuji z dvema odgovornima urednikoma informativnega programa, ki sta izpeljala prvi in tretji format, zato predpostavljam, da imata najboljši vpogled v razloge, ki so ju skupaj s tretjim urednikom pri tem vodili.

Ena od oblik kvalitativnega raziskovanja na področju družbenih ved, ki je zelo pogosto uporabljena, je prav poglobljeni intervju (Patton v Arskey in Knight 1999, 1). Postavljanje odprtih vprašanj in opazovanje interesov ter okoliščin z namenom reševanja problemov je praktična in enostavna stran kvalitativnih metod raziskovanja (prav tam). Intervjuvanje je družina pristopov k raziskovanju, ki imajo skupni imenovalac v pogovoru med osebami, kjer ima ena oseba vedno vlogo raziskovalca – izpraševalca. Kvalitativne metode raziskovanja, med katerimi je tudi poglobljeni intervju, se ne naslanjajo na meritve, ampak bolj na opisovanje in razumevanje kompleksnosti področja, ki ga raziskujemo (Arskey in Knight 1999, 2–3). Ker pa zaradi pogostosti odprtih vprašanj svojih rezultatov in meritev ne moremo preverjati, je pri njihovi interpretaciji pomembno, da zaupamo v kredibilnost rezultatov, ki smo jih pridobili (Arskey in Knight 1999, 5–15). Namen poglobljenega intervjuvanja je ugotoviti, kakšna so stališča in percepcije intervjuvancev, predvsem tista, ki jih ne moremo neposredno opazovati (Arskey in Knight 1999, 32). Tovrstni intervjuji raziskovalcem omogočajo poglobljeno raziskovanje razmerja med različnimi aspekti situacij (prav tam). Pri izvajanju poglobljenega intervjuja ima raziskovalec vedno moč nad svojim sogovornikom, s čimer lahko manipulira s situacijo, in ima nadzor nad vprašanji, ki jih je oblikoval že pred samim intervjujem (Burgess 2000, 101).

Delno strukturiran intervju je najpogostejša oblika pridobivanja kvalitativnih podatkov. Vprašanja so odprtega tipa, lahko sledijo določenemu predhodnemu okviru in razporedu, ali pa so popolnoma prosta. /.../ Tak intervju je fleksibilnejši, z njim se bolj približamo afektivni in vrednostni ravni, odgovori so bolj spontani, konkretni, samoodkrivajoči in osebni. Analiza pa je veliko težja in traja dlje. Lahko uporabimo analizo vsebine ali pa uporabimo zgolj neposredne navedbe, ki dobro odražajo teme raziskave. Zavedati se je potrebno še, da so rezultati različnih intervjujev težko primerljivi (Kordeš in Smrdu 2015, 40–41).

Prvi intervjuvanec bo Rajko Gerič, ki je v 2012 postavil prvi format Danes in urednikoval do Bojana Travnja v 2014, avtorja popolne prenove in dvakrat daljšega Danes, a z najkrajšim, komaj polletnim mandatom. Drugi intervjuvanec bo aktualni urednik, izkušeni Tomaž Perovič, ki je Danes v 2015 spet močno skrajšal in je prišel na ta položaj v času, prelomnem za prihodnost Planet TV-ja, ko se pred prvo petletko preverja perspektivnost projekta. Gerič, ki je v Travnovem obdobju delal kot novinar v desku, je v Perovičevi ekipi dnevni urednik.

Tip intervjuja – na štiri oči – bo nestandardiziran, vprašanja bodo odprtega tipa, zato da bo vprašani podal čim več osebnih mnenj, podvprašanja bom po potrebi dodajal med pogovorom. Vprašanja bodo sestavljena tako, da bo vsak od njiju opredelil, kaj po njegovem definira njegov format oddaje, komentar formatov drugih dveh urednikov, prednosti in slabosti. Vsak bo vprašan, kako je kot odgovorni urednik v dnevnem pogonu in praksi zastavil osnovne obrtniške elemente, s katerimi empirično preučujem format oddaje (struktura, voditelji, studio, grafike in zvok), kako uspešen je bil pri svojem delu, kako ocenjuje druga dva urednika, s kakšno ekipo je ustvarjal, v kakšnih zunanjih, poslovnih in političnih okoliščinah, kakšen je njegov idealni televizijski novičarski format, kakšni so (bili) cilji glede tržnega deleža in gledanosti, kako je s stroški njegovega formata, kakšen je realni doseg in mesto oddaje Danes na slovenski medijski sceni, kako ocenjujeta konkurenco in vpliv Danes na druge oddaje oziroma obratno. Odgovori naj bi precej širše zajeli pred tem ožje zastavljene dejavnike sprememb, ki sicer definirajo vsako od treh različic Danes, vendar pa so lahko subjektivne refleksije obeh urednikov v pomoč pri razumevanju podrobnosti in konteksta.

Na tem mestu poudarjam, da sem nameraval opraviti tudi intervju z Bojanom Travnom, ki edini med uredniško trojico ni več zaposlen na Planet TV, s katere je odšel potem, ko ga je na položaju odgovornega urednika zamenjal Perovič. Načelno sva bila za intervju že dogovorjena, opravila bi ga v živo, nato pa Travna, ki je zdaj sodelavec TVS, kjer je lani izpeljal projekt prenove informativnih oddaj, nisem več uspel priklicati. Traven se prav tako ni odzval na prošnje preko elektronske pošte niti na zadnji predlog, da lahko intervju izpeljeva po telefonu ali pisno. Razloga za zavrnitev ne poznam.

5.4 Principi analize kvalitativnih podatkov o razvoju formata dnevnoinformativne oddaje Danes

Kvalitativna analiza je interpretacija, raziskovalec pri tem ne sme pozabiti, da je ustvarjalec, izumitelj in ne nepristranski opazovalec. Kljub temu, da je kvalitativna analiza na nek način subjektivna, pa obstaja nekaj smernic, ki lahko veljajo za vse. Ob tem se je potrebno zavedati, da tudi če natančno sledimo navodilom za kodiranje, ni nujno, da bomo ustvarili teorijo. Bistven del analize je

stalno preverjanje, stalno spraševanje, prilagajanje gradivu (in ne sledenje vnaprejšnjim sodbam/teoretskim modelom) (Kordeš in Smrdu 2015, 56).

Z etnografskim pristopom pridobljeno podatkovno bazo – opazovanje enakih kategorij pri treh formatih Danes in opisovanje razlik med njimi – ter s križanjem informacij na isto temo, zbranih z intervjujema z urednikoma, bom lahko kompetentno analiziral in interpretiral: kaj vsebinsko–vizualno in idejno definira vsakega od formatov; kakšen razvoj je skozi tri velike preobrate prehodila oddaja Danes. V zaključku bom poskusil nakazati, kakšna je njena verjetna smer v prihodnosti. Pri eni in drugi metodi mi bo, kot televizijskemu novinarju, še kako prav prišlo poznavanje delovnih postopkov v novičarskem programu in notranjega ustroja televizije. Za povrh sem bil voditelj prvega formata Danes in nato novinar v drugi in tretji izvedbi. Delovne izkušnje s televizijskimi novicami kot pozitivno osnovo za kakovostno obdelavo podatkov navaja tudi Altheide pri svoji etnografsko vsebinski analizi poročanja ameriških televizij o iranski krizi s talci (Altheide 1987, 69).

6 REZULTATI

Sledi predstavitev rezultatov analize razvoja formata televizijske dnevnoinformativne oddaje Danes skozi reartikulacijo štirih osnovnih elementov: struktura oddaje, voditelji, studio ter grafike, špice, napovedniki in zvok. Podatke sem zbral z etnografsko kvalitativno analizo, s pregledovanjem in opisovanjem vsebine in forme izbranih oddaj ter s poglobljenima intervjujema z dvema od treh odgovornih urednikov, katerih odgovore vpletam v pojasnjevanje fenomenov in odločitev. Najbolj opazna značilnost vseh sprememb formata je stalno prehajanje in mešanje principov. Termin pred drugimi novicami, termin sredi drugih novic, termin drugih novic, termin po drugih novicah in nato znova. Kratka oddaja, dolga oddaja, kratka oddaja z debatno rubriko, kratka oddaja z drugimi rubrikami, spet samo kratka oddaja. Nevtralna voditeljska para, ki kramljata, mnenjsko angažirana voditelja, prijazni voditeljici, pripovedovalno-angažirana voditelja. Klasičen studio z voditeljsko mizo, studio s tremi pozicijami in brez mize, studio z eno pozicijo in pultom. Enostavne grafike s simboli, vsebinsko obsežne podatkovne grafike, na koncu spet enostavnejši izpisi. Najprej kratki napovedniki, potem napovedniki v dolžini miniaturne oddaje – nekaj minut, nato ukinitev napovednikov. Sprva harmonične zvočne špice, nato le še dramatični poudarki, na koncu zvočni minimalizem. Predstavitev rezultatov začnjam z analizo strukture vseh treh formatov Danes.

6.1 STRUKTURA

V poglavju Struktura sem po modelu, ki sta ga postavila Altheide in Snow, preučeval vsebino, razporeditev, žanre, termin in dolžino oddaje. Pri vseh izvedbah Danes so v ospredju vsebine, ki poudarjajo vidik tako imenovanega »malega človeka.« Notranja politika ves čas prehaja od prvih minut do bolj v sredino zamaknjenege mesta, zunanjepolitične teme so praviloma manj zastopane, tudi marginalne. Resne domače družbene teme, tudi z EU povezane zgodbe, imajo daleč največ prostora v drugem Danes, kasneje povsem poniknejo. Najpogostejši žanr je televizijsko poročilo, pred katerim je vedno obširna voditeljeva dvodelna napoved. Veliko je javljanja novinarjev v živo iz terena. Termin Danes se spremeni šestkrat, njegova dolžina štirikrat. Na

koncu opisne rezultate in subjektivne ocene obeh urednikov pri vsakem formatu podkrepim še s številkami, podatki o gledanosti po posamičnih obdobjih.

6.1.1 Struktura oddaje Danes, november 2012–julij 2014

Vodstvo televizije, medijsko neizkušen direktor TSmedia Tomaž Pernovšek – kot predstavnik na začetku edinega lastnika Telekom Slovenije – ter izkušena Rajko Gerič, nekdanji odgovorni urednik informativnega programa na TVS in Vine Bešter, nekdanj desna roka Tomaža Peroviča, avtorja formata in direktorja 24UR na POP TV – so do zadnjega tehtali, kam terminsko umestiti oddajo Danes v zelo zaseden pas večernih novic od 18. do 20. ure (Gerič 2016). Štart v terminu 24UR in Dnevnika, bi »bil samomor, če bi šli na sedmo uro, mislim da informativni program ne bi imel nobenih možnosti. Ker je bila enostavno gneča tam prevelika. Morali smo najti neko nišo, ko gledalci niso gledali informativne oddaje na POP-u, zato da so sploh videli, kaj mi počnemo« (Gerič 2016).

Nišo so našli v terminu od 18.40 do 19.15, oddaja je trajala dobre pol ure, 35 minut. Logika je bila: takrat se končajo novice na Kanalu A, predvsem pa se še ne začnejo novice na POP TV in TVS. A že po štirih mesecih, takoj po vstopu Grkov spomladi 2013 in s prihodom tujega direktorja televizije Pavla Stančeva se je termin prestavil na precej bolj ambiciozno uro 19.30. »Osnovni moto, zakaj 19.30, je bil: mi vam podarimo pol ure. Se pravi ljudje lahko pol ure kasneje pridejo gledat televizijo, kar je po mojem zelo pomembno, in vseeno dobijo eno dobro informativno oddajo v skrajšanem formatu« (Gerič 2016). Logika je bila tokrat naslednja: slovensko občinstvo ima še vedno v spominu legendarni termin Dnevnika TVS, ki je dve desetletji veljal kot ravno prava ura večernih novic. Predvsem pa naj bi bila 19.30 ura, ko si gledalci POP TV in TVS že ogledajo glavne novice na svojih kanalih in naj bi potem v miru in radovedno preklopili na novice na Planet TV (Gerič 2016). Primerjava med prvim in drugim terminom pokaže, da je druga izvedba Geričevega formata Danes za 5 minut krajša, konča se ob 20. uri, njena dolžina je torej 30 minut, vključno z dvema minutama oglasov takoj po napovedi športnega bloka.

Oddaja Danes je v tem formatu razdeljena na šest oziroma sedem blokov, štirje so novice, dva šport in vreme, v kasnejši izvedbi je dodan še lahkotni zabavni blok (glej

Tabelo 6.1: Struktura prvega formata Danes). Bloki so ločeni s kratkimi ločevalniki in širokim kadrom studia.

Premierna oddaja Danes se je začela z dobrodošlico vseh štirih novih voditeljev v studiu. Živa Rogelj, Marko Potrč, Jerca Zajc Šušteršič in Tomaž Bratož s(m)o se gledalcem predstavili in najavili rojstvo nove televizije. Ker je oddaji sledilo soočenje predsedniških kandidatov v ljubljanski Operi, ki smo ga vodili vsi štirje skupaj, se je voditeljski par Rogelj, Potrč poslovil, z Jerco Zajc Šušteršič pa sva po začetni špici vodila premierni Danes.

V Tabeli 6.1 je predstavljena struktura prvega formata oddaje Danes, in sicer na podlagi analize dveh oddaj:

- prvi termin: 18.40–19.15, predvajan od novembra 2012 do februarja 2013, analizirana oddaja je bila predvajana 5. novembra 2012;
- drugi termin: 19.30–20.00, predvajan od marca 2013 do julija 2015, analizirana oddaja je bila predvajana 12. aprila 2013.

Tabela 6.1: Struktura prvega formata Danes (obdobje 2012–2014, oddaji predvajani 5. novembra 2012 ob 18.40 in 12. aprila 2013 ob 19.30)

Sklop	Sestava	Trajanje
uvod v oddajo	predstavitve voditeljev, kasneje vremenska napoved	do 1 min
špica in napovednik	3 najpomembnejše teme celotne oddaje	
prvi del	nacionalne teme, notranja politika, gospodarstvo, lokalne zgodbe: <i>poročila, vklopi ter novinarji ali voditelj v studiu pred video steno</i>	5–8 min
ločevalnik		
drugi del	domače teme ali dogodki v tujini, zunanja politika: <i>poročila, vesti, izjave in novinarji v studiu pred video steno</i>	3–4 min
ločevalnik		

tretji del	domača teme, lokalne zgodbe: <i>poročila, vesti, izjave, voditelj pred video steno</i>	5,5–7,5 min
ločevalnik		
četrti del	lahkotne zabavne teme, kasneje lokalne zgodbe: <i>poročila, vklopi, izjave</i>	1–4 min
napoved šport in nadaljevanje programa	prehod s kletom na športno rubriko	
oglas		
šport	šport <i>poročila, napovedi tekem, vesti izjave</i>	3 min
oglas		
vreme	vremenska napoved	2 min
zaključek oddaje/četrti del	poziv k nadaljevanju gledanja programa: <i>poročila lahkotnejših vsebin</i>	do 4 min
odjavna špica		
SKUPAJ		30–35 min

Kljub vmesni spremembi termina je struktura pri obeh oddajah praktično enaka, le da se je Danes ob 19.30 začela s kratko vremensko napovedjo tik pred terminom in obljubo »več po novicah.« Špica in napovednik sta enaka, kratek napovednik treh nosilnih tem sta voditelja brala izmenično, v kamero, uporabljen je širok plan s sotvorbo v ozadju. Kratek ločevalnik, ki ga Laban (2007, 55) pojasnjuje kot zvočni in vizualni signal za ločevanje tematskih sklopov, je napovedal naslednji blok novic, avizu je vedno sledil širok kader osrednjega dela studia, nato *zoom* na voditelja.

Prvi blok Danes ob 18.40 je kombinacija nacionalne dnevne teme, gospodarstva in politike. V premierni oddaji se začne s hudimi poplavami na Štajerskem, sumljivimi posli v Cestnem podjetju Ljubljana in z goljufanjem s podpisi poslancev Pozitivne Slovenije. O naravni nesreči se poroča v dveh poročilih in z javljanjem novinarja s terena, zadnje informacije predstavi voditeljica pred video steno. Gospodarski kriminal je predstavljen s poročilom, škandal politične elite pa s poročilom in vklopom v živo. Video stena je bila eden večjih adutov Danes v primerjavi s konkurenco, navaja Gerič.

Velika prednost je bila ta plazma, ta video stena. Jaz sem ji rekel največji iPad v državi. To je bil spet vtis neke modernosti. To smo tudi s pridom uporabljali, na njem smo marsikaj razlagali, novinarji so lahko nastopali v studiu in oni razlagali poleg voditeljev. Dajanje novinarjev v studio se mi je zdela velika prednost. In če pogledate danes, tri ali štiri leta po naši oddaji, je veliko novinarjev v studiih ostalih televizij. Prej jih pa niste videli. Torej smo mi pokazali, kako se zadeve delajo. Pa se to velikokrat pozablja. Prej novinarji nacionalke nikoli niso bili v studiu. Nikoli. Zdaj razlagajo pred plazmo (Gerič 2016).

Tudi prvi blok v Danes ob 19.30 zajema nacionalne teme, vendar bolj klasične resne novice, poročilo o načrtih premierke za privatizacijo, vest finančni minister v Bruslju in poročilo o reformi trga dela z novinarko pred video steno.

Drugi blok je sestavljen iz domače dnevno sekundarne teme ali ažurne tuje. Premierna oddaja je obdelala »afero Balkanski bojevnik« – nevarnost zastaranja sojenja desetletja slovenskim članom mamilarskega kartela. Struktura: poročilo, novinarka pred video steno, vest z izjavo. Spet je uporabljena video stena, kjer novinarka razloži, prek katerih poti droge prihajajo v Evropo in ali je udarec poslu z mamili res tako velik kot je odmevna afera. Oddaja ob 19.30 je drugi blok popolnoma posvetila novicam iz tujine. Poročilo Srbija po pokolu, narejeno v desku iz agencijske slike, sledi reportaža srbske Prve TV o obsedenosti Srbov s posedovanjem orožja, vest o srbskih poslih Zavarovalnice Triglav in vest o vsebalkanski raciji proti drogam.

Tretji blok: notranja politika v kombinaciji z zunanjo. Poročilo ali kandidati za slovenskega predsednika med kampanjo sploh še opravljajo svojo službo, voditelj je pred video steno predstavil anketo javnega mnenja, blok se konča z zabavnim poročilom o klepetavem in neposrednem ameriškem veleposlaniku v Ljubljani, ki primerja bližajoče ameriške in slovenske predsedniške volitve. V drugi analizirani oddaji je tretji blok zelo lokalno obarvan, o posledicah poplav v Prekmurju, propadu slovenske lesne industrije in o izgubah podjetij med Žirmi in Logatcem zaradi prenove regionalne ceste, na koncu pa še samopromocijsko poročilo, intervju z zmagovalcema prvega kviza Moj dragi zmore, ki se je ravno začel predvajati.

