

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Eva Kavčič

Vključevanje gledalca v oddajah Čez planke

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Eva Kavčič

Mentorica: doc. dr. Vesna Laban

Somentorica: doc. dr. Nataša Gliha Komac

Vključevanje gledalca v oddajah Čez planke

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Hvala mentorici in somentorici za potrpežljivost, vestno odgovarjanje na moja obsežna elektronska pisma, razumevanje in vse spodbude, ko sem ostala brez motivacije. Od vsega pa se vama najbolj zahvaljujem za izkazano toplino in da nisem bila le številka.

Pravi mentorji torej še obstajajo!

Hvala staršema, da sta mi omogočila, da sem se v teh mesecih lahko posvetila le diplomskemu delu, in sta potrpežljivo čakala ... In dočakala.

VKLJUČEVANJE GLEDALCA V ODDAJAH ČEZ PLANKE

Oddaje Čez planke so v slovenskem medijskem prostoru trenutno edini televizijski format, v katerem so tuje države/kulture predstavljene na način, ki je prilagojen slovenskemu kulturnemu prostoru. V diplomskem delu ugotavljam, na kakšen način lahko ustvarjalci tovrstnih oddaj pri gledalcih sprožijo razumsko in čustveno dejavnost, da bi se ti v okolje, ki ga gledajo, lažje in intenzivneje vživeli ter ga začutili, čeprav v njem niso fizično prisotni. Pri analizi upoštevam značilnosti televizije kot večdimenzionalnega medija in iščem načine vključevanja gledalca na vizualni, zvočni in jezikovni ravni.

Na primeru treh izbranih oddaj Čez planke ugotavljam, da se na vizualni ravni vključevanje gledalca uresničuje prek neposrednega nagovora v kamero, z izborom kadrov, ki gledalcu dogajanje in osebe na ekranu približajo, ter z neverbalno komunikacijo. Na zvočni ravni vključevanje gledalca poteka z uporabo mednarodnega tona, ki je v oddajah prisoten večino časa, ter s predvajanjem glasbe, ki jo gledalec asociativno poveže z neko državo/kulturo in nanj emocionalno deluje. Vključevanje gledalca na jezikovni ravni pa se v oddajah uresničuje z avtoričnim nagovarjanjem, s tvorjenjem skupnega sporočanjkega kroga ter z rabo aktualizmov.

KLJUČNE BESEDE: televizijski diskurz, vključevanje gledalca, oddaje Čez planke

VIEWER INVOLVEMENT IN ČEZ PLANKE TELEVISION PROGRAMME

Television programme *Čez planke* is at the moment the only television format in Slovenia that offers a portrayal of foreign countries and cultures in a way that is adapted to the Slovene cultural environment. In the thesis I establish in what way the creators of such programmes can trigger an intellectual and emotional activity with the viewers in order for them to become more easily and intensively involved and to feel the programme, although they are not physically present. In the analysis I follow the characteristics of television as a multidimensional medium and search for ways of involving the viewer on a visual, audio, and linguistic level.

By exploring three *Čez planke* broadcasts, I establish that the viewer involvement is on the visual level realised by a direct address into the camera, by shot selection, zooming in for the viewer the action and the people on the screen, and by nonverbal communication. On the audio level I establish that the viewer involvement in *Čez planke* programme takes place by using an international tone, which is present most of the time, and by playing music which the viewer associatively connects with a country/culture. The latter also has an emotional effect on the viewer. The viewer involvement on the linguistic level is realised by the host addressing the viewer, by forming a joint communicative circle and by using actualisms.

KEY WORDS: television discourse, viewer involvement, *Čez planke* television programme

KAZALO

1	UVOD	8
2	VEČDIMENZIONALNOST TELEVIZIJSKEGA MEDIJA	10
2.1	Vizualno vključevanje gledalca	10
2.1.1	Neposredni nagovor v kamero	11
2.1.2	Izbor kadrov ter lega in gibanje kamere	12
2.1.3	Učinki neverbalne komunikacije	13
2.2	Vključevanje gledalca z zvokom	15
2.2.1	Mednarodni ton	15
2.2.2	Učinki glasbe	17
2.3	Vključevanje gledalca z jezikom	17
2.3.1	Vzpostavljanje skupnega sporočanja kroga	18
2.3.1.1	Nagovarjanje gledalca	18
2.3.2	Raba stilnozaznamovanih jezikovnih sredstev	19
2.3.3	Besedilna fonetika	20
3	ŠTUDIJA PRIMERA: VKLJUČEVANJE GLEDALCA V ODDAJAH ČEZ PLANKE	21
3.1	Predstavitev oddaj Čez planke	21
3.1.1	Okvirna struktura oddaj po obdobjih	22
3.1.2	Ciljna publika	24
3.1.3	Poskus žanrske opredelitve	24
3.2	Avtoričino vizualno vključevanje gledalca v oddajah Čez planke	25
3.2.1	Neposredni nagovori v kamero	25
3.2.1.1	Posredovanje splošnih informacij o državi	27
3.2.1.2	Povzemanje zgodovinskih dogodkov	28
3.2.1.3	Posredovanje splošnih informacij s komentarjem	30
3.2.1.4	Vsebinski premik	31
3.2.1.5	Informiranje o nahajanju	32
3.2.1.6	Avtoričin komentar ali izpoved	33
3.2.1.7	Posredovanje navad, običajev in drugih posebnosti	35
3.2.1.8	Neposredni nagovor v kamero glede na premikanje avtorice in izbor okolja	36
3.2.2	Izbor kadrov	37
3.2.3	Avtoričina neverbalna komunikacija	39
3.2.3.1	Obrazna mimika	39
3.3	Vključevanje gledalca v oddajah Čez planke z zvokom	42
3.3.1	Vključevanje mednarodnega tona	42
3.3.2	Vključevanje glasbe	43
3.4	Vključevanje gledalca oddaj Čez planke z jezikom	45
3.4.1	Jezik v oddajah Čez planke	45
3.4.3	Vzpostavljanje skupnega sporočanja kroga	46
3.4.3.1	Nagovarjanje gledalca	48