Četrty blok je izrazito lahkoten. Prva oddaja ponudi reportažo o prvi zasebni pošti v Sloveniji plus vklop v živo z izjavo, potem sledita šport in vreme in na koncu še

najava predsedniškega soočenja. Gerič o osnovni uredniški orientaciji, odkar so Planet prevzeli Grki:

Ko so prišli Grki je pa dejansko bila prav komanda: neka rdeča nit te televizije naj bi postala ta 'Close to the people.' Se pravi še bližje ljudem, čim manj kravat, čim manj visoke politike, nič v parlamentu, če parlament sprejme zakon, poglejmo, kaj ta zakon pomeni za Janeza s sosednje ulice, ne zanima nas politična razprava o zakonu, ampak nas zanima, kaj ta zakon prinaša ljudem ... Šli smo po Sloveniji, trudili smo se vzpostaviti neko dopisniško mrežo in na koncu smo imeli s to televizijo šest dopisništev. Kot neka majhna televizija smo imeli kar dobro pokrito Slovenijo. /.../ Ljudsko, ja. Skozi oči malega človeka. Mi smo šli ves čas na pogled malega človeka. Se pravi skozi zgodbe malega človeka smo pripeljali večjo zgodbo. Bilo je pa tudi precej takšnih, majhnih. Recimo v drugem delu oddaje pa proti koncu oddaje je bilo pa tudi dosti tega, zanimivosti, oziroma kakšna čisto lokalna posebnost (Gerič 2016).

S terminom 19.30 se četrti, zabavni blok prestavi na konec oddaje, po športu in vremenu. Konkretna oddaja je ponudila poročilo o izjemno uspešni ameriški turneji vokalne skupine Perpetuum Jazzile, nato pa se 30 pevcev in pevk pojavi v studiu, oddaja se je končala z njihovim petjem v živo.

Urednik Gerič pravi, da je bila koncu oddaje vedno namenjena velika pozornost. Kot pravi, so ustvarjalci »želeli mehke konec, da si ob koncu informativne oddaje, kjer gledalci vidijo vse požare, smrti in bombne napade, dolgočasne in skregane politike, da si oddahneš in pogledaš zgodbo o kaj pa vem, o nekom, ki zna narediti velikonočna jajca iz ne vem česa« (Gerič 2016). Dodaja še: »O tem smo dosti govorili, kaj narediti, da bomo dejansko presenetili publiko. Pri nas so v studio prišli peti Perpetuum Jazzile. V studiu smo na koncu plesali break dance, v studiu smo imeli pitona, naredili smo Martinovo pojedino. Čuda smo delali.« O tem se je veliko govorilo, čeprav je izzvalo tudi posmeh, pravi Gerič, vendar pa so takšne poteze nujne za novince, oddaja je na tak način vzbujala pozornost in poskrbela za samopromocijo (prav tam).

Gledanost Danes v prvih štirih mesecih kljub dejstvu, da je šlo za novo oddajo, ni potrdila pravilnosti termina 18.40. V povprečju se je izmerjeni delež gledalcev Danes od novembra 2012 do februarja 2013 gibal pod tremi odstotki, za primerjavo ima v tem obdobju 24UR 43-odstotni, Dnevnik pa 19-odstotni delež gledalcev (Priloga B). Trditev o povsem neumestnem terminu je kljub zgovornim številkam delno tvegana, saj je šlo za izjemno kratko obdobje štirih mesecev, tik pred Danes pa na sporedu nove

televizije ni bilo oddaje, ki bi gledalce delno že pripeljala pred ekrane. Nedvomno pa drži, kar potrjujem tudi sam kot voditelj Danes v tem obdobju, da je oddaja v tem času »prikazala« daleč največ začetniških produkcijskih napak, kar so ji očitno zamerili že tako redki gledalci.

Toda že prva odločitev za premik Danes na 19.30 potrdi bistveno boljšo izbiro termina, ki se je obdržal leto in tri mesece. Delež gledalcev se je od marca 2013 do junija 2015 dvignil za 2,2 odstotne točke na povprečje 5,1 odstotka. Pop TV je v tem času izgubil odstotno točko, TVS pa dve, seveda pa sta oba z 42- oziroma 17-odstotnim deležem ostajala v veliki prednosti. Kljub skromni gledanosti je prišlo do pomembnega prvega trenda premika majhnega dela gledalcev k Danes (Priloga B). K rasti deleža je pripomogla tudi turška zgodovinska telenovela Sulejman Veličastni, predvajana pred oddajo Danes (Gerič 2016).

»Informativna oddaja nikoli ni bila tista, kjer bi mi gledalce izgubljali, informativna oddaja v mojem mandatu je bila vedno tista, kjer smo gledalce pridobivali. Mi nikoli nismo začeli s 5 in končali s 3. Je pa res, da smo začeli z 2 in končali z recimo 4. Ali pa začeli s 4 in končali z 9. Torej smo ves čas dobivali gledalce, niso nas zapuščali. In to je bistveno« (Gerič 2016).

Prvi format Danes je po pol leta predvajanja dobil popoldanskega dvojčka, krajšo 15-minutno oddajo Danes popoldne, na sporedu ob 16.30, in pa po tri bloke popoldanskih kratkih novic dolžine od 2 do 3 minute, na sporedu od 15. ure do 18. ure v drsečih terminih.

6.1.2 Struktura oddaje Danes, julij 2014–marec 2015

Neee. Nič od drugega formata ni bilo velikega ali ambicioznega. Če bi bili veliki in ambiciozni, bi morali imeti ogromno denarja. Če bi se hoteli iti tovrstne prenove, bi morali prenoviti scenografijo, imeti popolnoma novo grafično podobo, kupiti ljudi, za katere mislimo, da so na slovenskem trgu dobri televizijski reporterji ali pa voditelji – to bi bila potem grandiozna in velika prenova. Te so bile, bom rekel, bolj ali manj manjše prenove, tipanje, kaj sploh ta televizija je. Te prenove so imele nek učinek, ampak ni bil tako hiter, kot smo hoteli, da bi bil (Perovič 2016).

Spomladi 2014, leto in pol od prve oddaje, ki je ta čas obstala na mestu in po gledanosti ni več napredovala, je grški večinski lastnik zamenjal kompletno vodstvo Planet TV, nova ekipa je imela za nalogo prenovo kompletnega programa. Informativni del je prenavljal Bojan Traven, s katerim, kot pojasnujem zgoraj, nisem uspel opraviti intervjuja. Traven je pred tem uspešno postavil na noge Svet na Kanalu A, Trenja na POP TV in Poglede na TVS. Premiera novega studia, novih voditeljev, novega novinarskega pristopa, nove celostne in grafične podobe se je zgodila 14. julija 2014, z novim terminom 19.00 in daljšo, namesto pol- zdaj enourno oddajo do 20.00, torej podobno kot 24UR in Dnevnik.

12. in 13. julija 2014 oddaje Danes sploh ni bilo na sporedu, ker drugače ni bilo mogoče prenoviti studia.

Delitev na sklope je ostala, vendar ti niso bili ločeni z ločevalniki kot doslej ampak mehkeje, z drugačnim kadrom, sotvorbo na video steni ali menjavo voditeljevih pozicij v studiu (glej Tabelo 6.2: Struktura drugega formata Danes – premierna oddaja). Tematski sklopi so bili daljši, z daljšimi napovedmi voditeljev, z gosti v studiu, oddajo so zdaj dvakrat prekinjali oglasi.

Zaradi velikih razlik med obravnavanima oddajama – prva je bila na sporedu dan po predčasnih parlamentarnih volitvah 14. julija 2014, druga že delno utečena tri mesece kasneje, 12. septembra 2014, bom analiziral strukturo vsake posebej.

V Tabeli 6.2 je predstavljena struktura drugega formata oddaje Danes, in sicer na podlagi analize oddaje:

- termin: 19.00–20.00, predvajan od julija 2014 do marca 2015, analizirana oddaja je bila predvajana 14. julija 2014

Tabela 6.2: Struktura drugega formata Danes – premierna oddaja (obdobje 2014–2015, oddaja predvajana 14. julija 2015 ob 19.00)

Sklop	Sestava	Trajanje
napovednik		
vreme	krajša vremenska napoved	45 s
špica		

prvi del	notranja politika – predčasne parlamentarne volitve: <i>poročila, vesti, vklopi, izjave, gost v studiu</i>	26 min
vabilnik		
oglas		
drugi del	notranja politika – predčasne parlamentarne volitve: <i>poročilo, vesti, vklopi, izjave, gosta v studiu</i>	13 min
tretji del	vesti iz novinarske sobe	1,5 min
četrti del	zunanja politika: <i>poročilo</i>	3 min
šport	šport: <i>poročili, vest, izjava</i>	3 min
napoved vremenske napovedi in ločevalnik		
vreme	vremenska napoved	3,5 min
oglas		
peti del	lahkotnejše vsebine: <i>poročilo, gost prek vklopa</i>	3,5 min
odjavna špica		
SKUPAJ		58 min

Oddaja se je začela z več minutnim napovednikom, prvi je trajal kar štiri minute. Sledila je špica in tudi ta je trajala dalj časa, 20 sekund. »Danes je 14. julij. Z vami Uroš Slak« (Planet TV 2014a). Med to predstavitvijo se je voditelj iz desnega, zatemnjenega dela studia, sprehodil do osrednjega dela studia, kjer je v nasprotju z voditeljskim parom iz prvega formata stal.

Več kot polovica prvega Danes v drugem formatu se je vrtela okoli volilnega izida in ugibanj, kdo bo s kom sestavil vlado. Klasičnih poročil iz volišč v novi oddaji ni bilo, ampak so ta del zajemale reportaže o vzdušju v volilnih štabih pred in po razglasitvi

zmagovalcev in poražencev. Sledil je vklop z analizo, kdo sploh so izvoljeni poslanci in izjava o pričakovanjih sindikatov do nove vlade.

Prvi gost je bil zmagovalec volitev, Miro Cerar, ki je odgovarjal na vprašanja, s kom se vidi v koaliciji, kako se bo pogajal s sindikati, izpolnjeval zaveze Evropski uniji. Po poročilu o gospodarskih programih strank je bodoči mandatar odgovarjal še na vprašanja o privatizaciji in očitkih poražencev, da je šlo za nelegitimne volitve.

Po dolgem prvem delu je voditelj napovedal, kaj sledi v nadaljevanju oddaje, po prekinitvi z oglasi so sledile analize rezultatov z vestmi, izjavami in razlagami voditelja pred video steno. V studio sta prišla dva nova gosta, vodji strank NSi in DeSUS, s katerima je voditelj govoril o možnostih vstopa v koalicijo.

Notranjo in zunanjo politiko so ustvarjalci povezali tako, da so najprej objavili poročilo o novih slovenskih evropskih poslancih, nato pa se je oddaja preselila v novinarsko sobo, iz katere je novinarka s kratkimi vestmi in izjavami povzela odzive tujih medijev in politikov na slovenske parlamentarne volitve.

Zunanja politika se je nadaljevala s poročilom o največjem francoskem državnem prazniku, praznovanju Dneva Bastilje.

Sledili so napoved športa in športne novice, sestavljene iz dveh poročil, vesti in izjave, vse novice pa o nogometu.

Po športu je voditelj oddaje napovedal še vremensko napoved in nadaljevanje oddaje po oglasih.

Po zdaj bistveno daljši, tri in pol minutni vremenski napovedi in spet oglasih je voditelj predstavil mlade slovenske znanstvenike, namesto z gostom v studiu se je v živo pogovarjal z gostom na terenu.

Ob zaključku je voditelj gledalce povabil k ogledu nadaljevanja programa in odjavna špica se je odvirtela med njegovim odhodom iz studia.

V Tabeli 6.3 je predstavljena struktura že delno utečene oddaje drugega formata, in sicer na podlagi analize oddaje:

- termin: 19.00–20.00, predvajan od julija 2014 do marca 2015, analizirana oddaja je bila predvajana 12. septembra 2014.

Tabela 6.3: Struktura drugega formata Danes – »utečena« oddaja (obdobje 2014–2015, oddaja predvajana 12. septembra 2014 ob 19.00)

Sklop	Sestava	Trajanje
napovednik		
vremenska napoved		30 s
špica		
prvi del	notranja politika: <i>poročila, vesti, vklopi</i>	8 min
drugi del	domače in tuje tematike: <i>poročili, vesti, izjava, vklop, gost v studiu</i>	10 min
tretji del	notranja politika: <i>poročili, vest, izjava</i>	7 min
četrti del	domače tematike: <i>poročilo</i>	1,5 min
najava	najava Debate, ki bo na sporedu dan kasneje	
peti del	novinarska soba <i>vesti zunanje politike in domačih tematik</i>	3 min
šesti del	domače tematike <i>poročila, vest, izjava, gost v studiu</i>	12,5 min
napoved šport		
oglas		
šport	šport: <i>poročili, vesti, izjava</i>	4 min
napoved vreme in nadaljevanje oddaje		
oglas		
vreme	vremenska napoved	3 min
oglas		
sedmi del	lahkotnejša problematika: <i>poročilo, vest</i>	3,5 min
zaključek oddaje		

špica		
SKUPAJ		57 min

Druga obravnavana oddaja je potekala po že ustaljenem ritmu. Napovednik je bil v primerjavi s premierno oddajo za polovico krajši, prvi del je spet predstavljala notranja politika, zapleti okoli kandidature Alenke Bratušek za evropsko komisarko, ker ni prevzemala pošte Komisije za preprečevanje korupcije v postopku samoimenovanja za položaj v Bruslju. Drugi del je bil namenjen obilnim padavinam, plazovom pri nas in na Hrvaškem ter poplavam v Bosni. Voditelj se je v studiu pogovarjal z geologom o gradnji na območjih plazov.

V tretjem delu spet notranja politika, pred poslanci so se predstavljali kandidati za ministre nove vlade. V četrtem delu oddaje pa o vzreji psov za pasje boje, sledila je najava pogovorne rubrike na to temo, Debate, dan kasneje.

V petem delu novinarka v vklopu iz deska predstavi sankcije Evropske unije proti Rusiji, sodbo olimpijcu-morilcu Oscarju Pistoriusu, priprave na referendum o samostojnosti Škotske, zgodbo iz bolnišnice v Celju, Slovenske železnice pa so dosegle dogovor s sindikati in se izognile stavki.

Šesti del ostane domač, o malicah v osnovnih šolah, ki si jih najrevnejše družine ne morejo privoščiti. Voditelj temo obdela z virom iz prve roke, z ravnateljem osnovne šole na Dolenjskem. Črna kronika: trener smučarke Tine Maze, Andrea Massi se zaradi groženj smučarki Maruši Ferk zagovarja na kranjskem sodišču in se opraviči, na koncu še reportaža iz zamejstva, kjer se pripravljajo na obisk papeža.

Po napovedi športa sledijo prvi oglasi. V športu dogajanje v svetu nogometa, kratek del o svetovnem prvenstvu v košarki.

Spet oglasi in vremenska napoved, plus še en blok oglasov. Zadnji del oddaje je bil namenjen lahkotnejšim vsebinam, tokrat o državnem prvenstvu v oranju s traktorji in vest o prometni nesreči angleškega princa Harryja.

Drugi format je bil trd, tog, nasilen, blazno newsovski, naravnani na 'zdaj pa dobro poslušajte, kaj vam bomo povedali, ker je to resnica in samo tako je prav.' Seveda lahko televizije ali informativni programi na tak način tudi uspejo, ampak ne televizija, kot je bil Planet TV, zasnovana kot prijazna celota, zato je ta

informativni program, senzacionalističen, na trenutke celo grob, štrlel ven iz programa. Mi nismo bili televizija, kjer bi informativnemu programu sledila še dokumentarna oddaja o orožarski aferi. Po naši informativni oddaji v drugem formatu je sledila Kmetija oziroma nek reality show. Gledalec ni imel vtisa, da gleda isto televizijo. Drugi format je bil mešanica Pogledov Slovenije, Odmevov, Hard Talka na BBC – to so zelo zahtevni formati, ki jih je treba pravilno umestiti in tukaj smo imeli nesrečno izbiro (Gerič, 2016).

Kljub ostri oceni urednika Geriča, ki ga je Traven nasledil, je z drugim formatom oddaja bolj dosledno sledila sodobnim produkcijskim standardom: doslednejši izkoristek slikovnega materiala, več sogovornikov, angažirane napovedi in besedila novinarjev, višja raven javljanj v živo. Vendar pričakovanega uspeha ni bilo, stroški pa so bili bistveno višji. »Ja. Bistveno dražja je bila Travnova številka dve. Bila je ekstremno draga. Trenutna produkcija je za polovico cenejša od njegove. Zdaj smo po moji oceni približno na eni tretjini budgeta 24UR. Ali pa na nivoju budgeta Sveta, malo več mogoče. S TVS-jem se pa ne moremo primerjati, ker nimajo primerljivih budgetov, tako da ne moreš vedeti, koliko produkcija stane pri njih« (Perovič 2016).

Gledanost Travnove različice Danes je skozi vseh devet mesecev – kljub širokopotezni vsesplošni prenovi – ostala natanko na isti točki kot prva, Geričeva oddaja: povprečni delež gledalcev je bil 5,09, pri Geriču 5,1 odstotka. Toda pomembno je tudi ozadje, kaj se je medtem dogajalo s konkurenco. Ta je v teh devetih mesecih izgubljala gledalce novic, POP TV 7,5, TV SLO pa 4,5 odstotne točke. Deleži 24UR in Dnevnika so sicer v primerjavi z Danes še vedno zelo visoki, 37,5- in 14,4-odstotni, toda dejstvo je, da Planet TV v tem času edini ni izgubljal gledalcev novic. Tudi pridobil jih ni, v nasprotju s konkurenco pa jih je zadržal (Priloga B).

6.1.3 Struktura Danes, od pomladi 2015

Pozimi 2015, komaj pol leta od druge prenove, ko je Planet pravkar zabeležil šele tretje leto delovanja, je za že tretjega prenovitelja Danes prišel dolgoletni direktor informativnega programa na POP TV Tomaž Perovič, avtor zmagovalnega formata komercialnih novic 24UR. Njegov format Danes je nastajal precej bolj postopoma in manj radikalno kot Travnov drugi, vseeno pa so bile spremembe ob premieri aprila 2015 spet velike. Etnografska vsebinska analiza je pokazala novo predelavo studia,

novi voditeljici, drugačno barvno podobo, prenovljeno grafično opremo in celostno grafično podobo, nove zvočne prehode, prijazno poročanje, drugo formo vodenja. Termin in dolžina sta prvi mesec, aprila, sicer še ostala enaka, 19.00 do 20.00, že z majem pa je Perovič Danes skrajšal za polovico, osrednji del oddaje traja do 19.30, v drugi polovici pa je z drugim voditeljem naredil 23-minutno pogovorno rubriko z gosti Debata, sledila sta vreme in šport. V poletju 2015 je oddajo prestavil na 20.00, jo skrajšal na 30 minut in ukinil Debato, enako je ponovil v poletju 2016 in s tem postavil model premičnega poletno-zimskega termina (Perovič 2016). V prvi sezoni je s tem terminom Perovič dosegel prvo (in edino) rast gledanosti, ta se je začasno povzpela na 7,93 odstotka (Priloga B). »Moram reči, da ne poznam nobene televizije na svetu, ki bi delala, kar delamo mi. Velike televizije, po katerih se zgledujemo, tega ne delajo. Mi delamo to kot čisti eksperiment. Je pa pri tem eksperimentu zabavno to, da nam je lani ekstremno uspel. Lani smo bili dva meseca praktično enako ali bolj gledani kot TVS. In tudi letos je videti, da se bo zgodilo isto« (Perovič 2016).

Jeseni 2015 se oddaja vrne na termin 19.00–20.00 in strukturo novice plus Debata plus šport in vreme. »V tem obdobju smo dosegli eno najvišjih gledanosti, 14 odstotkov in z nekaj oddajami celo presegli povprečje RTV« (Perovič 2016). Z aprilom 2016, leto dni po premieri svojega formata, tretjega Danes, pa Perovič začetek oddaje spet premakne na 18.45 do 19.30, od 19.30 do 20.00 pa namesto vsakodnevne Debate uvede kuharske razvedrilne rubrike: od ponedeljka do četrтка Glej, kdo kuha – dvoboj, ko otroci kuhajo s svojim idolom iz sveta znanih, v petek Planet zvezde, trači iz domače in tuje estrade, v soboto spet kuharska oddaja Planet kuha z znanim parom Luka Novak in Valentina Smej Novak, nedeljska rubrika pa je rezervirana na zdaj eno Debato na teden. Po dveh mesecih, sredi junija 2016 termin spet prestavi na poletno shemo, 20.00 in dolžina 30 minut in za jesen napove vrnitev na 18.45. Perovič v odgovoru na vprašanje, zakaj toliko premikov:

Ker iščemo svoj termin. V glavni informativni oddaji smo včasih imeli delež gledalcev, ki gleda dnevnoinformativne oddaje 5 ali 6, redko 7. Imeli smo tudi večerno oddajo, ki je bila bolj ali manj copy-paste naše glavne, a malo krajša, imela pa je delež 25. Kaj to pove? Da je oddaja, ki smo si jo zamislili, približno dobra, ampak da očitno ni predvajana v pravem terminu. Če bi to oddajo dali v pravi termin, bi tudi lahko imela 25-odstotni delež. Nobenega razloga ni bilo, zakaj ga ne bi imela. Ker smo še zmeraj mlada televizija, si lahko privoščimo

iskanje tega pravega prostora. Jaz sem relativno prepričan, da smo ga zdaj našli s terminom 18.45 (Perovič 2016).

O vračanju na izvorno polurno dolžino prvega formata in o idealni dolžini, Perovič odgovarja, da je idealna dolžina dnevnoinformativne oddaje med 30 in 45 minut.

Recimo, da moraš imeti hard newsa tam nekje med 25 in 30 minut. Potem pride pa še vse ostalo. /.../ Zdaj je Danes spet bližje temu, kar jaz tako ali tako mislim od vsega začetka, da bi se moralo na tej televiziji zgoditi – in sicer neka krajša oddaja. Zdaj je trenutek, ko nimamo več enournih formatov, ampak so oddaje krajše, informacije, ki jih daješ ljudem, so spet nekoliko hitrejše in predvsem krajše. To se mi zdi bi moralo zdaj 'štimit' (Perovič 2016).

Na voditeljsko mesto se je vrnila Jerca Zajc Šušteršič, Travnova vikend voditeljica Anja Markovič je postala tedenska voditeljica, izmenjevali sta se tedensko. Debato je vodil Mirko Mayer. Prvi Danes tretjega formata je bil v etru 13. aprila 2015 in enako kot pri Travnovem sklopi niso bili ločeni z ločevalniki (glej Tabelo 6.4: Struktura tretjega formata Danes – premierna oddaja). Ker se je čas predvajanja oddaje v tretjem formatu močno spreminjal, raztegoval in krčil, s tem pa tudi njena struktura, bom razdelal vse tri različice Perovičevega formata:

- prva oddaja: predvajana 13. aprila 2015,
- druga oddaja: predvajana 6. avgusta 2015 in
- tretja oddaja: predvajana 28. aprila 2016.

Tabela 6.4: Struktura tretjega formata Danes – premierna oddaja (obdobje od 2015, oddaja predvajana 13. aprila 2015 ob 19.00)

Sklop	Sestava	Trajanje
napovednik		
špica		
prvi del	domača problematika: <i>poročila, vesti, vklopi</i>	7 min
drugi del	domača problematika: <i>poročila</i>	10 min
tretji del	notranja politika:	9,5 min

	<i>poročila, vesti, vklop, gost v studiu</i>	
četrti del	zunanja politika: <i>poročila, vesti, izjava</i>	9 min
peti del	lahkotnejše vsebine: <i>poročila, vesti</i>	7,5 min
napoved športa in vremena		
oglas		
vreme	vremenska napoved	2 min
šport	šport: <i>poročila, vesti in izjave</i>	6 min
napoved nadaljevanja programa		
špica		
SKUPAJ		54,5 min

Etnografska analiza vsebine kaže, da prva izvedba Perovičevega formata še ni predstavljala takšne revizije Travnove oddaje kot kasnejše izvedbe. Prej obsežen 4-minutni napovednik se je skrajšal na manj kot minuto, slišal se je le glas voditeljice, pospremljen z ustreznim slikovnim materialom. Po najavni špici se je iz zatemnjenega studia prikazala voditeljica, ki je že stala za novim voditeljskim pultom. Kader se je enako premaknil iz širokega, s pogledom na ves studio, v »ameriken,« na voditeljico, najavo opravi posneti govorec: »*Planet Danes z Jerco Zajc Šušteršič. Šport vodi Nataša Gavranič*« (Planet TV 2015a).

Prvi sklop je o veliki gospodarsko-politični temi, 7 minut o prodaji v tajkunskih aferah nasedle Pivovarne Laško in Union nizozemskemu koncernu Heineken. S poročili, vklopom in izjavo premierja Mira Cerarja so novinarji povzeli tudi razloge za propad Pivovarne Laško in špekulirali, kaj se bo s pivovarnama dogajalo po prevzemu.

Drugi sklop se ukvarja z domačimi temami, servisno poročilo o lovu policije na prehitre voznike, 120. obletnica velikega potresa v Ljubljani in črna kronika o novi žrtvi vodnih športov. Trikrat poročilo plus vklop.

Tretji sklop je notranja politika. Poročilo, kako Komisija za preprečevanje korupcije ugotavlja elemente korupcije pri imenovanju državnega sekretarja na pravosodju, afera Škrlec, sledi vklop novinarja. Nato o kritičnih razmerah v šolstvu, ker še vedno ni novega šolskega ministra, poročilu sledi pogovor s šefom Združenja osnovnih in glasbenih šol v studiu, za njim vest o novih cenah goriva.

Četrty sklop je zunanja politika, ki pa se začne v Sloveniji, s poročilom o češkem premierju v Ljubljani in kateri posli zanimajo Čehe, nato pa poročilo o uradni kandidaturi Hillary Clinton za demokrasko kandidatko za predsednico ZDA, poročilo o težavah brazilske predsednice in še tri kratke vesti zunanje politike.

Peti sklop je lahkotnejši: otroški parlament, predsednik Pahor, ki je v predsedniški palači bobnal in nagrade televizije MTV Movie Awards, trem poročilom sledi vest o bližnjem ljubljanskem tednu mode.

Voditeljica povabi le še k ogleda športa po vremenski napovedi in oglasih, v studio se več ne vrne. Športni del oddaje je z dvema poročiloma povzel dogajanje v Ligi prvakov in španskem nogometnem prvenstvu, novici o golfu in motorističnem Motu GP pa sta bili povzeti z vestema z izjavo. Neto dolžina je dobrih 54 minut, bruto, skupaj z oglasi, pa ena ura.

Analiza strukture oddaje pokaže, da se v nadaljevanju ta še dodatno spreminja, notranja politika se premika v sredino oddaje, prva mesta imajo druge domače in lokalne teme, kar je vidno že v prvi, sploh pa v naslednjih izvedbah tretjega formata (glej Tabelo 6.5: Struktura tretjega formata Danes – poletna oddaja in Tabelo 6.6: Struktura tretjega formata Danes – »utečena« oddaja). Največji pa je terminski preskok iz 19. ure na 20. uro, na poletni Danes, in predvsem krajšanje oddaje iz 60 na 30 minut.

Tabela 6.5: Struktura tretjega formata Danes – poletna oddaja (obdobje od 2015, oddaja predvajana 6. avgusta 2015 ob 20.00)

Sklop	Sestava	Trajanje
napovednik		
špica		
prvi del	domača problematika:	3 min

	<i>poročilo, vest, izjava</i>	
drugi del	domača problematika: <i>poročila, vklop</i>	7 min
tretji del	notranja politika: <i>poročilo, vklop</i>	4 min
četrti del	zunanja politika in domača problematika: <i>poročila, vesti</i>	8,5 min
peti del	lahkotnejše vsebine: <i>vesti, izjava</i>	1,5 min
napoved športa in vremena		
oglas		
vreme	vremenska napoved	2 min
napoved športa		
oglas		
šport	šport: <i>poročila, vesti, izjave</i>	5 min
napoved nadaljevanja programa		
špica		
SKUPAJ		32 min

Prvi sklop je domača tema, ali bo država prepovedala radijsko poročanje o radarjih na cestah, poročilo, izjava in vklop novinarja.

Drugi, daljši sklop, prav tako domača zgodba, iskanje pogrešanih ljudi. Enega je policija našla, drugi z orožjem se skriva nekje na območju prestolnice plus predstavitev policijske pogajalske enote. Trikrat poročilo in vklop.

Tretji sklop je notranja politika, najprej vest, da je zaradi hrvaške prisluškovalne afere odstopil slovenski arbiter v Haagu Ronny Abraham, sledi reportaža iz Hrvaške Istre, kjer kljub škandalu minister Erjavec počitnikuje v svojem apartmaju pri Umagu, plus vklop novinarke izpred ministrstva za zunanje zadeve.

Četrty del je načeloma zunanja politika, odprtje novega Sueškega prekopa. Sledijo poročilo o popravilih na železnici proti morju in kaj to pomeni za Luko Koper, prve razbitine izgubljenega malezijskega letala, bombni napadi v Savdski Arabiji, aretacije skrajnežev v Makedoniji in 70 let od atomske bombe na japonsko Hirošimo.

Peti del sta lahkotni novici o pogledu na temno stran Lune, ki je navadno ne vidimo in o akrobatskem letenju s helikopterjem.

Sledijo napoved športa in vremena ter oglasi. Po vremenski napovedi je šport tokrat v celoti posvečen nogometu, kljub petim minutam je rubrika sestavljena zgolj iz napovedi, vesti in izjav, poročil v njej ni.

Po poletni skrajšani shemi in zamiku ure se Danes septembra 2015 vrne na termin 19.00 in dolžino ena ura s kombinacijo pol ure novic plus pol ure pogovorne rubrike Debata plus vreme in šport. Gledanost se sprva popravlja, tudi na račun Večernega Planeta Danes, predvajanega v terminu 24UR Zvečer in Odmevov. Kot poudarja Perovič (2016), gre za reciklažno, na 20 minut skrajšano verzijo osrednjega Danes, ki je zahvaljujoč umestitvi med odlično gledano humoristično Eno žlahtno štorijo in resničnostni šov Kmetija: nov začetek postala prava uspešnica, nekajkrat celo najbolj gledana informativna oddaja v dnevu, bolj kot 24UR na POP TV.

To se je zgodilo z večernim, ja. Če ti informativno oddajo spraviš v dober sendvič, v dobro gledan sendvič oddaj, potem lahko tudi z informativno oddajo dosežeš deleže, o katerih sva prej govorila. Tudi mi smo dosegali po 25-odstotne deleže. /.../ Nam zdaj v tem trenutku manjka to, kar se je pred leti zgodilo na POP-u, in to je bila Esmeralda. Takrat si imel dober informativni program. Po dveh letih je bila 24UR dobra oddaja, narejena bolje kot Dnevnik na TVS. Gledanosti pa ni bilo. Do trenutka, ko je pred informativno oddajo prišla Esmeralda. Takrat je naredila tudi informativna oddaja velik preboj (Perovič 2016).

Toda po koncu »sendviča« in ob izteku televizijske sezone šova in nadaljevanke gledanost po decembru spet pada in niha. Spomladanski resničnostni šov Bilo je nekoč ni prinašal toliko gledalcev, Ena žlahtna štorija je bila premalo, večerni termin pa je ohranil spodoben delež med 10 in 20 odstotki, integralna oddaja, iz katere je bila sestavljena večerna izvedba, pa je spet popuščala (Priloga A in B). Aprila 2016 Perovič Danes prestavi na termin od 18.45 do 19.30, oddaji pa sledijo razvedrilne

rubrike. Voditeljico Anjo Markovič zamenja z Blažem Jarcem, prej občasnim sovoditeljem Debate, Debato skrči na eno samo nedeljsko oddajo, ostale so kuharske in ena zvezdniška, voditelja Mirka Mayerja prestavi v Danes kot novinarja, ki razkriva insajderske informacije iz politične sfere.

Tabela 6.6: Struktura tretjega formata Danes – »utečena« oddaja (obdobje od 2015, oddaja predvajana 6. avgusta 2015 ob 18.45)

Sklop	Sestava	Trajanje
špica		
prvi del	domača problematika: <i>poročilo, vest, izjava, vklop</i>	3,5 min
drugi del	domača problematika: <i>poročila, vesti, izjave</i>	18 min
tretji del	notranja politika: <i>poročila, vest, vklop</i>	3 min
četrti del	zunanja politika: <i>vesti, izjava</i>	1,5 min
peti del	lahkotnejše vsebine: <i>poročilo, vest</i>	2,5 min
napoved vremena		
oglasi		
vreme	vremenska napoved	2,5 min
napoved športa		
odjavna špica		
Šport	šport: <i>poročila, vesti, izjave</i>	7 min
napoved nadaljevanja programa		
špica		
SKUPAJ		37 min

Spomladanska verzija Danes je po strukturi na prvi pogled skoraj enaka kot zimska izvedba. Še vedno je sestavljena iz petih delov, sledita vremenska napoved in šport. Vendar pa je bila oddaja, ki se je začela ob 18.45, neto dolga 37 minut, torej – kaže etnografka analiza strukture formatov oddaje – se je po dolžini spet močno približala oddajam prvega formata. Izginil je tudi napovednik in oddaja se je začela takoj po uvodni špici.

Prvi sklop se začne z domačo temo, poročilo, ločena izjava in vklop v živo o razlitju solne kisline na obvoznici okoli prestolnice.

Drugi sklop je 18 minut posvetil poznoaprilskemu sneženju, težavi, ki je tisti dan hromila vso državo. Po kratki napovedi je sledil nov pristop – nočni posnetki težav na cestah in druge posledice težkega snega, posnetke je spremljala klavirska glasba, brez voditeljevega teksta. Posebej je izpostavljena novica, da policisti niso kaznovali voznikov brez zimskih gum, saj tudi policijski avtomobili niso imeli zimске opreme. Nato si brez vmesne napovedi voditelja sledita poročili o nočnem pluženju ljubljanske obvoznice in nočnem delu gasilcev. Pa poročilo o škodi na kmetijskih površinah, o varni vožnji po snegu in o veselju smučarjev, ki so konec aprila spet uživali na snegu.

Tretji sklop je notranja politika. Delavci migranti so zaradi spora s finančnim ministrom Mramorjem glede obdavčenja svojega dela v tujini vložili podpise za šest referendumov, poročilu je sledil vklop novinarja s terena, ali to pomeni serialno blokado vseh zakonov, torej ustavljanje države.

Četrta, zdaj minuto in pol dolg del oddaje, sta vesti iz sveta zunanje politike in sicer o vojni v Siriji in izstrelitvi ruske rakete.

Peti del so lahkotne vsebine, ugibanja o domnevnem bratu slovenske soproge ameriškega predsedniškega kandidata Melanije Trump in zakaj je umrl glasbenik Prince.

Šesti sklop je vreme, sedmi šport, po oglasih, kazen Nogometne zveze Slovenije za NK Maribor, da bodo morali igrati pred praznimi tribunami, o nogometnem klubu Atletico, ki je zmagal na tekmi Lige prvakov, o uspešni sezoni nogometnega kluba Krško in pa o pripravah slovenske košarkarske reprezentance na kvalifikacije za Evropsko prvenstvo.

Perovičev obdobje vodenja Danes je pestro ne samo v smislu menjav terminov, dolžin in rubrik, ampak tudi po deležih gledalcev. Že takoj pomladi 2015 se je z njegovo prvo potezo, da oddajo nazaj poenostavi, gledanost dvignila za pol odstotka, resen skok navzgor pa sledi v poletju 2015, ko oddajo prestavi iz 19.00 na poletni termin 20.00 in jo skrajša na pol ure, kot v prvem formatu. Gledanost se zviša na slabih 8 odstotkov, konkurenca pa ostane pri istih številkah, 37,4 in 13,18 odstotka. Perovič je tako najverjetneje pred ekran pripeljal nove gledalce, ki so do takrat novice zamenjali za druge oddaje oziroma je povrnil in prevzel nekaj nekdanjih gledalcev novic na POP TV in TVS. Jeseni 2015 – po koncu poletne sheme, ko se Danes vrne na stari termin 19.00 in se spet podaljša v enourni blok z vsakodnevno Debato – delež spet upade, vendar je višji kot pred poletjem, blizu 6 odstotkov. Toda POP TV izgubi nove 3 odstotne točke in pristane na najnižji vrednosti doslej, na 34 odstotkih, medtem ko se TVS okrepi za odstotno točko na 14-odstotni delež. Spomladi 2016 Perovič Danes spet prestavi na nov termin, praktično na isto uro kot se je predvajala prva Geričeva oddaja, na 18.45, rezultata v deležu gledanosti ni, pride do rahle stagnacije na 5,6 odstotka, POP TV pa si medtem povrne 3 odstotne točke izgubljenih gledalcev, TVS obratno izgubi 2 odstotni točki. V poletju 2016 Danes drugače kot ob prvi poletni shemi in premiku termina na 20.00 ne ponovi več uspeha gledanosti iz sezone 2015, torej 8 odstotkov, gledanost spet rahlo pade na 5,4 odstotka, kar je enak delež kot tisti, s katerim je Perovič začel svojo prenovno Danes. Vendar pa sta obe konkurenčni oddaji čez poletje bistveno bolj stagnirali, 24UR se spet vrne na 34 odstotkov, Dnevnik pa celo na 10-odstotni delež. V primerjavi s poletjem 2015 so poletja 2016 vse televizije izgubljale gledalce (Priloga B).

Čeprav Večerni Planet Danes ni raziskovalni predmet diplomske naloge, ga velja omeniti zaradi visoke gledanosti v primerjavi s konkurenco. Poznovečerna reciklažna in vnaprej posneta verzija Danes brez javljanj v živo je od septembra do začetka decembra 2016 podirala rekorde. V povprečju je vsak dan dosegla 20-odstotni delež vseh gledalcev in je za slab odstotek premagovala 24UR Zvečer na POP TV, Odmeve na TVS pa je Večerni Danes prehitel za 2,5-krat. (Priloga A)

6.2 VODITELJ

V tem poglavju predstavljam rezultate drugega raziskovalnega vprašanja, kako se je format reartikularil skozi prizmo voditelja oziroma voditeljice. V prvem Danes so

štirje voditelji v dveh parih vsebine podajali vrednostno nevtralno, formalno a informativno zgoščeno, ob prehodih na rubrike in zabavnih zaključkih pa kramljajoče in v prijateljski medsebojni interakciji. Generalni vtis je prijaznost. V drugem Danes se oddaja z dvema posamičnima moškima voditeljema deli na resne delovnike in sproščene konce tedna z žensko voditeljico. Od ponedeljka do petka prevladujeta strog novičarski pristop in družbena angažiranost, kramljanja z voditelji športa in vremena ni več. Tretji Danes najprej vodita posamično dve ženski voditeljici s poudarkom na primarno prijaznem odnosu do gledalca in mehkejšim podajanjem vsebin. Eno od njiju kasneje zamenja moški voditelj, s katerim vodenje tretjega formata postane razlagalno-pripovedovalno, delno se povrne tudi kramljanje, in sicer z voditeljem vremenske rubrike. V drugem in tretjem formatu so voditelji in voditeljice predstavljeni kot zvezdniki, zadnja verzija tretjega formata se vrne k enostavni formi prvega formata brez posebne predstavitve. V nadaljevanju predstavljam rezultate analize vodenja in voditeljev vseh treh formatov.