3.4.3.2	Izrekanje »splošnih resnic«.....	49
3.4.4	Raba stilnozaznamovanih besed.....	49
3.4.4.1	Ekspresivne besede.....	50
3.4.4.2	Tropi.....	51
3.4.4.3	Pogovorni frazeologemi.....	52
3.4.5	Značilnosti avtoričinega govora.....	52
3.4.5.1	Premori.....	52
3.4.5.2	Poudarjanje.....	53
3.4.5.3	Stavčna intonacija.....	54
3.4.5.4	Register.....	55
3.4.5.5	Hitrost govora.....	56
3.4.5.6	Barva glasu.....	56
4	SKLEP	57
5	LITERATURA	59
6	PRILOGE	62
6.1	PRILOGA A: Zapis oddaje Čez planke – Egipt.....	CD
6.2	PRILOGA B: Zapis oddaje Čez planke – Portugalska in Madeira.....	CD
6.3	PRILOGA C: Zapis oddaje Čez planke – Čile.....	CD
6.4	PRILOGA Č: Intervju z Mojco Mavec.....	62

KAZALO SLIK

Slika 3.1:	Neverbalna komunikacija v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov.....	27
Slika 3.2:	Neposredni nagovor v kamero kot povzemanje splošnih informacij o državi.....	29
Slika 3.3:	Neposredni nagovor v kamero kot posredovanje splošnih informacij s komentarjem.....	30
Slika 3.4:	Neposredni nagovor v kamero kot vsebinski premik.....	32
Slika 3.5:	Neposredni nagovor v kamero kot informiranje o nahajanju.....	33
Slika 3.6:	Neposredni nagovor v kamero kot avtoričin komentar ali izpoved.....	34
Slika 3.7:	Neposredni nagovor v kamero kot posredovanje navad, običajev in ostalih posebnosti.....	35
Slika 3.8:	Avtoričin smeh.....	40
Slika 3.9:	Izgled avtoričinega obraza.....	41

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 3.1:	Raba preteklika v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov.....	28
Preglednica 3.2:	Raba dovršnega sedanjika v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov.....	29

Preglednica 3.3: Raba sedanjika in tretje osebe ednine v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanju splošnih informacij o državi.	29
Preglednica 3.4: Vzpostavljanje skupnega sporočanja kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanje splošnih informacij s komentarjem.	31
Preglednica 3.5: Nagovarjanje gledalca in vzpostavljanje skupnega sporočanja kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot vsebinskem premiku.	32
Preglednica 3.6: Vzpostavljanje omejenega skupnega sporočanja kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot informiranju o nahajanju.	33
Preglednica 3.7: Raba prvoosebne edninske oblike v neposrednem nagovoru v kamero kot avtoričinem komentarju ali izpovedi.	34
Preglednica 3.8: Izražanje »splošnih resnic« z rabo drugoosebne edninske oblike v neposrednem nagovoru kot posredovanju navad, običajev in drugih posebnosti.	36
Preglednica 3.9: Premikajoča se kamera v oddaji o Egiptu.	38
Preglednica 3.10: Premikajoča se kamera v oddaji o Portugalski in Madeiri.	39
Preglednica 3.11: Mednarodni ton v arhivskih posnetkih v oddaji o Egiptu.	43
Preglednica 3.12: Arabska glasba kot kulturno izvorna glasba v oddaji o Egiptu.	44
Preglednica 3.13: Portugalska glasba kot kulturno izvorna glasba v oddaji o Portugalski in Madeiri.	44