6.2.1 Voditelj prvega formata Danes, november 2012–julij 2014

Oddajo Danes sta v prvem formatu izmenično vodila dva voditeljska para, Živa Rogelj in Marko Potrč ter Jerca Zajc Šušteršič in jaz, avtor diplomske naloge Tomaž Bratož. Za voditeljske pare so se odločili, da bi, kot pravi Gerič, zmehčali oddajo, dva voditelja v oddajo prineseta manj formalnosti, resnosti in strogosti. »Ob izbiri voditeljev oziroma voditeljskih parov sem tudi računal na to, da se skozi njihovo interakcijo kaže ta kemija med samima voditeljema, kar gledalci začutijo in zato voditeljski par jemljejo za svojega« (Gerič 2016). Na tak način gledalci dobijo vtis, da je nekdo prišel v njihovo dnevno sobo njim osebno nekaj razložiti, dodaja Gerič: »Ne z nekega visokega piedestala razlagati, kaj se je zgodilo, ti pa moraš v tišini poslušati in gledati z velikimi očmi« (prav tam).

Analiza intervjuja pokaže, da je bil urejenosti voditeljev dan velik poudarek. Gerič (2016) trdi, da je bil Planet nasploh »daleč najlepša televizija,« voditelji so bili oblečeni formalno, a moderno, »šik /.../ Stilska podoba se je najbrž bolj kazala na ženskah, moški voditelji so bili zelo formalno oblečeni – obleka, kravata, ampak tudi moška sta bila do zadnje malenkosti usklajena. Za obe voditeljici pa je naša stilistka celo sama šivala avtorske kreacije. Nismo imeli konfekcije, vse smo imeli zašito. In to se je poznalo.«

Etnografska analiza vsebine branih besedil voditeljev pa kaže, da je bilo v začetku komentiranja voditeljev malo, v premierni oddaji se je poskus komentiranja pojavil ob temi predsedniških kandidatov, ki v *»tekmi za glasove zanemarjajo svoje obveznosti«* (Planet TV 2012). Lahkotnejši klepet pa se je pojavil ob koncu oddaje, ko sta voditelja odgovorila na izziv voditeljice vremena:

VODITELJICA VREMENA: *»Torej, Tomaž in Jerca, če ne bosta preveč delala, le izkoristita te sončne dni.«*

OSREDNJA VODITELJICA: *»Ja, Tomaž, midva bova pesti za lepo vreme vendarle raje držala za prihodnji teden.«*

OSREDNJI VODITELJ: *»Za tisti teden, ko bo za nama prvi teden vodenja oddaje Danes«* (Planet TV 2012).

»Moja ambicija tiste moje prve ekipe je bila, da mi postanemo del enega obreda, gledanja televizije, v katerega je seveda vključen tudi informativni program. Torej da nam ljudje zaupajo, da nas vzamejo za svoje« (Gerič 2016).

Po nekaj prvih mesecih se je z utečenostjo povečala tudi količina komentiranja: *» ... Alenka Bratušek je prvič po treh tednih vladanja in dnevih, ko so tuji trgi in mediji z vedno večjimi dvomi sprejemali doslej ohlapne protikrizne obljube, stopila pred domačo javnost«* (Planet TV 2013).

Analiza oddaj pokaže več neposrednega nagovarjanja gledalcev: *»... sledi šov Moj dragi zmore, ki se vam je, vsaj po gledanosti prve oddaje sodeč, očitno zelo prikupil,«* veliko je bilo retoričnega poudarjanja, kako je neka vsebina namenjena prav gledalcem: *»Posebej za vas bodo zapeli Perpetuum Jazzile«* (Planet TV 2013).

Vsebina napovedi med analizo ni pokazala poskusov umetnega povezovanja sicer nepovezanih tem, ampak so se te navezovala po vsebinski ali geografski sorodnosti. Voditelja sta med sklopi prehajala tako, da sta brez prekinitve brala naslednjo napoved, da gre za zamenjavo teme pa je nakazal drugačen kader voditeljev v studiu in nova sotvorba na ekranu za njima. Preklop med *»resnimi«* in lahkotnejšimi vsebinami pa sta voditelja tudi besedno naznanila: *»Zdaj pa k prijetnejšim temam«* (Planet TV 2012 in 2013).

Pogovori voditeljev z novinarji, ki so prišli v studio razložiti določeno temo kot poznavalci, so bili vsebinsko resni, a po formi kramljajoči, že v premierni oddaji se je neformalnost med voditeljema in novinarji pokazala tudi ob koncu oddaje, ko se je voditeljica povezala z ekipo v uredništvu in novinarko:

VODITELJICA: *»In, Tea, kakšno je vzdušje med vami, novinarji?«*

NOVINARKA: *»Ja, Jerca, vzdušje, kot vidiš tukaj za mano, je veselo.«*

Podobno neformalna je bila tudi komunikacija med voditeljema in voditeljico športa. Osrednja voditelja sta ji zastavila aktualno vprašanje: *»Nataša, kaj ste nam pripravili? Menda se hokejski as Anže Kopitar vrača v domovino?«* Gerič to pojasnjuje kot prikaz vtisa, da se ekipa informativnega programa dobro pozna med seboj, »da gledalec dobi občutek: 'aha, ta dva sta se o tem že čez dan pogovarjala in sta kolega'. Na ta način smo spet vzpostavili domačnost« (Gerič 2016).

Pred koncem oddaje sta voditelja gledalce pozdravila in napovedala nadaljevanje programa:

VODITELJ: *»Dobro. Od vas pa se midva poslavljava, vidimo se spet čez slabo uro«* (ko je bilo na sporedu soočenje, op. p.).

VODITELJICA: *»Ja, tako je. V oddaji Danes pa seveda jutri, ob istem času na istem kanalu. Srečno.«*

VODITELJ: *»Na svidenje«* (Planet TV 2012).

6.2.2 Voditelj oddaje Danes, julij 2014–marec 2015

Etnografska analiza vodenja drugega formata oddaje pokaže velike spremembe v vodenju oddaje. Voditeljska para sta bila ukinjena, oddajo je zdaj vodil zgolj po en voditelj, ki v studiu ni več sedel, temveč je ali stal ali se premikal na več pozicij, voditeljske mize ni več bilo. Zamenjali so se vsi osrednji voditelji, šport in vremenska napoved sta ohranila isto zasedbo. Zdaj sta osrednjo oddajo med tednom, ko je bila oddaja zastavljena vsebinsko zahtevnejše, vodila novinarsko izkušena Uroš Slak in Mirko Mayer, ob sobotah in nedeljah, ko napornejše teme zamenjajo lahkotnejša poročila, pa Anja Markovič, pred tem novinarka v desku Danes.

Voditelj je zdaj veliko daljši napovednik kot v prvem formatu prebral v kamero z roba rahlo zatemnjenega studia, tako da je bila dobro vidna vsa postava, prej smo voditelja v celoti videli samo občasno, kadar je stal pred video steno. Voditelj Uroš Slak je v obravnavanih oddajah poskus sproščene profesionalnosti in domačnosti poskušal posredovati s svojo govorico telesa. Sicer standardno urejen v obleki in s kravato je nekdanji voditelj pogovornih formatov Trenja in Pogledi Slovenije obe roki med napovednikom držal v žepih. Šele po zadnjem napovedniku je roki potegnil iz žepov in zakorakal do sredine studia, kjer je po novem precej bolj interpretativno, v dramatičnem tonu napovedal prvo poročilo.

V drugem formatu se je že poznalo, da ustvarjalci voditelje namenoma predstavljajo kot zvezdnike. Ob začetku vsake oddaje je voditeljev nemi sprehod po studiu do prve pozicije pospremil vnaprej posnet nizki glas profesionalnega govornika, ki je pompozno in počasi prebral: »*Danes je 14. julij. Z vami: Uroš Slak*« (Planet TV 2014a).

Že premierna oddaja je predstavila še eno novost, in sicer goste v studiu. Če so bili v prejšnjem formatu redkost, so obiski gostov v Danes 2.0 postali dnevna stalnica. O tem, za kakšno oddajo je šlo, razlaga prvi urednik Gerič, ki ga je zamenjal Traven: »... imela je ambicijo biti najbolj senzacionalistična informativna oddaja, oddaja, v kateri bomo odstavljali ministre, oddaja, v kateri bomo vodili politiko, informativna oddaja, v kateri bomo razkrivali blazne afere ... in to smo tudi počeli. Ampak gledalci tega niso kupili« (Gerič 2016).

Oddaja z gosti je dobila nov predznak, nič več samo novičarski kot je to doslej veljalo za pas med 19.00 in 20.00, novicam je bil dodan analitični koncept, doslej rezerviran za poznovečerne Odmeve na TVS, le da se je v Danes vse odvijalo mnogo hitreje. Danes 2.0 je z gosti v studiu postavil vsebinsko razliko konkurenčnima oddajama v istem terminu, 24UR-am in Dnevniku.

En sam voditelj v studiu je pomenil konec kramljanja, zmanjšala se je domačnost oddaje in povečala družbena angažiranost. Voditelj je deloval bolj formalno, mnenjsko je bil bolj izdelan, dogodke je skoraj vedno interpretiral in komentiral. Primer takšnega nastopa je bil opazen že pri prvem gostu (Planet TV 2014a), pravkar izvoljenemu zmagovalcu Miru Cerarju, ko je voditelj na Cerarjev odgovor, da o imenih bodočih ministrov še ne more govoriti, reagiral takole:

VODITELJ: *»Mi ne želimo konkretnih imen, ker smo že toliko časa v novinarstvu, da vemo, da je za to absolutno prehitro. Je pa seveda ključno vprašanje to – ali boste poskusili z Novo Slovenijo?«*

Enak nastop je značilen tudi za napovedi, na primer o volilnem porazu Alenke Bratušek:

VODITELJ: *»V nasprotju z Mirom Cerarjem pa je izrazito agresivno retoriko in retoriko, ki deli, v predvolilni kampanji uporabila Alenka Bratušek. Zato da bi prišla v parlament, je bila pripravljena zlorabiti celo institucijo vlade. Le tako si lahko razlagamo, da je bila njena zadnja tiskovna konferenca vlade le dan pred volilnim molkom«* (Planet TV 2014a).

Voditelj je apeliral tudi na gledalce, kako naj razmišljajo oziroma predlagal, naj poskusijo razmišljati tako, kot on:

VODITELJ: *»Še naprej odmislite imena in priimke, še naprej odmislite politične simpatije ali nesimpatije do Janeza Janše. Odprli bomo še eno, za slovensko družbo zelo pomembno temo, ker jo je seveda treba odpreti. Gre za vprašanje legitimnosti volitev«* (Planet TV 2014a).

Voditelj je komentiral tudi v odjavah poročil:

VODITELJ: *»Ja, Bratuškova je raje v Bruslju kot doma«* (Planet TV 2014b).

VODITELJ: *»In tako breme pomoči otrokom v stiski, namesto da bi ga uredili politiki, ki so za to pristojni in smo jih celo izvolili, da delujejo v interesu vseh nas, na koncu pade na državljane«* (Planet TV 2014b).

Med vklopi novinarjev s terena je v prvi oddaji opazno nerodno obračanje voditelja s hrbtom proti kameri, kar lahko izpade nespoštljivo do gledalcev. Ta gib so ustvarjalci kasneje ublažili. Je pa to hkrati eden redkih primerov vsaj nakazanega kramljanja v oddaji:

VODITELJ: *»Rajko, kaj si izvedel?«*

NOVINAR: *»Res je, Uroš, ...«* (Planet TV 2014a).

Analiza vodenja prvega in drugega formata oddaje razkrije tudi odsotnost kramljanja med osrednjim voditeljem ter voditelji vremena in športa. Voditelj kolegu iz športnega dela oddaje ni več postavil vprašanja, kaj bo ta v nadaljevanju predstavil, ampak je to na kratko opravil kar sam. Da so bili voditelji športa in vremena postavljeni v ozadje, nakazuje tudi to, da se šport ni zaključil s slovesom športnega voditelja, ampak je po zadnjem poročilu pred kamero spet stopil osrednji voditelj in nadaljeval z zadnjim delom oddaje. Ugajanja in prijaznosti do gledalcev kot v prvem formatu ni bilo, tudi slovo je bilo kratko: »*To je bilo za danes to,*« nato je nadaljeval s predstavitvijo programa, ki je sledil, in zaključil »*Mi se vidimo spet jutri ob 19-ih,*« nato se je ob zaključni špici sprehodil iz kadra, torej iz studia (Planet TV 2014a in b).

6.2.3 Voditelj oddaje Danes, od pomladi 2015

Tudi ob prihodu tretjega urednika Tomaža Peroviča je prišlo do sprememb v sestavi voditeljske ekipe, ne pa tudi v osnovnem načelu – oddajo še naprej vodi po en voditelj/ica, vendar se ne premika po studiu, ampak je statičen na eni poziciji, enako kot v prvem formatu. Uroš Slak se je še pred Perovičevo konceptualno prenovo z marcem 2015 poslovil, vrnila se je Jerca Zajc Šušteršič, prej novinarka v desku Anja Markovič je napredovala v tedensko voditeljico, vsaka je vodila po ves teden, delitve na delovnike in vikende ni bilo več. Mirko Mayer ni več vodil novičarskega dela, ampak novo pogovorno rubriko Debata, sprva enkrat, potem dvakrat, nato petkrat tedensko, takrat se je izmenjeval z Blažem Jarcem. Leto kasneje, spomladi 2016 se je Anja Markovič vrnila med novinarje, njeno mesto voditelja dnevnoinformativne oddaje Danes pa je prevzel Blaž Jarc, Debata se je zdaj krčila, nazadnje samo na nedeljski termin, v poletni shemi pa je sploh ni bilo, Mayer je postal posebni reporter-komentator za vklope v živo in rezervni voditelj Danes.

Voditeljici sta tako kot v prvem formatu brežhibno urejeni, njune obleke so spet ukrojene po meri, oddaja torej ohrani visok stilski standard, postavljen z Rajkom Geričem. Velika novost pa je zasuk v retoriki voditeljev, poročevalsko ostrino iz Danes 2.0 spet zamenjuje prijaznost kot v Danes 1.0, voditelji v napovedih stremijo k sproščnemu pogovornemu stilu z logiko »vprašajmo se, kaj zares zanima gledalca, postavimo si vprašanja, kot bi jih imel slehernik« (Perovič 2016).

VODITELJ: »*Solna kislina. Veste, kaj je to*« (Planet TV 2016)?

Po Peroviču so zato adut tretjega Danes »ekstremno brihtne napovedi. Ne napovedi, kjer bi gledalcu razložili celo zgodbo, ampak jo zares pametno z dodatnimi informacijami umestimo. Ko ugotovimo, da se je zgodila res kakšna velika neumnost, tragika, tragična zgodba ali kaj podobnega, to tudi ljudem povemo« (Perovič 2016).

Nazaj se vrne tudi enakovredna obravnava voditeljev športa in vremena, kot v prvem Danes, in pri Travnju ukinjeno kramljanje z voditelji obeh rubrik:

OSREDNJA VODITELJICA: *»No, jutri zvečer pa se že veseliva sicer bolj moškega dogodka: četrtfinalna tekma Lige prvakov.«*

VODITELJICA ŠPORTA: *»Ja, in to na naši televiziji. Madridski Atletico in Real.«*

OSREDNJA VODITELJICA: *»Bo branil naš Jan Oblak?«*

VODITELJICA ŠPORTA: *»Bo, tako da tega res ne gre zamuditi.«*

OSREDNJA VODITELJICA: *»Vsekakor, vse podrobnosti o mestnem dvoboju torej v športu, takoj po vremenski napovedi. Ne zamudite«* (Planet TV 2015a).

Ohrani in še razširi pa se zvezdniški princip, ki ga je vpeljal Traven, moški glas ob koncu najavne špice zdaj predstavi ne le voditeljico, ampak tudi voditeljico športa: *»Planet Danes z Jerco Zajc Šušteršič. Šport vodi Nataša Gavranič«* (Planet TV 2015a). Vendar leto kasneje takšnega uvoda ni več, oddaja se začne in medias res.

Enako je z napovedniki (petih) tem, sprva jih tretji Danes ohrani, ampak dosledno prekriva s sliko, leto kasneje jih popolnoma ukine. Rajko Gerič, ki je pod Travnju delal kot novinar, pri Peroviču pa je dnevni urednik, retrospektivno primerja formate:

Ja, zdaj bolj teče, zdaj se vse skupaj povezuje, nič se ne ločuje z nekimi vmesnimi špicami, z nekimi flash newsi. Tudi napoved oddaje smo ukinili, se pravi mi začnemo oddajo in je takoj oddaja (tretji format, op. p.). V moji fazi smo imeli kratko napoved in potem oddajo in potem smo jo presekali, pogledali, kaj je še v drugem delu oddaje. V drugi fazi, Travnju, smo v bistvu imeli napovednik oddaje dolg skoraj 5 minut, potem smo pa šele oddajo delali, kar je bilo spet zelo naporno za gledalce, po mojem mnenju zgrešeno. V tretji fazi smo zdaj vse to pometali stran (Gerič 2016).

Zelo velik je poudarek na karizmatičnost voditelja, poudarja Perovič: »Voditelji niso bralci vesti, ampak persone, ki morajo skozi način pripovedovanja zgodb ugotoviti, da imajo do vsake zgodbe, ki jo objavimo, nek odnos« (Perovič 2016). Komentariji voditeljev so tako neizogibni, vendar kot kaže tudi uredniško pričakovani in zaželeni.

VODITELJ: *»Brez zimske opreme konec aprila prežati na voznike brez zimske opreme res zveni skrajno inkasantsko«* (Planet TV 2016).

VODITELJ: *»Res, pogumna poteza policistov«* (Planet TV 2016).

VODITELJICA: *»Iskreno, nič čudnega ni, da kandidatov za šolskega ministra ni na pretek«* (Planet TV 2015a).

VODITELJICA: *»Zunanji minister Karl Erjavec pa je – kot že kdaj prej, ko je zakuhal kakšno afero – znova poniknil«* (Planet TV 2015b).

VODITELJICA: *»... klonili pa v prvi vrsti zaradi tajkunskih poslov Boška Šrota in izčrpavajoče in nesmiselne vojne za ljubljanski Union«* (Planet TV 2015a).