1 UVOD

Kot popotnico in turistično vodnico me je od nekdaj zanimalo, kako nekomu predstaviti neznani kraj, da bo začutil tisto, kar si sam doživljal med potovanjem. Kako nekomu, ki nikoli ni doživel kaotičnosti brazilskega karnevala ali okusil sočnosti argentinskega govejega zrezka, oboje predstaviti, da bo delno tudi sam podoživel ali si vsaj predstavljal, kako bi bilo, če bi bil navzoč? Razmišljala sem, kako drugemu orisati vzdušje kraja, značaj ljudi, lepoto pokrajine, ki jih z besedami ne moreš opisati, saj pri tem ni možno vključiti občutkov in misli ob pogledu na tropskost deževnega gozda, širino in prostranost puščave, neskončno število zvezd v divjini, ki jih doma ni možno videti. Ali je sploh mogoče opisati te trenutke? Kot raziskovalna novinarka oddaj Čez planke Televizije Slovenija sem se odločila, da na primeru teh oddaj raziščem, na kakšen način je svet drugih možno predstaviti našemu.

Oddaje Čez planke Televizije Slovenija so trenutno edini televizijski format, ki tuje države predstavlja na način, prilagojen slovenskemu kulturnemu okolju. V njih avtorica oddaj Mojca Mavec potuje po izbrani državi in jo predstavlja slovenskim gledalcem. Ker v oddajah predstavlja tudi države, ki so Slovincem oddaljene in manj znane, me zanima, na kakšne načine lahko ustvarjalci tovrstnih oddaj gledalcem približajo nepoznano okolje tako, da ga bodo doživeli, se vanj vživeli, ne le razumeli. Ali obstajajo načini, zaradi katerih se bodo gledalci v okolje lažje vživeli, začutili utrip, vzdušje, atmosfero okolja, ki ga gledajo na ekranu? Ali se lahko gledalec med gledanjem v dogajanje na ekranu tako močno vživi, da se mentalno preseli v okolje, ki ga gleda? Kateri mehanizmi mu pri tem pomagajo ter kako vplivajo na njegovo vživljanje in vključevanje v vsebino? Na ta zastavljena vprašanja bom skušala odgovoriti v diplomskem delu.

Pri iskanju in analiziranju načinov, s katerimi lahko ustvarjalci oddaj, kot so Čez planke, sprožijo gledalčevo razumsko in čustveno dejavnost, da se lažje vključi v vsebino in okolje na ekranu, bom izhajala iz dejstva, da so oddaje Čez planke televizijske oddaje, in pri tem upoštevala večdimenzionalnost televizijskega medija. Televizija kot večdimenzionalen medij omogoča vzpostavljanje stika z gledalcem na več ravneh, zato bom načine vključevanja gledalca, da bi razumela vključevanje kot skupek vseh načinov, analizirala znotraj vizualne, zvočne in jezikovne razsežnosti. Pri tem se ne bom osredotočila na vsebinske ampak samo na tehnične načine vključevanja gledalca, ker se oddaje med seboj vsebinsko razlikujejo.

V teoretičnem delu bom predstavila značilnosti vizualne, zvočne in jezikovne razsežnosti ter njihovo učinkovanje na gledalčevo vključenost. Pri tem me bodo zanimali le tisti načini vključevanja gledalca znotraj posamezne razsežnosti, ki bi lahko prišli v upoštevanje pri

vključevanju v oddajah Čez planke. Teoretičnemu delu bo sledila predstavitev oddaj Čez planke, kjer bom predstavila koncept, strukturo in ciljno publiko oddaj ter jih skušala žanrsko opredeliti. V empiričnem delu bom na konkretnih primerih predstavila, kako avtorica oddaj znotraj posamezne razsežnosti vključuje gledalca. Zanimalo me bo, s katerimi mehanizmi, ki jih omogoča televizijski medij, avtorica išče pot do gledalca in ga nagovarja, da bi vplivala na njegova čustva, vživljanje v vsebino in s tem vključevanje v okolje, ki ga gleda. V empiričnem delu bom iskala načine, ki gledalcu pomagajo, da se v predstavitev izbrane države lažje vživi, začuti njen značaj, si lažje pričara vonj in okus jedi, značilnih za izbrano državo, ter na splošno začuti utrip in vzdušje predstavljene države. Pri analiziranju bom izhajala iz treh osnovnih hipotez. Prva hipoteza je, da avtorica na vizualni ravni gledalca vključuje z neposrednim nagovorom v kamero in uporabo bližnjih planov. Druga hipoteza je, da avtorica gledalca v oddajah Čez planke na zvočni ravni vključuje z mednarodnim tonom in specifično glasbo. Tretja hipoteza je, da avtorica na jezikovni ravni gledalca vključuje s tem, ko v ubeseditvi večinoma uporablja sedanji čas (sedanjik) in prvo osebo množine.