VODITELJICA: *»... zakaj je Erjavec njegovo imenovanje označil za veliko zmago diplomacije, ta pa se zdaj sprevrča v farso ...«* (Planet TV 2015b).

VODITELJICA: *»In kdo drug kot zunanji minister, diplomacija bi se morali odzvati ter ukrepati«* (Planet TV 2015a)?

Odnos do vsebine se izkazuje tudi s poudarjeno intonacijo glasu, na primer pri Blažu Jarcu, ki povedano pospremi še z zgovorno obrazno mimiko in gestikulacijo rok. *»Si predstavljate, da bi morali glasovati na kar šestih referendumih hkrati?«* si postavi retorično vprašanje in pri tem zakrili z rokami ter pomenljivo doda: *»Ja, Sloveniji spet grozi referendumski cunami«* (Planet TV 2016). Gre za voditeljevo razlagalnost in ne vsevednost, pojasnjuje Perovič. *»Mi nočemo imeti vzvišenih voditeljev, ki bi vedeli več kot kdorkoli drug. Nočemo imeti ljudi, ki bi nam moralizirali pri zgodbah. Ogromno dela je vložnega v to, da ljudje čim več stvari izvejo od voditeljev, hkrati pa voditelji lahko in morajo pokazati svoj odnos do stvari, ki so na ekranu«* (Perovič 2016).

Vseeno analiza voditeljevih napovedi občasno osvetli zdrs na rob pokroviteljskega nagovora: *»Veste, kaj na cesti počnete narobe? Za trenutek pozabite na ponos in*

prisluhnite kolegici Petri Košič» (Planet TV 2016). Pogosta je tudi dramatičnost: »*V Sneberjah še vlada obsedno stanje*« (Planet TV 2015b) in »*V kriznih dogodkih, ki jih navadno vidimo v filmih, te dni pa smo jim priča tudi pri nas, niso na delu le okrepljene ekipe moč v modrem*« (Planet TV 2015b).

Voditelji se v tretjem formatu Danes spet poslavljajo od svojih gledalcev.

6.3 STUDIO

V nadaljevanju predstavljam rezultate analize, s katero odgovarjam na tretje raziskovalno vprašanje – kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes reartikuliral skozi spreminjanje televizijskega studia. Tudi tu je značilno prehajanje med različno studijsko prakso: ukinjanje in kasneje vračanje k enostavnosti, vmes je obdobje kompleksnosti. Studio ima prvo leto in pol eno, nato pa povsem spremenjeno podobo, ki se kasneje še enkrat zamenja, a v manjši meri. V prvem Danes je največ studijskega pohištva, v drugem ni niti voditeljske mize, v tretjem se vrne voditeljski pult. Najprej ima studio dve nagovorni poziciji, nato tri, nazadnje se uporablja eno. Prvi studio je za voditelja, ki sedi za mizo, delno fiksen, delno prost kadar stoji in se premika pred video steno. V drugem voditelj stoji in se sprehaja med tremi studijskimi »separeji,« v tretjem je spet vse fiksno, stoji pa se za pultom. Kadriranje je pri vseh verzijah dinamično, splošni plani studia na začetku, v prehodih in na koncu, voditelji so samo v prvem formatu kadrirani v zelo bližnjem planu zaradi tehnične omejitve pri sočasnem predvajanju sotrbov, nato pa vedno v srednje širokem planu. Na naslednjih straneh bom predstavil analizo studia, opreme, kadriranja – od prve do zadnje podobe in prakse.

6.3.1 Studio prvega formata Danes, november 2012–julij 2014

Premierni studio je kot prostor prvega reda vedno uvedel splošni plan, ki se je začel s polptičjo perspektivo nad večjim delom studijskega prostora (glej Sliko 6.1). Kader je zahteval hidravlično roko (angl. *crane*), saj se je začel, gledano s strani gledalca, v ekranu visoko levo zgoraj in se hitro premikal navzdol v desno, v globino in v sredino osrednjega dela studia, tako da se je končal še vedno kot splošni kader, ki je na koncu zaobjel »glavni oder,« mizo, oba voditelja in scenografijo za njunim hrbtom. Namen je bil ambiciozen, predstaviti vse, kar se nahaja v prostoru, vendar naloge s hidravlično

roko ni bilo mogoče izpolniti zaradi omejitev v širini in višini prostora (Gerič 2016). Predvsem je izpuštil oziroma pokazal le tretjino studijskega aduta prvega Danes, od osrednje mize ločen, samostojno stoječi veliki video zaslon, drugi del prostora prvega reda.

Sicer pa je se uvodni kader vedno začel v poltemi, voditelja sta že sedela za mizo, a sta bila sprva še zatemnjena, takoj s premikom pa so se v studiu začele prižigati močne bele luči za splošno osvetlitev in tanke rdeče linije za detajle. Generalna osvetlitev, pokaže analiza, je bila po vsem prostoru enakomerna, tako da nikoli in nikjer, na nobeni poziciji, ni prihajalo do senc. Prej omenjene rdeče linije pa so bile v kontrastu s prevladujočo modrino in belino. Vidne so bile kot obroba v tleh, ki je poudarjala dve višini tal, splošni podij v gladki črni in za višino ene stopnice privzdignjen steklen podij s črno podlago, na katerem je postavljeno vse studijsko pohištvo, miza, video stena in scenografija za mizo. Rdeče linijske luči so bile tudi obroba okoli bele mize in treh ekranov znotraj nje, na katerih se je ves čas oddaje vrtel logotip Danes.

Prvi kader je pokazal velik svetlo moder studio na svetlečem črnem podiju, ki je odseval modrino, sredi katere je stala velika bela in mehko zaobljena voditeljska miza, v sredini pravokotna, na vsaki strani pa v obe smeri delno prelomljena. Natančen pregled studia pokaže, da si bili za mizo v isti ovalni formi, a drugače kot ukrivljena miza, v ravni črti postavljeni trije veliki prev tako beli pravokotni okvirji v funkciji studijske dekoracije in vtisa dodatne prostorske globine, saj so prehajali od večjega proti manjšemu. Znotraj zadnjega, najmanjšega okvirja je bilo devet monitorjev, osem manjših, dvakrat po štirje na levi in desni strani, vmes, neposredno za hrbtom obeh voditeljev pa je imel centralno vlogo precej večji monitor. Ozadje po vsem prostoru je bila fizična, pleksi stena, osenčena in osvetljena tako, da je izrisovala nočno silhueto urbane vedute, metropolisa.

Splošni kader studijskega prostora se je, kot rečeno, v uvodu iztekel v malce ožji, a še vedno širok plan voditeljev za voditeljsko mizo in ekrani v ozadju. Voditelja sta sedela na srednjem delu mize, moški na desni, ženska voditeljica na levi strani. Sledil je pozdrav in branje napovednika, prvi je bil prebran še v istem kadru z obema, dva naslednja pa z vsakim voditeljem posebej v bližnjem kadru od prsi navzgor in s sotvorbo. Bližnji kader voditelja je tega prikazoval skupaj s sotvorbo, torej vizualno-

grafično napovedjo na ekranu zadaj. Na ostalih ekranih se je med oddajo predvajala napovedna špica Danes, a v temno modri barvi namesto bele.

Slika 6.1: Prvi format Danes – studio in sotvorba (uvodni splošni kader studia, splošni kader voditeljev, voditeljica s sotvorbo)



Vir: Planet TV 2012.

Opisan bližnji kader iz napovednika se je na enak način tudi sicer uporabljal pri napovedih skozi oddajo, kjer sta si voditelja napovedi razdelila tako, da sta bila ves čas na ekranu ali izmenično ali skupaj. Kadar sta napoved prebrala skupaj oziroma si jo razdelila, sta to storila v srednjem planu, kadrirana skupaj od zgornjega roba mize navzgor do *headrooma* nad njunima glavama, kar pomeni, da smo v ozadju med njima videli sotvorbo na velikem ekranu pa tudi dva manjša spodnja ekrana v celoti in rob dveh manjših zgornjih ekranov. Splošni kader je v prvem Danes ločeval tudi tematske sklope. Postavljen je bil frontalno, tako da je zajel vso voditeljsko mizo in scenske okvirje okoli nje ter se z *zoom*-om približeval na voditelja, tako da se je iztekel v prej opisan srednji plan. Tako so gledalci več kot očitno opazili, da gre za menjavo vsebinskih sklopov. Vizualno sta bila voditelja vedno hierarhično uravnotežena, nihče v ospredju, nihče v ozadju, bila sta povsem enako kadrirana in vse vloge, pozornost kamer in vsebino sta dosledno razdelila.

Studio je še posebej prišel do izraza z uporabo video stene (Gerič 2016), nameščene nedaleč od voditeljske mize kot dodatni razlagalni prostor in element scenografije, ki je s svojo vizualno in vsebinsko učinkovitostjo deloval kot prostor v prostoru. Šlo je namreč za veliko plazmo, velikosti 2,5 x 4 metre, postavljeno v enak zaobljen snežno beli okvir kot okvirji, ki so stali za mizo. Kadar je na njej vsebino razlagal novinar, je bila njegova prisotnost v studiu uvedena s še enim splošnim kadrom, postavljenim v skrajni levi ali desni rob studia (glej Sliko 6.2).

Šele ta kader je prikazal vse tisto, kar ni uspelo uvodnemu, poleg mize smo zdaj v celoti videli vso video steno in skrajni levi rob prostora. V nadaljevanju je novinarja ali voditelja ter celotno video steno nato spremljal malce ožji splošni kader, ki se je ob predaji besede nazaj k voditeljema vrnil v prej opisan splošni kader.

Slika 6.2: Prvi format Danes – video stena in studio (voditeljica pred video steno, splošni kader studia skrajno levo, splošni kader studia skrajno desno)



Vir: Planet TV 2012; Planet TV 2013.

Splošni kader mize in video stene je bil na enak način uporabljen pri predaji besede voditeljici športa, ki so ji za njen del oddaje snemalci vedno postavili premični pult in video stena se je spremenila v voditeljski mizi popolnoma enakovreden razlagalni prostor. Kadriranje je bilo: bližnji kader, srednji kader voditeljice od kolen navzgor, splošen kader voditeljica – video stena – pult in pa *zoom* iz srednjega v splošnega ob zaključku športnega bloka (glej Sliko 6.3).

Slika 6.3: Prvi format Danes – studio – športna rubrika (splošni kader – predaja besede voditeljici športa, splošen kader voditeljice športa, srednji kader voditeljice športa)



Vir: Planet TV 2012; Planet TV 2013.

Vremenska napoved se je odvijala v virtualnem studiu, posneta je bila v istem studijskem prostoru, vendar v posebni niši na praznem modrem ozadju, ki omogoča virtualno dodajanje slike in grafike. Kader je bil ves čas enak, srednji plan od kolen navzgor, ki dovoljuje prostor za animacijo, sliko in grafične izpise krajev in številok.

Rajko Gerič pravi, da je imel prvi studio Danes veliko prednosti pred takratno in sedanjo konkurenco:

... mi smo imeli studio že od začetka tako postavljen, da je bil v bistvu gibalen. Po našem studiu se je voditelj lahko tudi gibal. On ali gostje. Ali pred wallom oziroma ko so prišli neki gostje, smo imeli pred voditeljsko mizo črn podij, na katerem se je lahko vedno nekaj dogajalo. Tega ni imel nihče. Oziroma tega še zdaj praktično nima nihče. POP TV ima tudi nek črn krog, ampak tam ti ne moreš plesati break dancea. Pri nas pa smo, ker je bil prostor. Se pravi mi smo lahko imeli dogajanje čisto pred voditeljsko mizo. Na dovolj majhno kvadraturu 240 kvadratov smo postavili studio, ki marsikaj omogoča (Gerič 2016).

V izbranih oddajah Geričevo trditev podpira nastop 30-članske vokalne skupine Perpetuum Jazzile v živo. Razporedili so se za voditeljsko mizo, prostor pred videosteno je ostal prazen. Kamera na hidravlični roki je prikazala studio s počasnimi švenki v obe smeri in kadriranjem široko-srednje do zaključka v spet polptičji perspektivi desno zgoraj, obratno od uvodnega kadra (glej Sliko 6.4).

Slika 6.4: Prvi format Danes – studio (polptičja perspektiva gostov z desnega kota, splošen kader – voditelja z gosti, polptičja perspektiva gostov z levega kota)



Vir: Planet TV 2013.

Prvi Danes je uporabljal tri kamere na kolesčkih, po eno za vsakega voditelja za bližnji kader, tretja kamera je bila za srednji plan, kadar sta napoved brala oba voditelja in za ločilni kader splošni-srednji plan. Kamera na hidravlični roki je bila uporabljena za uvodni in zaključni splošni kader. Za enega voditelja sta namreč potrebni najmanj dve kameri, ena za bližnji in srednji plan druga pa za splošni kader, za dva voditelja pa so potrebne najmanj tri kamere, dodatna je za oba voditelja skupaj v kadru (Gerič 2016).

6.3.2 Studio drugega formata Danes, julij 2014–marec 2015

Po letu in pol novi urednik zastavi svojo različico studia Danes v istem prostoru, a z radikalno prenovo, pravzaprav demontažo, predvsem pa z drugačno organizacijo studijskega prostora, novo scenografijo in z drugačnim kadriranjem.

V studiu ni več voditeljske mize, voditelj nastopa izključno stoje in med hojo. Prav tako ni več velikih scenskih okvirjev. Prej nekoliko sekundarni video zaslon postane osrednja točka v prostoru, glavni element – a dobi drugačen okvir z ostrimi robovi. Podij je po novem razdeljen tako, da z osvetljeno stopnico privzdignjen del zdaj deluje ožje, a daljše, kot nekakšna studijska promenada za voditelja med hojo od ene do druge strani studia. Črno bleščeč je ostal spodnji del, zgornji podij, prostor nastopa, pa je v večini svetlo siv in delno bel na stekleni podlagi.

Studijski prostor je razdeljen na tri različne separeje, ki so tri osnovne pozicije za voditelja in imajo različne funkcije – so nagovorni, razlagalni in debatni prostor. Nagovorni je v sredini, kjer je postavljena video stena na svetlomodrem ozadju. Na desni je razlagalni prostor, na temnomodrem ozadju in kovinski konstrukciji visijo ekrani, ki so nekdam stali za voditeljsko mizo, en srednje velik in okoli njega šest manjših, prej osem. Na levi strani je debatni prostor, s svetlo rdečimi stenami intonirana in v globino povečana »soba« za pogovorni del oddaje z gosti, ki imajo pred seboj majhen prozoren pleksi pult (glej Sliko 6.5). Pod stropom visita dva napisa »DANES« z novim logom, ostrejši so robovi črk, črka N je prelomljena. En napis je viden v splošnem studijskem kadru, drugi na prehodu iz osrednjega nagovornega v debatni prostor.

Slika 6.5: Drugi format Danes – studio (nagovorni prostor, razlagalni prostor, debatni prostor)



Vir: Planet TV 2014a.

Po etnografski analizi studia drugega formata, ugotavljam, da je uvodni kader v prvi oddaji drugega formata fiksni, nič več premičen, srednji plan namesto splošnega, pogled iz desnega kota spodaj in nič več iz levega zgoraj, skratka vse je diametralno drugače kot v prvem formatu. Voditelj stoji na skrajno desni poziciji, od koder prebere napovednik, zatem se sprehodi do osrednjega dela pred video steno, sprva ga spremlja premikajoča kamera, kjer snemalec hodi pred njim, kasneje pa *steadycam* kamero zamenja hidravlična roka (glej Sliko 6.6). Veliko je gibanja voditelja, ki se večkrat sprehodi v levi ali desni del studia. Kader v gibanju je skoraj obvezen pred vsakim prehodom na vklop z novinarjem na terenu, ki ga v prvi oddaji najprej vidimo na majhnem ekranu, v naslednjih oddajah pa se pojavlja na video steni. Kadar se voditelj po premiku ustavi, se splošni kader v gibanju spremeni v fiksni bližnji plan, voditelj pa napoveduje poročila ali v enem ali v drugem planu, ali pa v enem začne in v drugem kadru konča.

Slika 6.6: Drugi format Danes – studio (voditelj med branjem napovedi, voditelj v kameri *steadycam*, voditelju sledi hidravlična roka)



Vir: Planet TV 2014a; Planet TV 2014b.

Centralni element studia je video stena, na kateri se med napovedmi voditelja predvaja slika, nikoli sotrbova. Sotrbove so rezervirane za desni prostor, za srednje velik ekran. Pri pogovorih z novinarji na terenu imamo pri vprašanjih vedno dvoplan voditelj – reporter, med odgovori pa novinarja gledamo ali čez ves ekran ali pomanjšanega v duplex grafiki, kjer je čez tretjino ekrana obraz novinarja na lokaciji, čez dve tretjini duplex grafike pa se predvaja slika, oboje uokvirja grafika. Prostor drugega reda, teren, je tako tudi dejansko podrejen dominantnemu studiu. Enak princip je ubran med pogovorom voditelja z gostom ali dvema v debatnem kotu. Voditelj je med vprašanjem vedno v splošnem ali srednjem dvoplanu z gostom, pri odgovoru pa je gost najprej v srednjem planu, nato pa prestavljen v duplex grafiko, kjer se ob njem predvaja slika o temi pogovora.

V delu oddaje se iz studia vklopimo oziroma začasno preselimo v novinarski desk, kjer novinarka v bližnjem kadru napoveduje novice iz sveta in zunanje politike, v ozadju vidimo novinarje za svojimi delovnimi mizami in logotip oddaje na stenskem ekranu (glej Sliko 6.7).

Šport: uvod izpelje novičarski voditelj s predajo besede v splošnem kadru voditeljici športa. Ta po oglasih novice prezentira na skrajno levi, četrti poziciji, za razliko od prvega formata nima več na voljo video stene ampak malo večji ekran. Bližnji in srednji kader.

Vreme: tudi v drugem formatu gre za virtualno sceno, animirano grafiko na modrem ozadju. Dinamika je večja, napoved se začne v bližnjem kadru in nadaljuje v srednjem, več je animiranih podatkov, po novem tudi za zamejske kraje, od avstrijske Koroške do Furlanije in vedno tudi za hrvaško Istro in Kvarner.

Ob koncu se voditelj vedno sprehodi do sredine studia, od koder se poslovijo, nato se splošni kader maksimalno razširi in konča v polptičji perspektivi levo zgoraj, tako da se vidi ves studio, vključno s kamerami in kabli, snemalci, studijska asistentka. Tako gledalec začne in konča oddajo z vpogledom v zakulisje.

Slika 6.7: Drugi format Danes – novinarska soba in studio (novinarska soba, predaja besede voditeljici športa, zaključni kader studia)



Vir: Planet TV 2014a.

6.3.3 Studio tretjega formata, od pomladi 2015

»V fazi, v kateri smo zdaj, je dovolj, da imamo ta studio. Omogoča nam dovolj stvari, ki jih hočemo delati z dobrimi idejami, dobrimi realizatorji in dobrim zavedanjem, kaj ti studio omogoča, česa ne omogoča. Ta studio je dovolj, da pridemo naprej« (Perovič 2016).

Tretji poseg v tudi tokrat isti studijski prostor je manj radikalen kot prehod iz prve na drugo podobo. Zapleteni kadri in prehodi so poenostavljeni, skupaj z novo celostno grafično podobo gledalec vseeno dobi vtis, da je šlo za večjo prenovu studia. Z analizo bom poskušal razložiti, zakaj.

Oddajo še naprej vodi samo po en voditelj, vendar pa se v načeloma precej enak studio vrne osnovni kos studijskega pohištva, sicer ne miza kot v prvem formatu, ampak voditeljski pult, postavljen pred video steno, ki tokrat postane osrednji element v prostoru. V drugem formatu se je pozornost zaradi sprehajanja voditelja ves čas premikala v levi in desni prostor, tukaj se z redkimi izjemami skoraj vse dogaja samo pred video steno, vse voditeljeve napovedi, pogovori z novinarji na terenu, debata z gosti. Nekdanja razdeljenost na nagovorni, debatni in razlagalni prostor, ki je zahtevala naporno stalno menjavo pozicij v živo, je ukinjena. Voditelj je drugače kot prej in enako kot v prvem formatu spet statičen, ob začetku oddaje že stoji za pultom in tam tudi obstane na koncu v odjavni špici.

Otvoritveni kader je splošni, spet kamera na hidravlični roki, vendar gre v drugo smer kot pri Danes 2.0, spet od leve zgoraj navzdol in v sredino, v globino proti voditeljici, kot že nekoč pri prvem formatu, enako zaključni kader, ki je tako rekoč nadaljevanje srednjega plana iz voditeljice z *zoom out*-om v desno zgoraj (glej Sliko 6.8). V obeh primerih polptičja perspektiva omogoča razgled po prostoru, vidijo se kamere na koleščkih in snemalci, vsi na črnem podiju, ki je za stopnico nižji od stransko osvetljenega svetlega, sivega in belega »pedestala« za voditeljico.

Napovedi poročil so kadrirane po isti dinamični shemi: najprej široki ali srednji plan s sotvorbo, potem prehod na »pokrivanje« s sliko ali grafiko ali oboje skupaj, nato spet bližnji plan voditelja z zadnjim stavkom, dvema napovedi. V primeru odpovedi se spet uporabi srednji plan s sotvorbo. Splošni plan tako prikaže osrednji prostor z video steno in nekaj modrega ozadja, voditeljico v vsej višini, enako pult. Srednji plan pa je rezan od kolen navzgor, zato pa čez ves ekran gledamo največkrat blago animirano sotvorbo (fotografija ali grafika se približuje ali oddaljuje), voditelja za pultom vidimo od pasu navzgor.

Slika 6.8: Tretji format Danes – studio in sotvorba (otvoritveni splošni kader, srednji plan voditeljice, ožji plan voditeljice)



Vir: Planet TV 2015a.

Debatni prostor je še vedno levo od video stene in je zdaj rezerviran izključno za rubriko *Debata*, v novičarskem delu oddaje ga ne uporabljajo, vidimo ga samo v splošnih kadrih na začetku in koncu oddaje ter ob najavah *Debate*.

Prej razlagalni prostor desno od video stene s srednje velikim monitorjem je prav tako redko uporabljen, največkrat kadar je v studiu novinar kot voditeljjev gost, recimo pri razlagi javnomnenjskih podatkov.

Športni voditelj/ica stoji na dodatni poziciji, skrajno levo, ozadje modro, scenska imitacija planeta Zemlja, ekrana nima več na voljo, voditelj pa se izmenjava v bližnjem in srednjem planu, splošni kader je uporabljen na uvodu in koncu. Športna rubrika je napovedana tako, da se voditelj športne rubrike pridruži osrednjemu voditelju za voditeljskim pultom (glej Sliko 6.9).

Vreme: je posneto na virtualni sceni, voditelj/ica je ves čas v srednjem planu, ob začetku in koncu pa v duplex grafiki skupaj z voditeljem novičarskega dela, ko ta postavi vprašanje oziroma se zahvali.

Gost v oddaji: gostov je bistveno manj, so bolj izjema kot pravilo v primerjavi z *Danes 2.0*. Predvsem pa gost ni več postavljen v poseben debatni prostor kot pri *Danes 2.0*, ampak kar pred video steno, stoji ob voditeljskem pultu, največ meter stran od voditelja. Napoved gosta je bližnji plan voditelja, nato stranski dvoplan, *zoom* na sogovornika ali sogovornik bližnji plan, frontalni dvoplan.

Slika 6.9: Tretji format Danes – studio z gosti, voditeljema športa in vremenske napovedi (napoved športa, napoved vremena, gost v studiu)



Vir: Planet TV 2015a; Planet TV 2016.

6.4 GRAFIKA, ŠPICE, NAPOVEDNIKI IN ZVOK

Na koncu predstavljam še rezultate zadnjega, četrtega raziskovalnega vprašanja: *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes reartikuliral skozi uporabo grafike?*

Analiza grafik, špic, napovednikov in zvoka pokaže najbolj opazne prelome med formati. V prvem formatu je napovedna špica nekoliko dolga in v počasnem tempu, v drugem hitra, kratka, v tretjem minimalistična. Jasne tematske ločevalnike imamo samo v prvem formatu, nato so ukinjeni, menjavo sklopov nakazujejo v drugem in še posebej v tretjem formatu bistveno bolj pogoste in pripovedne sotvorbe. Prvi Danes se je začel s kratkim, do 30-sekundnim napovednikom treh glavnih tem, drugi Danes z večminutnim napovednikom najmanj petih, tudi devetih tem, tretji Danes na koncu nima napovednikov. Grafični izpisi nastopajočih v poročilih so bili najprej ovalni, sledili so telopi ostre pravokotne oblike. Grafični izpisi znotraj novinarskih poročil so v prvi in tretji verziji poenostavljeni in poenoteni, v drugi pa zapleteni in manj pregledni. Vodilno belo, rdečo in svetlo modro kombinacijo v prvem formatu v drugem izpodrine temnomodra in temnordeča, v tretjem se vrnejo prve barve, a s prevlado svetlo modre. V nadaljevanju sledijo rezultati pregleda treh grafičnih pristopov ter sprememb v špicah, napovednikih in zvokih.

6.4.1 Grafike prvega formata Danes, november 2012–julij 2014

Prvo celostno grafično podobo Danes so predstavljale tri osnovne barve: bela, rdeča in modra. V studiu je prevladovala modra barva z belo scenografijo, bela in rdeča sta bili uporabljeni za logotip oddaje, bela, rdeča in siva so bile barve grafičnih izpisov v

poročilih. Logotip so predstavljale zaobljene bele črke D-A-N-E-S na rdeči podlagi – pravokotniku s prav tako zaobljenimi robovi. Enaka ovalna oblika in ista barvna kombinacija sta bili uporabljeni tudi za vse grafične izpise, žargonsko telope, s katerimi so na ekranu podpisani voditelji, novinarji, snemalci, sogovorniki v poročilih. Podlaga za telop je bil bel okvir, v katerem je bil rdeči logotip Danes, ob njem pa na beli podlagi s črnimi črkami zgoraj ime in priimek, spodaj pa na sivi podlagi še funkcija, poklic ali kraj bivanja. V primeru tujega govorca se je telop prikazal nad prevodom v podnapisu. (glej Sliko 6.10) Značilnost prvega formata je bil tudi tako imenovani »crawl«, tekoča grafika na dnu ekrana, ki je ves čas prikazovala neposredne komentarje na družbenem omrežju Twitter. Ta napis ni vseboval logotipa oddaje, temveč logotip družbenega omrežja in pa oznako #PlanetTV.

Slika 6.10: Prvi format Danes – telopi (spodnji telop za identifikacijo voditeljev, spodnji telop za identifikacijo sogovornikov, zgornji telop in premična grafika s Twitter vsebinami)



Vir: Planet TV 2012.

Občasno je Twitter komentarje zamenjal »crawl« z borznimi vrednostmi slovenskih podjetij. Tudi tu ni bilo logotipa oddaje, ampak le uvodni napis »BORZA,« oznaka delnice, vrednost, odstotek spremembe in puščica kot simbol naraščanja ali padanja (glej Sliko 6.11).

Kadar se je poročilo nanašalo na dogodek v tujini, na primer zunanjo politiko, se je na vrhu ekrana na levi v telopu izpisalo ime kraja ali države. Za javljanje novinarjev s terena v živo se je uporabljala dupleks grafika. Na ekranu sta se – na beli podlagi z rdečo črto v polkrogu – prikazala dva okvirja s sliko, manjši z zelo bližnjim planom novinarja v studiu, od ramen navzgor, in precej večji okvir z bližnjim ali srednjim planom reporterja (Na enak način se kasneje grafika uporablja v primeru treh sogovornikov, tripleks, na primer voditelj plus dva reporterja ali voditelj plus reporter plus gost na tretji lokaciji).

Slika 6.11: Prvi format Danes – telopi in duplexi (zgornji telop za lokacijo, duplex voditelj – novinar, polovični spodnji napis)



Vir: Planet TV 2012.

Kadar so novinarji želeli predstaviti hipotetični dogodek ali pa so hoteli narediti vizualno rekonstrukcijo dogodka, so uporabili animirano grafiko, ki jo najlažje primerjamo z risanko. Na Sliki 6.12 je primer simulacije napada na konvoj z radioaktivnim uranom, povod pa informacija o nevarnem prevozu izrabljenega jedrskega goriva iz Nuklearne elektrarne Krško. Celozaslonske podatkovne grafike imajo za podlago največkrat belo, pa tudi modro in sivo ozadje. Športna rubrika in vremenska napoved sta dodali dve novi barvi – rdečo barvo v uvodni špici in logotip Danes v pasicah je zamenjal zeleni napis ŠPORT, pri vremenu pa rumeni napis in logotip VREME. Kljub poskusu animiranega prikaza pokrajine za hrbtom voditeljice vremenske napovedi, rubrika ni delovala kompatibilno s preostankom oddaje, enako neenotne so bile fotografije na video steni pri športni rubriki.

Slika 6.12: Prvi format Danes – simulacije ter grafike v športu in vremenski napovedi (simulacija dogodka, šport, vremenska napoved)



Vir: Planet TV 2012.

6.4.2 Grafike drugega formata Danes, julij 2014–april 2015

Drugi format je ohranil enake barve celostne grafične podobe, vendar pa z drugimi poudarki, namesto bele je tokrat prevladovala temno modra barva. Narejen je bil nov logotip Danes z ostrejšimi robovi črk in zamaknjeno srednjo črko N – namesto prej

zaobljenih linij. Zdaj je bilo ozadje logotipa temno modro in ne belo, prej opazna rdeča barva pa je v logotipu komaj še prisotna, bolj izrazita pa je pri telopih.

Voditeljevo ime se ob začetku oddaje ni več izpisovalo, ker ga je napovedal vnaprej posneti govorec. Grafični izpisi, telopi, ki so podpisovali sogovornike, goste ter novinarje in snemalce, so tokrat zavzeli več prostora na ekranu, celotno širino in so bili tudi višinsko večji od grafik prvega formata (glej Sliko 6.13). Uporabljeni sta bili modra in rdeča pasica, namenjeni imenu in funkciji govorca, pod njo pa je bila še prazna siva pasica, logotipa oddaje v telopih ni več.

Slika 6.13: Drugi format Danes – logotip in telopi (logotip oddaje, spodnji telop za identifikacijo sogovornikov in telop v primeru podnapisov)



Vir: Planet TV 2014a.

Zgoraj levo ostane krajevni telop, ki pa mu je dodan še časovni telop. Oba sta predstavljena s simbolom, globus in koledar. Slednji je uporabljen za datiranje arhivskih posnetkov, globus za identifikacijo kraja dogajanja (glej Sliko 6.14). Celozaslonske podatkovne grafike so tokrat vedno barvno enotne z modro podlago, rdečimi pasicami in belimi črkami.

Slika 6.14: Drugi format Danes – telopi in celozaslonske grafike (zgornji časovni telop z datumom, celozaslonska grafika kot del celostne grafične podobe in celozaslonska grafika brez povezave s celostno grafično podobo)



Vir: Planet TV 2014a; Planet TV 2014b.

Grafike imajo tokrat precej večjo vlogo kot prej – v studijskem delu oddaje. Gostje v studiu, stalnica drugega formata, prej pa redkost, niso bili prezentirani samo s

klasičnimi kadri v prostoru skupaj z voditeljem v dvoplanih in bližnjih kadrih. Pogosta je forma dupleksa, sicer značilna za vklope v živo. Gost zasede tretjino ekrana, preostalo pa ustrezni slikovni material (glej Slika 6.15). Novost je tudi tako imenovani »woosh,« ločnica med voditeljevim vprašanjem novinarju na terenu in novinarjevim odgovorom, katere naloga je bila vizualno prekriti in zvočno zapolniti eno- do dvo-sekundni tehnični zamik. *Woosh* je bil logotip oddaje, ki je – tako kot zavesa v gledališču razkrije oder – »razkril« novinarja na terenu.

Slika 6.15: Drugi format Danes – telopi in dupleksi v studiu ter vklop (gost v studiu z identifikacijskim telopom, dupleks gost v studiu s pokrivno sliko, logotip, ki »odkriva« novinarkin vklop s terena)



Vir: Planet TV 2014a; Planet TV 2014b.

Dupleksi so se množili. V prvih oddajah so se novinarji iz terena v studiu javljali na majhnem ekranu, nato pa kmalu na večjem (glej Sliko 6.16). Sledi preklop kot pri gostu v studiu, tretjina ekrana za novinarja, dve tretjini za ustrezno pokrivanje s sliko. Dupleks so začeli uporabljati tudi ob prehodu na vremensko napoved, le da je bil tokrat voditelj te rubrike po velikosti na ekranu enakovreden osrednjemu voditelju.

Slika 6.16: Drugi format Danes – dupleksi (dupleks pred javljanjem, dupleks med javljanjem, dupleks z voditeljico vremenske napovedi)



Vir: Planet TV 2014b.

Tripleks, torej trije grafični okvirji s tremi tekočimi slikami, je bil v funkciji pokrivne slike, ki naj spremlja napoved poročila, na primer zaslišanja treh ministrskih kandidatov. Glavna barva je temno modra z rdečimi črtami (glej Sliko 6.17). Logotip vremenske rubrike ostaja v vodilni modri, razen napisa, ki je rdeč, torej znotraj barv

celostne grafične podobe, prej je bil rumen in je izstopal. Športna rubrika svojega logotipa ni imela, ohranila pa je modro barvo, kasneje so ji le dodali nekaj zelene, torej so se barvno približali športu iz prvega Danes.

Slika 6.17: Drugi format Danes – tripleks ter grafike v vremenu in športu (tripleks, logotip vremenske napovedi, modra in zelena barva športne rubrike)



Vir: Planet TV 2014b.

6.4.3 Grafike tretjega formata Danes, od pomladi 2015

Tretji format je ohranil iste barve celostne grafične podobe, toda namesto temne je zdaj prevladovala svetlo modra, prej manj opazna rdeča je spet dobila vlogo izrazitega kontrasta, vrne se tudi bela barva, dominantna v Danes 1.0. Najbolj vidna sprememba so naslovi novic (glej Sliko 6.18), uporabljajo se pri voditeljevih napovedih, kadar so pokrite s sliko, tako da prekrijejo celoten spodnji pas ekrana; na beli podlagi, ki jo navzgor zamejuje tanka rdeča črta, se izpiše naslov novice z velikimi črnimi črkami. Leto kasneje, spomladi 2016, ko se Danes prestavi na 18.45, se grafični pristop spet približa enostavnosti prvega formata: naslovi so ukinjeni, prav tako ni več speakerjeve predstavitve voditelja. Sotvorbe na video steni za voditeljevim hrbtom so zdaj pravilo vsake voditeljeve napovedi, telopi so poenostavljeni – bele črke na rdeči podlagi.

Slika 6.18: Tretji format Danes – telop, naslov novice, sotvorba (predstavitveni telop za voditelja, naslov novice v napovedi poročila, sotvorba na video steni – prekrieva ves ekran, voditeljica je pomaknjena na rob)



Vir: Planet TV 2015a; Planet TV 2016.

Celozaslonske grafike dobijo enotno podlago, vedno svetlo sivo ozadje, na vrhu bela naslovna pasica, pod njo sta pojasnjevalni modra in rdeča s tekstom ali številkami.

Upošteva se pravilo – čim več grafičnih simbolov, na primer simbol bencinske črpalke ob cenah goriva. Kljub temu občasno pride do preobloženosti s podatki, od prvega Danes pa ostane v uporabi na primer šampiljka, ki čez številke, podatke, tekst odtisne enobesedno »etiketo« ob značilnem zvoku »škr« (glej Sliko 6.19).

Slika 6.19: Tretji format Danes – celozaslonske grafike (urejena grafika s simbolom, podatkovno neberljivega grafika dokumenta, grafika s poudarkom – šampiljka)



Vir: Planet TV 2014a; Planet TV 2014b.

Telopi z napisi za identifikacijo sogovornikov, novinarjev in snemalcev niso več izpisani na pasici v vsej dolžini ekrana ampak so dolgi toliko, kot je potrebno – glede na število črk. Izgine tudi prazna siva dekorativna pasica, značilna za oba predhodna formata. Enovrstični telop: bele črke na rdeči podlagi, dvovrstični spodaj doda črne črke na beli podlagi. Rdeče-beli telop desno zgoraj poudarja »v živo« in identificira kraj dogodka (glej Sliko 6.20).

Slika 6.20: Tretji format Danes – telopi (spodnji telop za identifikacijo sogovornika, novinarja in snemalca, telop s podnapisi, zgornji telop ob javljanju novinarja s terena)



Vir: Planet TV 2016.

Novost so tudi pojasnjevalne grafike, kjer so izpisi daljši kot zgolj numerični podatki, uporabijo se kot nekakšna nalepka preko posnetka sredi ekrana, tekoče slike, na modri ali rdeči podlagi (glej Sliko 6.21). Tudi citati so dobili svojo obliko – črne črke na sivi podlagi, v narekovajih z rdečo barvo.

Slika 6.21: Tretji format Danes – grafike čez sliko, citat (grafika čez posnetek, grafika čez fotografijo, citat)



Vir: Planet TV 2016.

Do pomladi 2016 je bil na ekranu desno zgoraj napis »planet.si,« nato ga zamenja logotip televizije levo zgoraj.

Medtem ko je modra podlaga drugega formata v tretjem povsem izginila iz celozaslonskih grafik in telopov pa je modro ozadje, a v svetlejšem tonu, prevladovalo v dupleksih voditelj – novinar, novinar – pokrivna slika. Novost pri dupleksih je podpis novinarja, lokacije, studia in naslovne teme. Od pomladi 2016 tudi »vremenski« dupleks postane dnevna praksa, ker voditelja kramljata v uvodu in zaključku rubrike (glej Sliko 6.22). Pri športni rubriki se ob voditeljici v širokem pasu levo in spodaj, ki prekriva četrtino ekrana, ves čas izmenjujejo podatki z rezultati tekm.

Slika 6.22: Tretji format Danes – dupleksi (dupleks novinarka-voditeljica, dupleks novinarka – pokrivna slika, dupleks grafika – voditeljica športa)



Vir: Planet TV 2015a; Planet TV 2015b.

6.4.4 Špice, napovedniki in zvok prvega formata, november 2012–julij 2014

V prvem formatu najavno špico ob udarni glasbi predstavlja bela »roleta« – bel krog –, ki se v tempu rdeče črte (kot simbolne rdeče niti) sestavi v shematiziran zemljevid sveta, prek katerega se je postavil logotip Danes, zaobljene rdeče črke na beli podlagi.