Pri iskanju načinov vključevanja gledalca v oddajah Čez planke bom izhajala iz opazovanj treh oddaj, ki sem jih izbrala naključno, in pri tem pazila, da je bilo časovno obdobje med njihovimi predvajanji približno enako. Tako bom lahko ugotovila, ali se začetne oddaje razlikujejo od zadnjih. Posamezno oddajo bom analizirala znotraj vizualne, zvočne in jezikovne razsežnosti ter zapisala vsak element, ki se pojavlja v oddaji na vsaki od teh treh ravni. V obliki tabel, ki jih prilagam na zgoščenci, bom kot del vizualizacije zapisala vse kadre, gibanje in premikanje kamere ter avtoričino neverbalno komunikacijo v posamezni oddaji; vsak zvok, ton in pesem, ki se pojavlja znotraj zvočnega zapisa posamezne oddaje; vsako izgovorjeno besedo avtorice in njenih sogovornikov kot del jezikovne razsežnosti ter pri tem zapisala, ali gre pri govoru za brano besedilo, neposredni nagovor v kamero ali dvogovor z gosti/sogovorniki. Zapise oddaj bom v besedilo diplomskega dela vključila le takrat, ko bom presodila, da nazorno prikazujejo vključevanje gledalca znotraj posamezne razsežnosti in sovpadajo s splošnim vključevanjem gledalca v oddajah Čez planke. Izseke zapisov iz posameznih oddaj bom predstavila v preglednicah. Kjer bo potrebno, jim bom dodala slikovno gradivo, tj. »zamrznjeni« posnetek iz posamezne oddaje, da bom predstavila vključevanje gledalca na vizualni ravni.

V prilogah prilagam intervju z avtorico oddaj Čez planke Mojco Mavec, saj želim predstaviti tudi njeno razumevanje in dojemanje posameznih značilnosti oddaj.

2 VEČDIMENZIONALNOST TELEVIZIJSKEGA MEDIJA

Besedila množičnih medijev vedno nekoga naslavlajo in ga vabijo, da se jim pridruži. Da bi gledalec televizijski vsebini sledil, je treba pritegniti njegovo pozornost in ga vključiti v vsebino. Na kakšen način se to vključevanje lahko uresničuje, je odvisno od značilnosti posameznega medija in diskurza, znotraj katerega posamezni znaki dobijo pomen. Televizijski diskurz sestavlja množica vizualnih, zvočnih in jezikovnih znakov, organiziranih na podlagi »kodov in konvencij, ki jih mora gledalec sprejeti in prepoznati, da dobijo pomen« (Bignell 1997, 113). Ko govorimo o televiziji, imamo v mislih medij, ki ga sestavljata zvok in vizualna podoba (Ellis 1992, 113) ali natančneje: barva, zvok, čas, vizualne podobe, besede in pripoved (Hartley 1992, 41). Kot piše Foucault (v Zajc 1995, 49), pomen na televiziji oblikuje »specifična organizacija izjavnega in vidnega, diskurzivnega in nediskurzivnega, ki sta radikalno heterogena, nista v skupnem prostoru, hkrati pa se nenehno prepletata,« kar kaže na večdimenzionalnost televizijskega medija.

Pomen na televiziji torej oblikujejo znaki kot deli vizualne, zvočne in jezikovne razsežnosti, zato bom v analizo vključila vsako od njih in skušala poiskati načine vključevanja gledalca, ki naj bi pripomogli k lažjemu vživljanju v vsebino.

2.1 Vizualno vključevanje gledalca

Prednost televizije je v njeni zmožnosti vizualizacije. Ko podobe vidimo in ne le slišimo, postanejo resnične in zadovoljujejo prvobitno željo po gledanju, ki v nas povzroča ugodje (Mulvey 1996, 275–277). Gledalca že s tem, ko mu ponudimo vizualne podobe nekega okolja, intenzivneje vključimo v vsebino kot bi bil brez vizualnih podob. Hkrati so vizualne podobe tiste, ki fascinirajo, privlačijo, presenetijo ali osupnejo (Corner 1995, 24; Sontag 2006, 19), zato vsebino, ki jo spremljajo, lažje ponotranjimo, začutimo in intenzivneje doživimo. Posledično vizualne podobe omogočajo hitrejše razumevanje vsebine in lahko povedo tisto, kar bi besede težje. »V sliki je vedno nekaj, česar besede ne morejo ubesediti« (Zajc 1995, 48–49), zato prisotnost vizualne razsežnosti sama po sebi gledalcu omogoča, da se lažje in hitreje vživi v vsebino ter začuti tisto, kar gleda. Pri oddajah, kot so Čez planke, je vizualizacija pomembna razsežnost, ki omogoča, da gledalec novo okolje vidi, saj si ga s tem lažje predstavlja. Na drugi strani pa so vizualne podobe potrditev, da nekaj res obstaja, zaradi česar gledalec lažje verjame besedam.

Vzbujanje gledalčeve pozornosti ter sprožanje njegove razumske in čustvene dejavnosti, da bi se v okolje, ki ga gleda, lažje vživel, ne poteka le prek vizualnih podob v obliki

fotografskega ali slikovnega materiala, ki potrjuje resničnost besed. Vključevanje gledalca na vizualni ravni lahko poteka na več načinov.