Logotip se je nato umaknil, tako da je »razpadel« in razkril splošni plan zatemnjenega studia (glej Sliko 6.23). Med nato utišano glasbo sta voditelja izmenjaje prebrala napovedi treh glavnih novic dneva.

S premikom na 19.30 in kratko vremensko napovedjo pred oddajo se je pred najavno špico Danes pojavila še kratka vremenska najavna špica, enako bela »roleta,« ki pa se je sestavila v oblake in rumeno sonce, namesto rdečega logotipa DANES pa je bilo z enako obliko črk v rumeni barvi izpisano VREME.

Slika 6.23: Prvi format Danes – špica Danes in Vreme (uvodna špica, umik logotipa in splošni plan studia, logotip vremenske napovedi)



Vir: Planet TV 2012.

Predstavitev treh glavnih tem v napovedniku je bila dolga pet sekund, vizualizirane pa so bile s sotvorbo – grafično fotomontažo za hrbtom voditelja/ice. Stišana glasba je pospremila še zamenjavo kadra, splošni plan studia se je spremenil v splošni plan z obema voditeljema in mizo. Glasba je potihnila med prvimi voditeljevimi besedami.

Ločevalniki, kot že opisujem v poglavju 6.1, so bili v prvem formatu zelo pogosti. Ločevalnik v vlogi prehoda med temami je predstavljal splošni plan studijske mize in scenografije za voditeljema, nato pa se je približal voditeljema v srednji plan. Trajal je pet sekund, spremljal ga je glasbeni avizo. Oddaja se je zaključila z odjavno špico in »roleta« – ta je na koncu služila kot prostor za izpis, kdo so bili ustvarjalci oddaje – ob pogledu na ponovno zatemnjeni studio, kjer sta voditelja pospravljala svoje papirje. Vsaj v enem primeru je zaključno glasbo zamenjalo petje glasbenikov (Perpetuum Jazzile v studiu), v zaključnem zatemnjenem kadru se je skupaj z voditeljema občasno znašel tudi gost iz zadnjega dela oddaje (glej Sliko 6.24).

Slika 6.24: Prvi format Danes – špica Šport in odjavna špica (logotip športne rubrike, odjavna špica – roleta, odjavna špica z gosti – roleta)



Vir: Planet TV 2012; Planet TV 2013.

6.4.5 Špice, napovedniki in zvok drugega formata, julij 2014–april 2015

Drugi format Danes se ni več začel s špico, temveč s sekundo dolgim grafičnim elementom, ki je preletel ekran, nato je sledil nekaj minut dolg napovednik (glej Slika 6.25). Napovednik so sestavljali napovedni teksti, dolgi od 15 do 25 sekund, dodano je bilo še kratko javljanje novinarja s terena ali izjava, na koncu pa še kratka vremenska napoved, enako brez svoje špice in ločevalnika. Kasneje se je napovednik skrajšal, posamezna tema je trajala do deset sekund. Zato pa je bilo v napovedniku predstavljenih več, devet tem, ki sta jih dopolnjevali vsaj dve izjavi. Spremljala ga je »napeta« glasba, avizo dramatičnega pričakovanja.

Šele po napovedniku se je odvrtela še bolj glasbeno dramatična, čez ves ekran obsegajoča krogla, simbol globusa – planeta s črkami Danes, ki se je nato »razbila« in prikazala studio. Glasbeni avizo se je po špici in med predstavitvijo voditelja spet umiril in potihnil, še preden je voditelj spregovoril prvo besedo.

Slika 6.25: Drugi format Danes – špica, vreme med napovednikom (logotip oddaje, umik logotipa in pogled na studio, vremenska napoved med osrednjim napovednikom)



Vir: Planet TV 2014b.

Novost drugega formata je bila ukinitvev ločevalnikov, ki bi nakazovali spremembe teme. So pa bili svojevrstni ločevalniki, tako imenovani »wooshi,« sekundo dolgi grafični in zvokovni elementi, uporabljeni pri javljanju novinarjev s terena, zato da so »preselili« gledalca iz prostora prvega v prostor drugega reda (glej Sliko 6.26). Enak »woosh« se je prikazal tudi kot uvod v javljanje novinarke iz deska. V nasprotju z novinarji na terenu, ki jih je spremljala intenzivna glasba, spet novost glede na prvi format, je njeno branje vesti spremljala mirna glasba.

Slika 6.26: Drugi format Danes – ločevalnik ob vklopih (premikanje ločevalnika studio-teren, žargonsko »woosh«)



Vir: Planet TV 2015a.

Glasbena podlaga je spremljala tudi zaključek oddaje. Štirje toni so naznanili konec prvega dela, sledili so oglasi, po njih pa so isti štirje toni nakazali prehod iz osrednjih novic na vreme. Vremensko špico spremlja nežnejša glasba, voditeljico zagledamo, ko se logotip za vremensko napoved razprši po ekranu (glej Sliko 6.27). Na koncu oddaje se je predvajala precej bolj umirjena glasba kot prej skozi oddajo in pospremila izpisovanje imen ustvarjalcev – nič več naenkrat, ampak vsako ime posebej.

Slika 6.27: Drugi format Danes – špica vremenske napovedi (najavna špica – vreme, odjavna špica – vreme, odjavna špica osrednje oddaje)



Vir: Planet TV 2015b.

6.4.6 Špice, napovedniki in zvok tretjega formata, od pomladi 2015

Tretji format Danes je sprva ohranil napovednik pred uvodno špico in ga enako začel s kratkim grafičnim elementom. Razlika je bila v povsem slikovno pokritih

napovednikov, tudi manj jih je bilo, le štirje, ločeni pa so bili z »wooshi« (glej Sliko 6.28). 10-sekundne napovednike je spremljal nov, še vedno udaren glasbeni avizo, ki je stopnjeval pričakovanje pred otvoritvenim kadrom studia. Enaka je bila tudi predstavitev voditeljice s posnetim glasom profesionalnega govorca.

Leto kasneje, ob prehodu na 18.45, že tretjo uro tretjega formata, se Danes močno poenostavi, novo formo pa nadaljuje tudi v poletni shemi v terminu 20.00. Zadnja verzija zadnjega formata se začne brez napovednikov, značilnih za prvi in drugi format in delno za tretjega, brez najave voditelja, značilne za drugi format in delno tretjega, brez ločevalnikov, vsebinskih kot v prvem in prostorskih kot v drugem formatu. Špica, ki je v Danes 1.0 predstavljala zemljevid sveta in nato v Danes 2.0 tridimenzionalno konstrukcijo globusa, se zdaj začne kot nekakšna krožnica, rdeč obroč sredi modrega in belega večjega obroča, torej koncentrični krogi, ki se spremenijo v svetlomoder planet z rdečimi zaplatami. Novice Planet Danes se idejno in vizualno ujemajo z modrim logom televizije Planet. Dolžina tretje špice je 11 sekund.

Slika 6.28: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica (logotip osrednje oddaje, umik logotipa osrednje oddaje in razkritje voditelja, odjavna špica osrednje oddaje)



Vir: Planet TV 2015a.

Prekinitve med poročili ni, teme med seboj ločuje zdaj dosledna uporaba sotvorb na video steni, pred rubriko vreme so oglasi, vremenska napoved ima svojo najavno in odjavno špico (glej Sliko 6.29), enako rubrika šport, s katerim se oddaja tudi zaključni (glej Sliko 6.30).

Slika 6.29: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica vremenske napovedi (najavna špica z rumenim logotipom vremenske napovedi, umik logotipa vremenske napovedi in razkritje voditelja, odjavna špica vreme)



Vir: Planet TV 2015b.

Slika 6.30: Tretji format Danes – uvodna in odjavna špica športa (najavna špica s turkiznim logotipom športne rubrike, umik logotipa šport in razkritje voditeljice, odjavna špica šport)



Vir: Planet TV 2016.

7 DISKUSIJA

Televizijska dnevnoinformativna oddaja Danes je v prvih treh letih in pol zamenjala tri odgovorne urednike, osem osrednjih voditeljev in voditeljic, oddaja se je začela v osmih različnih terminih, predvajana je bila v treh osnovnih dolžinskih različicah in se odvijala v dveh radikalno drugačnih studiih. Zaradi drugačne uporabe in kadriranja imamo vtis vsaj treh studijskih različic, vzporedno je namreč sledila tudi trikratna menjava celostne grafične podobe, od uvodnih špic do grafik znotraj poročil in zvočnih elementov. Tudi vsebinski koncept se je v grobem zamenjal trikrat, manjših zasukov pa je znotraj vsakega od njih še vsaj toliko.

Za zdaj ima najdaljši staž prvi urednik, Rajko Gerič, ki je informativni program vodil 20 mesecev, tolikšen je bil rok trajanja prvega Danes, največja sprememba pri njem je bila ena menjava termina. Njegov naslednik Bojan Traven je z radikalno prenovo na glavo postavil dobesedno vse, toda hkrati dvignil produkcijske standarde, vseeno pa urednikoval zgolj devet mesecev, enako dolžini njegovega in drugega, najbolj kompleksnega Danes. Tomaž Perovič je nadaljeval na osnovi Travnovega studia, a ga je poenostavil v duhu prve oddaje. Enostavno kadriranje, nič napovednikov, nazaj k prijaznim barvam in voditeljem. V času oddajanja diplomske naloge je Perovič v sedlu 16 mesecev in prav v tem času je oddaja doživela veliko večino od v prvih dveh stvkih naštetih eksperimentalnih korekcij.

Razvoj formata Danes se skozi prvo opazovalno prizmo v nalogi, skozi prizmo strukture, reartikulira skozi stalno spreminjanje terminov, dolžine in vsebinskih zasukov. Najbolj opazno je prehajanje iz manj v več, iz preprostega v kompleksno in zahtevno ter nazaj v enostavno. Iz polurne oddaje podaljšanje v enourno, sledi razdelitev na novice in pogovorno rubriko, nato spet krčenje na pol ure in zadnje podaljšanje na 45 minut. Vsak poseg v dolžino spremlja nov termin. Prvi, Geričev format Danes se sprva začne ob 18.40, pred drugimi novicami, nato se prestavi na termin sredi drugih novic, 19.30. Drugi, Travnov Danes se z 19.00 postavi v frontalni spopad z močno in uveljavljeno konkurenco, tretji, Perovičev format pa se poleti sezonsko umakne na 20.00, ko se druge novice končajo in doseže prvi pomemben gledalski preboj, nato pa se vrne skoraj na prvo, Geričevo uro, na 18.45.

Tudi vsebinsko sta si prvi in tretji format bližja pri selekciji in obravnavi enostavnejših tem, drugi se razlikuje v zahtevnejši in angažirani interpretaciji. Osnovna orientacija je sicer ves čas tako imenovani navadni državljani, »mali človek,« vendar so nagovori različni. Poudarki, kaj je bolj pomembno in kaj manj in zato na prvih ali zadnjih mestih, so fluidni: tudi vroče politične teme se premikajo iz prvih minut v sredino oddaje, zunanja politika je marginalizirana, svet je prisoten skozi velike naravne nesreče in občasno vojne konflikte, domače zgodbe z lokalnim pridihom pa so praviloma v ospredju skozi vse formate.

Drugo in tretje raziskovalno vprašanje, razvoj formata skozi prizmo studia in voditeljev, pokaže prav tako značilno stalno prehajanje: od enostavne zasnove v kompleksno predelavo studia in nazaj k prvemu konceptu, od vrednostno nevtralnih in kramljajočih voditeljev v paru do izrazito strogega, komentatorskega, včasih že skoraj napadalnega voditelja, na koncu ga zamenjata spet prijazna in informativna voditeljica ter načeloma pripovedovalno-razlagalni voditelj z občasnimi zdrsi v pokroviteljski nagovor. Ironično konstantnost znotraj večnih sprememb in komaj opazno vračanje k izvorni dolžini, terminu in delno voditeljskemu slogu dokazuje tudi izbor iste osrednje voditeljice pri Peroviču in Geriču, Jerce Zajc Šušteršič.

Evolucija od enostavnosti v kompleksnost in nazaj je jasno prepoznavna tudi pri četrti prizmi, v razvoju Danes skozi zadnjega od elementov, ki po Altheidu in Snowu ob zgoraj povzetih (struktura, studio, voditelj) sestavlja format televizijskih novic: pri grafiki, napovednikih, špicah in zvoku. Tu drugi format prednjači po obsegu informacij, a vsaj delno tudi na škodo informativnosti, ker so grafike preveč »okrašene« in zato manj razumljive, kjer so špice zvočno agresivne, napovedniki pa zasedajo nenavadno obširen kos oddaje, sprva tudi do pet minut, tako da gledalec že pomisli, da morda že spremlja osrednje novice. Preostala formata napovednike krčita do njihove ukinitve, grafike so na za televizijsko formo običajnejši ravni učinkovite razumljivosti, kjer je pri prvem formatu opazna začetniška preprostost, pri zadnjem pa vrnitev v jasno enostavnost. Uvodna špica je v prvem Danes malce retro-moderna z dvodimenzionalnim shematičnim zemljevidom sveta v ovalni roletu, ki se tridimenzionalno »razbije« v studio, obenem pa je najbolj dolga in nazorna. V drugem Danes jo zamenjata svetleča ovalna krogla, ki se odvrta zelo hitro, in čez ekran drveči logotip Danes, v tretjem je ovalni disk, iz katerega nastane okrogli planet Zemlja,

razumljiv, saj je viden nekaj sekund dlje. Glasba špic je v prvem formatu živahno pozitivna, v drugem napeta in mračna, v tretjem minimalistična.

Vzorec sestavljanja in stopnjevanja formata Danes je tako naslednji: najprej zavrnitev doseženega – najbolj opazno skozi popolno sesutje prvega studia in radikalni preobrat z zamenjavo prej prijaznega voditeljskega nastopa z dramatičnim angažiranim nagovorom. Na koncu s tretjim formatom kompromisna sinteza, ki ohranja najbolj ustrezno iz osnovne in revolucionarne verzije. Višji produkcijski standard in studijsko prenavo drugega Danes, termin in dolžino prvega, nadgradnja pa je vrnitev studijskega pohištva, pult in nekakšen vmesni razlagalni slog – kombinacija prijaznosti in pokroviteljstva, pa spet umirjeno kadriranje, enostavnejši »zgodbarski« vsebinski poudarki, pomik notranje in zunanje politike v srednji del oddaje. Perovič najprej prizna, da je zadnji format prvemu blizu vsaj po dolžini, potem pa takole našteva svoje očitke Geričevi oddaji:

Čisto prvemu formatu, ki mu je bila prilepljena etiketa, da je desna televizija in bi tudi morala biti desna televizija, je manjkalo to, da ni bila dovolj konsistentno desna. Da takrat ni bila dovolj različna od česar koli drugega v tistem trenutku. Imela je še precej začetnih težav, kar pomeni, da tudi ni bila najboljša. Obrtniško ni bila najboljše narejena. Ni bila dovolj konsistentna v tem, da bi jaz kot gledalec rekel: 'Moram pogledati, če je Planet poročal o tem, ker je tam drugače in bom pogledal drugačno interpretacijo dnevnega sveta' (Perovič 2016).

Doda še, da je Gerič »hotel delati desno orientirane informativne oddaje, naslednji (Traven, op. p.) je hotel iz ljudi delati Slovenske novice. Nista ga zanimala ne resnica ne poročanje. Potem sem prišel jaz« (Perovič 2016).

Se pa Perovič in Gerič ujameta v kritični oceni Travnica. Perovič Travnov format komentira takole: »Mislim, da je bilo v prvem obdobju na žalost narejenih relativno veliko potez, ki niso bile najpametnejše. Niso pripeljale zelo velikega efekta, zapravljenega pa je bilo ogromno denarja« (Perovič, 2016). Gerič pa: »Mi smo s tem drugim formatom oddaje naredili kaos. Gledalci niso več vedeli, kaj gledajo. Zato pravim – ta oddaja je bila tako 'neplanetovska,' ni pasala ne v programsko shemo, ne v neko programsko vizijo, je izstopala« (Gerič 2016).

Razlaga za tako hektično menjavanje pristopov, ki se za povrhu pravzaprav delno vračajo na izhodišče in ponavljajo, je lahko naslednja. Razmere na domačem televizijskem trgu so tako drugačne od sredine devetdesetih let in milenijskega preloma, ko je v Sloveniji začela delovati in prevladovati prva komercialna televizija, da za novo televizijo in novičarsko oddajo kaj drugega kot prilagajanje in iskanje idealne dolžinske, terminske, vsebinske in še kakšne lege sploh ni možno. Agregatno gledano je v treh letih in pol delež gledalcev novic iz dveh tretjin vseh slovenskih gledalcev pred ekrani padal na slabo polovico. »Če so imeli gledalci leta 1995, ko je prišel POP TV, na daljincu štiri gumbе, jih imajo danes vsaj 80. Danes ljudje ne gledajo slovenskih programov. Danes polovica gledalcev v času informativne oddaje gleda nekaj drugega kot slovenske programe« (Gerič 2016).

Rezultati gledanosti potrjujejo, da pomembnega napredka Danes pri večjem deležu gledalcev v vseh skoraj štirih letih praktično ni, delež pa je v najboljšem primeru skromen, a stabilen. Poskuse, da bi bila oddaja opazna, Gerič (2016) opisuje takole: »Za gledanost smo naredili vse, za božič smo šli v Postojnsko jamo, oddajo smo naredili na Triglavu, pred šolo v Kočevju, ki je zgorela v požaru, novoletno oddajo smo imeli na prostem sredi okrašene stare Ljubljane.«

Analiza intervjujev je pokazala, da so ustvarjalci in lastniki največjo napako morda naredili prav v tem, da so dovolili tolikšno število sprememb. Manjših gledalci ne opazijo, menjava voditeljev in terminov pa ne moreta ostati neopaženi. In medtem ko zadnjih 13 let javna in komercialna televizija gledalcem predstavljata dnevno stalnico – ob 19.00 boste na ekranih zagledali zdaj že povsem domače obraze – Planet TV pred občinstvo nenehno postavlja nove obraze, pa še za te gledalci ne vedo, ali se bodo pojavili ob 18.45 ali celo več kot uro kasneje.

Tako imenovani sendviči, ko se novice umesti med dve atraktivni oddaji ali kot prekinitvev športnega prenosa, so dokazali, da je Danes solidno narejena in gledljiva oddaja, ki ima težave z uvodom pred novicami, ki ne pripelje gledalcev. Gledanost so na primer zelo, na 10 odstotkov, izboljšali smučarski skoki, a le za nekaj dni, jesenski (2015) sendvič humoristične nanizanke in resničnostnega šova okoli večerne oddaje pa je iz skrajšane verzije Danes naredil sezonsko uspešnico s povprečnim 20-odstotnim deležem gledalcev.

8 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu sem iskal odgovore na vprašanje: *Kako se je format dnevnoinformativne oddaje Danes razvijal od začetka oddajanja Planet TV do sredine 2016*. Večji del rezultatov svoje analize sem predstavil v prejšnjem poglavju, nekaj ugotovitev pa podajam skupaj z zaključkom.