2.1.1 Neposredni nagovor v kamero

Neposredni nagovor v kamero je eden od načinov vizualnega vključevanja gledalca, pri katerem novinar stoji pred tako ali drugače pomembnim ozadjem in govori v kamero, zaradi česar daje vtis, da gledalca neposredno nagovarja (Laban 2007a, 95). Najpogosteje se neposredni nagovor v kamero pojavlja v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah, kjer ima, kot ugotavljata Labanova (2007a) in Butler (2002), več funkcij: potrjuje resničnost informacij ali dogodkov, o katerih novinar poroča; vizualno identificira novinarja, ki je med prispevkom skrit in se sliši le njegov glas; nadomešča pomanjkanje vizualnega gradiva; ločuje med prispevki različnih novinarjev ter med posnetki s terena in dogajanjem v studiu.

Posebnost neposrednega nagovora v kamero je, da v njem novinar gleda naravnost v objektiv kamere, s čimer simulira očesni stik z navideznim gledalcem in se pretvarja, da ga vidi, čeprav ga ne (Goffman v Laban 2007a, 92). Zaradi simulacije očesnega stika se gledalcu zdi, da ga novinar nagovarja in da gre v neposrednem nagovoru v kamero za osebno konverzacijo med njim in novinarjem, čeprav gre dejansko za enosmerno sporočanje. Posledično gledalec med gledanjem s podobo na ekranu vstopi v namišljen odnos oziroma z njo ustvari navidezno socialno vez (Fiske v Laban 2007a, 92). Simulacija očesnega stika, ki se v neposrednem nagovoru v kamero vsakokrat uresniči, pritegne gledalčevo pozornost in zato se v vsebino oddaje intenzivneje vključi. Ima namreč občutek, da ga podoba na ekranu neposredno nagovarja, da torej govori le njemu.

Na splošno pogled, uprt neposredno v naslovnika, pritegne njegovo pozornost in od njega nekaj pričakuje ali zahteva. Ponavadi govorci s pogledom pri naslovnikih iščejo povratno informacijo ali znak pozornosti (Argyle 1996, 109), zato vsakršen pogled, uprt v gledalca, pri njem izzove občutek, da se od njega nekaj zahteva ali pričakuje sodelovanje. Tak pogled od naslovnika ponavadi zahteva, da s podobo, ki je vanj usmerila pogled, vstopi v imaginaren odnos, ki ju poveže (Van Leeuwen 2005, 120). Neposredni nagovor v kamero pri gledalcu torej pritegne pozornost, saj ima občutek, da ga oseba na zaslonu nagovarja, vključuje v sporočanje kot svojega sogovorca in mu s tem daje občutek, da je del dogajanja na ekranu. Posledično je v vsebino, ki jo prek neposrednega nagovora v kamero upoveduje oseba na ekranu, intenzivneje vključen.

2.1.2 *Izbor kadrov ter lega in gibanje kamere*

Izbor kadrov ter lega in gibanje kamere določajo gledalčevo razumevanje in njegov odnos do podob na ekranu. Pomembno je vedeti, katere kadre uporabiti za dosego željenega učinka pri gledalčevem načinu dožemanja in razumevanja vsebine, kot tudi to, kateri kadri bodo gledalcu podobe približali na način, da se bo vanje lažje vživel. Po Waltersu (1994, 203) obstaja pet ključnih točk vizualnega pripovedovanja: vertikalni kot kamere, razdalja kamere od subjekta, premikanje kamere, zaporedje in zaporedje kadrov ter prehodi med njimi. Te točke so za analiziranje preobsežne, zato se bom v empiričnem delu diplomskega dela osredotočila na širino kadrov, lego in gibanje kamere.

Teoretiki (Perovič in Šipek 1998; Holland 2000; Butler 2002; Lury 2005) vrste kadrov klasificirajo na različne načine. V analizi bom za osnovo vzela klasifikacijo Labanove (2007a, 35–7)¹, ker vsebuje poleg opisa značilnosti posameznega kadra tudi informacije o intenziteti vključevanja gledalca. Po njenem *srednji bližnji plan*, ki prikazuje človeka od prsnega koša navzgor, in *bližnji plan*, ki prikazuje človekovo glavo in vrat, lahko tudi del ramen, gledalca s podobami na ekranu najbolj približata. Bližnji plan naj bi še posebej omogočal intimen vpogled v podrobnosti, skrita čustva, razpoloženja in značaje identificiranih oseb, zaradi česar pogosto tudi odvrne gledalčevo pozornost od vsebine povedanega. Podobno Fairclough (1995, 39) meni, da bližnji plan zmanjšuje distanco med gledalcem in podobo na ekranu ter mu daje občutek enakovrednosti s podobo. Zato bližnji plan Ellis (v McQueen 1998, 8) imenuje za najbolj intimnega izmed vseh planov.

Srednji bližnji plan po Luryjevi (2005, 27–32) posebej kaže na enakovrednost med gledalcem in podobo, saj se zdi, da si v njem oba (gledalec in oseba ali podoba na ekranu) zreta iz oči v oči, zato sta morda še bolj v enakovrednem odnosu kot v bližnjem planu. Za ostale kadre so si prej omenjeni teoretiki enotni, da podobe prikazujejo ali s prevelike razdalje ali preblizu, da bi se lahko gledalec z njimi poistovetil in se vanje vživel. Zato se bom v empiričnem delu osredotočila le na srednji bližnji in bližnji plan.

Poleg širine posnetka je za analizo vključevanja gledalca pomembna tudi lega kamere, saj ta določa razumevanje in odnos gledalca do podob, ki jih gleda. Lega kamere namreč vpliva na čustva in razumevanje objekta na ekranu – če je kamera v liniji oči, si gledalec in podoba zreta v oči in sta simbolično v enakovrednem odnosu, če je kot kamere nižje ali višje od oči, pri gledalcu ustvarja občutek neenakovrednega razmerja (Holland 2000, 62). Gledalec namreč

¹ Labanova pri tej klasifikaciji izhaja iz Butlerjeve (2002, 122) klasifikacije kadrov.

osebo, ki jo gleda od spodaj navzgor, dojema kot značajsko močno, kar vpliva na njegov odnos do nje, medtem ko osebo, ki jo gleda od zgoraj navzdol, dojema kot šibko (Ward in drugi 2000; Laban 2007a).

Na razumevanje in vključevanje gledalca v gledano vsebino lahko vpliva tudi premikanje kamere, vendar ne tako intenzivno kot širina posnetkov in lega kamere. Premikanje kamere je lahko statično ali gibajoče. Kot piše Rabiger (1998, 199), uporaba kamere na stativu pomeni eno samo gledišče, medtem ko se premikajoča kamera giblje po prostoru in ne miruje, zato deluje kot »inteligence na dveh nogah«. T. i. ročna ali premikajoča se kamera se lahko po prostoru giblje na dva načina: po vnaprej določenih poteh ali spontano sledi dogajanju. Za drugo možnost Rabiger (glej tam) meni, da je bolj subjektivna. Prva deluje bolj kot objektivni opazovalec dogajanja, medtem ko druga sledi gibanju subjektovih oči. Zato Arnheim (2000, 79) meni, da snemanje s spontano premikajočo se kamero svet pokaže »s stališča posameznika«, človeka postavi v kozmos in tako zelo subjektivno izkušnjo naredi dostopno očem vseh. Po njegovem mnenju je tovrstno snemanje za gledalca novo doživetje, saj podobe v prostoru gleda, kot bi jih gledal, če bi se v prostoru nahajal tudi sam. Posledično se počuti bolj vključenega v dogajanje, ki ga gleda, saj se z gibanjem kamere po prostoru lahko identificira. Premikanje kamere namreč simulira gibanje njegovih oči.

2.1.3 Učinki neverbalne komunikacije

Neverbalno komunikacijo bom analizirala znotraj možnih načinov vizualnega vključevanja gledalca, čeprav jo večina teoretikov povezuje z verbalno komunikacijo, tj. kot njen del ali nasprotje. Kot del vizualne razsežnosti jo bom analizirala zato, ker njene signale gledalec zaznava vizualno.

Subjekti v procesu medosebne interakcije svoje mnenje o drugih subjektih na splošno oblikujejo na podlagi »velikega števila heterogenih informacij: verbalnega sporočila, družbene situacije in raznovrstnih neverbalnih znakov« (Kovačeva 1997, 151). Gledalec si na podlagi signalov neverbalne komunikacije o osebi na ekranu ustvarja osebni profil, kar nadalje vpliva na njegovo razumevanje in odnos do tistega, kar vidi. Raziskave s področja učinkovitosti komunikacije so pokazale, da je 55 odstotkov vtisa pri naslovnih zasnovanega na neverbalni komunikaciji nastopajočega, tj. drža, kretnje in očesni stik, 38 odstotkov na njegovi barvi glasu in samo 7 odstotkov na vsebini predstavitve (Mehrabian in Ferris v Pucelj 2009, 86). To pomeni, da ima lahko neverbalna komunikacija na naslovnike večji učinek in zanje vsebuje več informacij kot verbalno sporočilo. Uletova (v Ule in Kline 1996) celo

ugotavlja, da ljudje še vedno bolj zaupajo neverbalni kot verbalni komunikaciji, saj naj bi ta po njihovo boljše odsevala dejansko čustveno stanje govorečega – kar pa po njenem mnenju ne drži, saj se da veččin neverbalne komunikacije tudi priučiti.