Altheide in Snow (1991, 9) format oddaje predstavita kot način organizacije materiala in stila njegove predstavitve. Ta se je skozi tri formate, kot že omenjeno v diskusiji, nenehno spreminjal od enostavne informativnosti in prijaznega nagovora do kompleksnih novic v strožjem voditeljskem slogu, do nazaj prijazno-pripovedovalnega stila in mehkejših vsebin, stalnice med formati ni bilo. Potrjuje pa se njuna trditev, da sta kombinacija racionalno/praktične logike in zabave z ugodjem nova oblika komuniciranja, značilna za urbane družbe (Altheide in Snow 1979, 15–16), saj je prav ta način zdaj obveljal v trenutno zadnjem, tretjem formatu.

Struktura televizijskih novic je po Altheideju in Snowu (1979, 79) sestavljena iz glavnih mednarodnih agencijskih in nacionalnih novic, največji del oddaje pa zavzamejo zanimive lokalne zgodbe, na koncu obvezna šport in vreme, morda še uredniški komentar. Z izjemo slednjega, ki se pri vseh obdelanih oddajah Danes različno obsežno prestavlja v nagovor voditelja, vsi formati potrjujejo, da je največji del oddaje namenjen lokalnim zgodbam.

Yorke (1995, 178) poudarja pogostost določanja vrstnega reda novic ne zgolj po njihovi pomembnosti, temveč po čim lažji sledljivosti – pomembno je, da so zgodbe združene v geografsko ali tematsko povezane sklope. Format oddaje Danes je spet preizkusil vse – od marginalizacije notranje politike, do njenega poudarka v drugem formatu in ponovnega občasnega premikanje na obrobje v tretjem, od povezanosti zgodb v sklope do razpršenosti v razvrstitvi tematik.

Altheide in Snow se v svojih raziskavah posvečata tudi voditeljem (Altheide in Snow 1979, 89–98), ki, kot je predstavljeno na straneh 19 in 20 tega diplomskega dela, v Danes nastopajo na najmanj tri načine: prijazno-domače v prvem formatu, v drugem na strogo-formalistično-avtoritativen princip, v tretjem sledi občasno pretirano domač-pokroviteljski način vodenja.

Kot je že pred dvema desetletjema pisal Yorke (1995, 174), se televizije lahko odločajo za majhne, kozmetične popravke formata, ali pa za bistveno dražje, ki vključujejo fizične spremembe studiev. Oddaja Danes je preizkusila oboje – z drugim formatom drastično spremembo popolnoma vseh elementov prvega formata (nov studio, novi mnenjski voditelji, celostna grafična podoba, nov termin in vsebinsko zahtevnejša struktura), s tretjim pa nekoliko mehkejšo prenovo. In čeprav, piše Yorke (1995, 175), gre zgolj za iskanje načina, kako zadržati gledalčevo pozornost od prve do zadnje minute, je na mestu vprašanje, ali so bile vse te spremembe res tako nujne, ali bi morale biti drugačne, saj razen sezonskih izjem in posamičnih dnevnih skokov za zdaj niso pripomogle k trajni prepoznavnosti in konstantni višji gledanosti oddaje Danes.

Skromen delež tako ustvarjalce sili v vedno novo terminsko eksperimentiranje dobesedno vsakih nekaj mesecev, ki pa razen lanskega poletja in jeseni z Večernim Danes doslej ni prineslo nobenih res trajnih premikov na višje gledalske deleže. Oddaja Danes se vsakič, ko poskoči v gledanosti, kot se je v lanskem poletju približala Dnevniku TVS in se lani jeseni v večerni izvedbi spogledovala celo s POP TV, vrne v statusu quo petih do šestih odstotkov, ki jih je zasedala od Geričevega in Travnovega formata. Za Danes je tako značilen paradoks: kljub nenehnemu iskanju gledalca ustrezne ure in približevanju njegovemu okusu, torej ob nenehni podvrženosti spremembam v strukturi, vodenju, studiu, grafični podobi, je edina konstanta nespremenljivost deleža. Najbolj vztrajno poskuša bariero prebiti prav Perovič, ki je v slabem letu in pol vodenja informativnega programa Danes predvajal v šestih terminih: 19.00, 20.00, nazaj 19.00, skok na 18.45, pa spet 20.00 in nazaj na 18.45, dolžinsko je začel pri eni uri, nato pa dvakrat prešel od pol ure na tričetrt ure. Na vprašanje, zakaj toliko premikov, odgovarja, da to ni nič neobičajnega, »ker pač iščemo svoj termin,« hkrati pa priznava, da ne pozna nobene »televizije na svetu, ki bi delala, kar delamo mi. Velike televizije, po katerih se zgledujemo, tega ne delajo. Mi delamo to kot čisti eksperiment. Zabavno pri tem je, da nam je lani poleti zelo uspelo« (Perovič 2016).

A sprememb in eksperimentov, kot kaže, še ni konec. Perovič (2016) do konca leta že napoveduje nove, vsaj grafične. »Ker smo spet preveč dolgočasni pa preveč podobni vsem ostalim,« pravi. »Če zadeva ne štima, pač ne štima. Če narediš nekaj, za kar

misliš, da bodo gledalci gledali, pa se to ne zgodi, moraš pogledati, kaj drugega je možno narediti,« dodaja (prav tam).

Po Peroviču oddaji Danes do »finančnega *break even pointa* (izenačitev stroškov s prihodki, op. p.) manjka leto in pol, do rejtiškega (izmerjeni delež gledalcev, op. p.) zelo velikega preboja pa morda malo več,« čeprav sam verjame, da bo oddaja leto 2016 že zaključila na enaki poziciji kot TVS (Perovič 2016). »Ampak biti številka dve na tem trgu je v redu. To je dobra pozicija. Biti številka dve s podjetjem, ki je stroškovno izjemno dobro obvladano in je podjetje z nizkimi stroški, to funkcionira,« dodaja guru slovenske komercialne televizije, ki pa za zdaj še vedno išče pravo pozicijo na novejši, mlajši komercialki. Za uresničitev te napovedi, drugega mesta, bo morala oddaja Danes delež gledalcev podvojiti, ali pa vsaj upati na hitrejši nadaljnji padec gledanosti Dnevnika na TVS.

Perovičeva ambiciozna napoved v intervjuju, opravljenem julija 2016, da bo gledanost Danes v poletju 2016 preseгла lanski rekord 8 odstotkov in bo delež gledalcev 10-odstoten, se namreč ni potrdila. Oddaja je dosegla komaj dobro polovico zelene gledanosti. Zato je njegova napoved, da »bomo nekje do konca leta prišli na delež 15«, komaj verjetna in nemogoča brez fenomena Esmeralde, mehiške telenovele, s katero je pred leti trajen preboj dosegla prva Perovičeva uredniška uspešnica 24UR na POP TV, kar v intervjuju tudi sam izpostavi kot pogoj, ki manjka Danes: dober *lead-in*, uvod tik pred novičarsko oddajo.

Oddaja Danes bo s potrpljenjem lastnikov še naprej iskala svoj idealni položaj, predvsem terminsko in dolžinsko, razlaga Perovič. »Na krivulji, ki zajema zadnji dve leti, je dejstvo, da imamo na Planetu neko konstantno rast, a je ta silno mala. Na drugi strani imamo padec TVS in POP TV. To je prava slika. Mi smo nekje na tem žalostnem nivoju s premajhno rastjo, na drugi strani pa sta POP TV in TVS zaznala relativno izrazit padec« (Perovič 2016).

Trdna realna ocena, kateri format oddaje Danes je bil doslej najbolj primeren, tako ni mogoča, ker ne vemo, kako bi se Geričev ali Travnov format obnesla v primeru »sendviča« z visoko gledanimi oddajami – kot Perovičev Večerni Danes. A dejstvo je, da se je ta uspeh zgodil Peroviču, prav tako je on edini poskusil s premikom poletne ure in vsaj v eni sezoni dosegel relativno veliko. Eksperimentiranje je tako edina možna izbira in usoda Danes, zato so takšni poskusi vendarle edino pravilni. Vseeno

pa Perovič oddaje ni izumil na novo, ampak le prevzel in nadaljeval s prej opravljenim delom, tako da apriorno negativne vloge ni mogel imeti nobeden od urednikov. Gledanost se je spreminjala preveč minimalno, da bi jo uporabili kot neposredni pokazatelj bistveno boljšega formata, bolj je pomemben pogum in delovna vnema za iskanje naslednje boljše lege, torej eksperimentiranje.

Bo tretji Perovičev format zdaj, ko začinja že svoj šesti termin v slabem letu in pol, bolj natančen zadetek od prejšnjih poskusov? Bo še ena grafična prenova prinesla več gledalcev ali bo potreben ponoven razmislek o vrnitvi k osnovnemu televizijskemu principu, s katerim je Perovič nekoč premagal javno televizijo in ga v intervjuju omeni le mimogrede: »Moramo postati znani po najboljši sliki, po največ slike med konkurenti. Vsaka oddaja mora biti sestavljena po temeljitem premisleku, kaj je tisti dan res pomembno, ne pa kar na pamet, malo politike, nekaj kriminala in za vrhunec socialna zgodba« (Perovič 2016). Njegova oddaja 24UR je uspeh dosegla s stabilnim tujim lastnikom, ki je leta verjel in čakal ter na koncu požel velik gledalski in finančni uspeh. Planet TV gre v svojo peto jesen po za las zakrpanem spopadu med domačim državnim lastnikom Telekomom Slovenije in grško medijsko družbi Antenna Group. Bo to začetek novih turbulenc ali mirnega osvajanja idealnega drugega mesta med domačimi televizijskimi novicami?

9 LITERATURA

24UR. 2006. *Izjemna gledanost 24UR*. Dostopno prek: <http://www.24ur.com/ekskluziv/zanimivosti/izjemna-gledanost-24ur.html> (15. januar 2016).

--- 2007. *Izjemna gledanost 24UR ZVEČER*. Dostopno prek: http://www.24ur.com/ekskluziv/zanimivosti/izjemna-gledanost-24ur-zvecer.html?ts=1396751596&stream_cat=8 (15. januar 2016).

Altheide, David L. 1987. Reflections: Ethnographic content analysis. *Qualitative Sociology* 10 (1). Dostopno prek: <http://www.public.asu.edu/~atdla/ethnographiccontentanalysis.pdf> (15. julij 2016).

Altheide, David L. in Robert P. Snow. 1979. *Media Logic*. Beverly Hills, London: SAGE Publications.

--- 1991. *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.

Arskey, Hilary in Peter Knight. 1999. *Interviewing for Social Sciences*. London: SAGE Publications Ltd.

Bašič-Hrvatini, Sandra in Marko Milosavljevič. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih. Regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Burgess, Robert G. 2000. *In the field, an introduction to field research*. London: Routledge.

Fiske, John. 1987. *Television culture*. London, New York: Routledge.

--- 2004. Televizijska kultura: branja poročil, bralci poročil. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 147–178. Ljubljana: Študentska založba.

Gerič, Rajko. 2016. Intervju z avtorjem. Domžale, 1. avgust.

Hartley, John. 1982. *Understanding News*. London, New York: Routledge.

- 1992. *Tele-ology: Studies in Television*. London, New York: Routledge.
- Hrastar, Mateja. 2000. POP TV pojedel Kanal A. *Mladina*, 23. oktober. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/95867/pop-tv-pojedel-kanal-a/> (21. januar 2016).
- Kordeš, Urban in Maja Smrdu. 2015. *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
- Laban, Vesna. 2007. *Televizijsko novinarstvo: Hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Langer, John. 1998. *Tabloid Television: Popular Journalism and the 'Other News'*. London: Routledge.
- Letica, Zvonko. 2003. *Televizijsko novinarstvo: temelji profesionalizma*. Zagreb: Disput.
- Luthar, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute Slovenie.
- Merljak Zdovc, Sonja. 2007. *Preteklost je prolog: pregled zgodovine novinarstva na Slovenskem in po svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba ŠOU v Ljubljani.
- Perovič, Tomaž. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 15. julij.
- PLANET TV. 2012. *Danes*. Ljubljana, 12. november.
- 2013. *Danes*. Ljubljana, 12. april.
- 2014a. *Danes*. Ljubljana, 14. julij.
- 2014b. *Danes*. Ljubljana, 12. september.
- 2015a. *Danes*. Ljubljana, 13. april.
- 2015b. *Danes*. Ljubljana, 6. avgust.
- 2016. *Danes*. Ljubljana, 28. april.

PRO PLUS. 2011a. *Pop TV zgodovina*. Dostopno prek: http://pro-plus.si/slo/pro_plus/zgodovina/ (15. januar 2016).

--- 2011b. *24UR ustvarjalci*. Dostopno prek: http://pro-plus.si/slo/pro_plus/ustvarjalci/24ur (15. januar 2016).

--- 2011c. *Svet ustvarjalci*. Dostopno prek. http://pro-plus.si/slo/pro_plus/ustvarjalci/svet (15. januar 2016).

Ragin, Charles C. 2007. *Družboslovno raziskovanje: enotnost in raznolikost metode*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

RTV SLO. 2003. *Prenova Dnevnik TV Slovenije*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/slovenija/prenova-dnevnik-tv-slovenije/3435> (16. januar 2016).

STA. 2012. *Planet TV z informativno oddajo »Danes« v eter 5. novembra*. Dostopno prek: <https://www.sta.si/1813851/planet-tv-z-informativno-oddajo-danes-v-eter-5-novembra?q=antenn,planet> (15. Januar 2016).

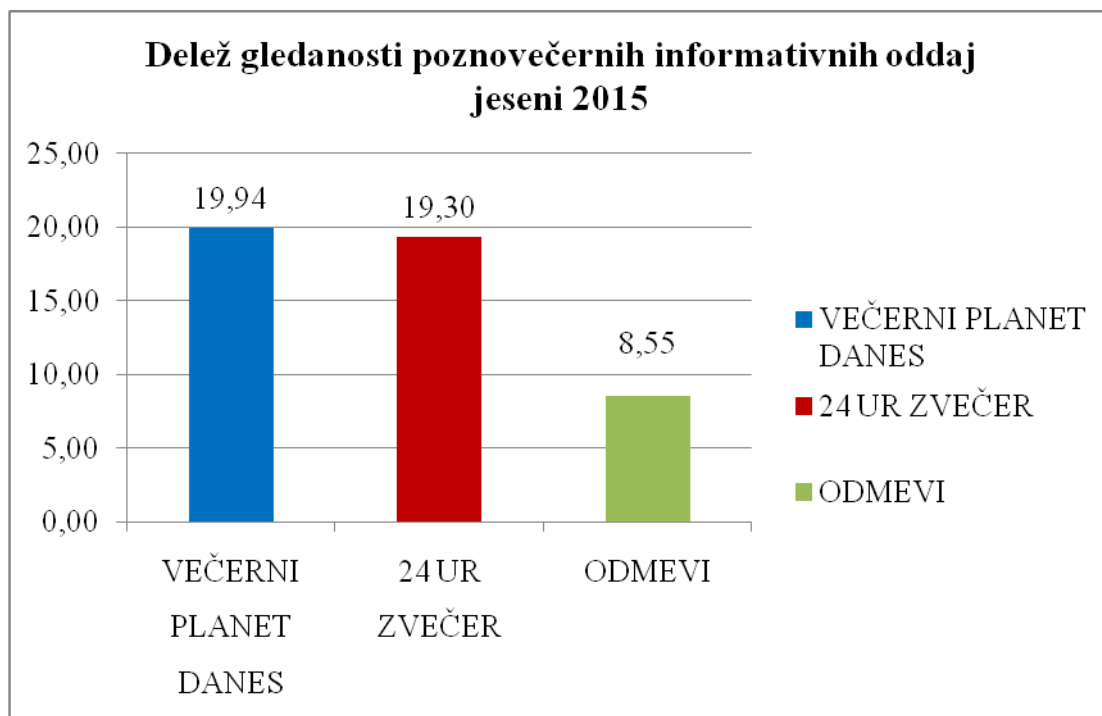
Yorke, Ivor. 1995. *Television News*. London: Focal Press.

Žurnal24. 2012. *Začnejo z nogometom, nadaljujejo z novicami*. Dostopno prek: <http://www.zurnal24.si/zacnejo-z-nogometom-nadaljujejo-z-novicami-clanek-167531> (15. januar 2016).

PRILOGE

Priloga A: Graf deleža gledalcev poznovečernih dnevnoinformativnih oddaj

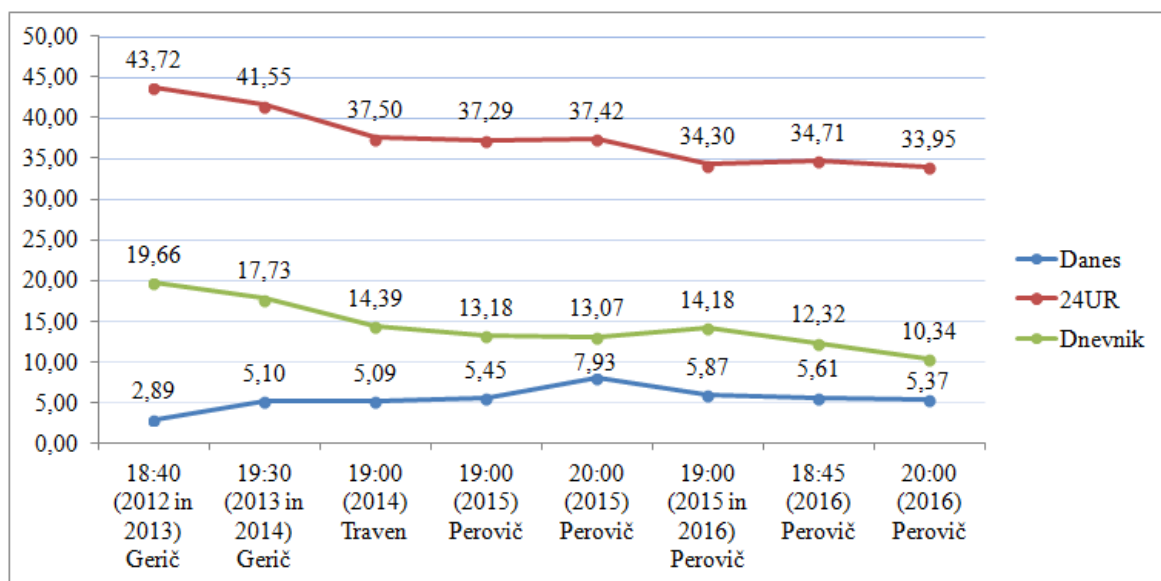
Graf deleža gledalcev (v %) poznovečernih dnevnoinformativnih oddaj, predvajanih na Planet TV, POP TV in TV SLO med 1. septembrom in 12. decembrom 2015. Starost anketirancev: 18–54 let.



Prirejeno po: AGB Nielsen, medijske raziskave, d. o. o. (interno gradivo).

Priloga B: Graf deleža gledalcev osrednjih dnevnoinformativnih oddaj

Graf deleža gledalcev (v %) osrednjih dnevnoinformativnih oddaj, predvajanih na Planet TV, POP TV in TV SLO med 12. novembrom 2012 in 22. avgustom 2016. Starost anketirancev: 18–54 let.



Prirejeno po: AGB Nielsen, medijske raziskave, d. o. o. (interno gradivo).