Izraz neverbalna komunikacija se največkrat nanaša na »komunikacijsko učinkovanje telesne dejavnosti, gest, izrazov obraza, orientacije v prostoru, zavzemanje različnih položajev v njem, dotika, vonja in tistih vidikov neverbalnega sporočila, ki jih je mogoče teoretično ločiti od referenčnega konteksta izrečenega« (Kovačev 1997, 130). V praksi to pomeni, da hkrati komuniciramo verbalno in neverbalno. Tisto, kar sporočamo z jezikom, je verbalno sporočilo, način, na katerega to sporočamo, pa je neverbalno, »paralingvistično sporočilo« (Ule in Kline 1996, 48). Večina dosedanjih raziskav (Kovačev 1997, 146) kaže, da je za izražanje razpoloženja in stališč neverbalna komunikacija učinkovitejša od verbalne.

Neverbalna komunikacija je torej pomembna, saj osebi, pri kateri nam neverbalna komunikacija signalizira nekredibilnost, težje verjamemo kot nekomu, ki nam daje že z neverbalno komunikacijo občutek poštenosti in odkritosti. To je pomembno tudi za voditelje/novinarje televizijskih oddaj. Njihova neverbalna komunikacija nam veliko pove o njihovi osebnosti. »Osebnost voditelja pa je vir avtentičnosti in tista, ki zagotavlja kredibilnost novic. Voditelj je naš most do realnosti« (Luthar 1998, 19), zato je pomembno, kakšne signale neverbalne komunikacije voditelj oddaja, saj s tem veliko pove o sebi in svojem odnosu do predmeta ubeseditve ter tako vpliva na razumevanje naslovnikov.

Shanon in Weaver (v Kovačev 1995, 8) poudarjata, da je treba besedo »komunikacija« znotraj analize neverbalne komunikacije razumeti v najširšem pomenu besede. Ta pojem po njunem implicira na vse oblike oddajnikovega potencialnega vplivanja na drugega udeleženca interakcije, med katerimi je tudi glasbeno, likovno, gledališko in plesno delo. Zato pride neverbalna komunikacija v upoštevanje tudi za analizo vključevanja gledalca v oddajah Čez planke, čeprav teoretiki (Argyle 1996, Ule in Kline 1996, Kovačev 1997) neverbalno komunikacijo večinoma povezujejo z »interakcijo«, tj. medsebojno komunikacijo dveh ali več sočasno navzočih oseb, kar za oddaje Čez planke kot primer enosmerne sporočanja ne velja.

Znotraj kategorije »neverbalne komunikacije« je možno oblikovati mnogo podkategorij, kamor lahko umestimo različne oblike neverbalnega sporočanja (Kovačev 1997, 137). V empiričnem delu se bom osredotočila na avtoričin najbolj vidni del telesa – obraz in skušala ugotoviti, na kakšen način avtoričina obrazna mimika učinkuje na gledalčevo vključevanje v vsebino oddaj.

2.2 Vključevanje gledalca z zvokom

Vizualne podobe so vedno omejene z nezmožnostjo (televizijskega) medija, da bi jih prikazali v resnični tridimenzionalni obliki, medtem ko je lahko zvok na televiziji dejansko tak, kot ga poznamo iz resničnosti (Butler 2002, 181). Zaradi te značilnosti zvok podobe na televiziji dela bolj resnične, pristnejše, kar vpliva na vključevanje gledalca, saj prepozna zvok na televiziji iz vsakdanjega življenja, kar lajša in pospeši njegovo vživljanje v podobe, ki jih gleda.

Zvok se na televiziji pojavlja v večih oblikah. Holman (2002, xvii) ločuje med zvokom, ki je bil posnet med snemanjem na lokaciji, umetno oblikovanim zvokom iz zvočnih knjižnic in zvokom v obliki glasbe, ki je bila napisana izključno za določen film oziroma televizijsko oddajo, ali pa je obstajala že prej. Zvok ločujemo tudi po tem, ali spremlja podobo, ki jo vidimo na ekranu (npr. gledamo ulico in slišimo zvok z ulice), ali spremlja namišljeni prostor v glavah gledalcev, ki ga je konstruiral film; ali gre za zvok, ki spremlja brano novinarsko besedilo in se lahko pojavlja tudi v glasbi kot dodatnem zvoku (Armes 1995, 173). Glede na prisotnost zvoka na ekranu govorimo o t. i. zvoku na ekranu ali zvoku izven ekrana (Butler 2002, 188). Slednji se pojavlja tako, da se na ekranu prikaže podoba, zvok pa se navezuje na drugo podobo, ki je ni videti, kar dogajanje na ekranu prestavlja zunaj okvira kamere ter mu daje globino in razsežnost.

Zvok je torej na televiziji prisoten na več načinov in v različnih oblikah. V analizi se bom osredotočila na tiste oblike, ki se pojavljajo v oddajah Čez planke in vplivajo na gledalčevo intenzivnejše vključevanje v podobe na ekranu. Pri analiziranju bom izhajala iz klasifikacije Peroviča in Šipkove (1998, 150), ker je najbolj prilagojena nefilmskim vsebinam. Zvok na televiziji delita na: off, originalni mednarodni ton (IT), efekte in glasbo. Off pomeni brano (novinarsko) besedilo, ki ga bere ali pripoveduje poročevalec/novinar. Originalni mednarodni ton se navezuje na zvok, ki je bil posnet na kraju dogajanja. Efekti, v nadaljevanju zvočni učinki, so dodani kasneje v postprodukciji in izvirajo iz zvočnih knjižnic. Glasba kot četrta vrsta zvoka je lahko posneta ali na mestu dogodka ali dodana kasneje v postprodukciji. Brano besedilo bom analizirala znotraj vključevanja gledalca z jezikom.

2.2.1 Mednarodni ton

Mednarodni ton pomeni »izvirni, naravni zvok dogodka, ki ga snemalec posname hkrati s sliko in izvira s prizorišča« (Laban 2007a, 56). Ker izvira s prizorišča, podobam daje

videz resničnosti, hkrati pa poudarja verodostojnost in verjetnost novinarskega besedila. Na primer: gledalec na ekranu gleda kolono vozil na egipčanski avtocesti, v branem besedilu sliši novinarja govoriti o problemih v zvezi z vse pogostejšimi prometnimi zastoji, vmes pa sliši hupanje in zvok avtomobilov. Zaradi mednarodnega tona, tj. hupanja in zvoka avtomobilov, bo branemu besedilu, ki govori o problemih v zvezi s prometom, gledalec bolj verjel in si lažje predstavljal, kakšno stanje vlada v podobah, ki jih gleda. Po Mayeuxu (1991, 267) mednarodni ton, ki ga imenuje naravni zvok, zgodbi doda tisto, česar besede ne morejo povedati. Vizualno informacijo okrepi, gledalčevo vživljanje v podobe pa je zaradi njegove prisotnosti intenzivnejše.

Mednarodni ton ni tako enoten, kot se zdi. Pomembno je, ali govorimo o mednarodnem tonu na televiziji ali filmu oziroma ali gre za »faktični« ali »fikcijski« žanr (Luthar 1992). Na osnovi tega ločujemo med mednarodnim tonom, značilnim večinoma za novinarske vsebine, in zvočnimi učinki, ki se ponavadi pojavljajo v filmu in se jih doda v postprodukciji. V obeh primerih gledalec sliši podoben, skoraj isti zvok, npr. hrup na cesti, zvok korakov, glasovi ljudi v ozadju. Razlika je v tem, da se pri mednarodnem tonu sliši, da ni obdelan v tolikšni meri kot zvočni učinki, ki izvirajo iz zvočnih knjižnic in se ponavadi pojavljajo v t. i. fikcijskih žanrih. Razlika je vidna tudi v njunem konotativnem pomenu. V faktičnih žanrih, npr. televizijskih dnevnoinformativnih oddajah, bo zvok korakov kazal na dejanskost, resničnost osebe, ki se pojavlja na ekranu, katere koraki proizvajajo zvok, ki ga sliši gledalec; zvok korakov v fikcijskih žanrih, tj. filmu, pa se bo pojavljal v obliki zvočnih učinkov in bo konotiral (bližajočo se) nevarnost, nekaj strašljivega. Funkcija zvočnih učinkov je, da potencirajo dogajanje na ekranu (Holman 2002, Butler 2002), medtem ko mednarodni ton potrjuje resničnost podobe na ekranu, zato je za Letico (2003, 243) pomemben in se ga po njegovo prepogosto zapostavlja. Pomanjkanje mednarodnega tona Letica (glej tam) ilustrira s primerom, v katerem »gledalci vidijo gost promet sredi Mostarja in slišijo dopisnika, ki govori v grobi tišini, kot da prometnega vrveža ne bi bilo, ali pa gledajo morske valove in slišijo novinarja, kako govori o turizmu, vendar brez zvoka morskih valov in kopalcev«. Pomanjkanje mednarodnega tona torej znižuje verodostojnost in resničnost podob ter ukinja atmosfero, ki bi v resničnosti spremljala te podobe. Tudi Perovič in Šipkova (1998, 80) svarita, da je mednarodni ton »izjemno pomemben«. Kadar koli je mogoče, »pustite nekaj sekund govoriti sliko in mednarodni ton sama, brez novinarskega teksta«.

2.2.2 Učinki glasbe

Glasba se na radiu, televiziji in v filmu pojavlja, da bi v poslušalcih vzbudila določena čustva: hrepenenje, sentimentalnost, občutek pripadnosti, verska čustva, strankarsko solidarnost in patriotizem (McAllester v Merriam 2000, 175–176). Vpliv ima na telesni odziv, saj »navdušuje in sprošča množice, spodbuja telesni odziv bojevnikov in lovcev, prikliče telesni odziv pri plesu, ki je včasih ključnega pomena« (Merriam 2000, 178–179). Glasba je torej pomembna, ker vpliva na čustva. Holman (2002, xviii) glasbi zato pripisuje funkcijo določanja občutkov gledalcev. Glasba po njegovem določa, »kako čutiti v tem ali onem trenutku«, zato je njeno delovanje vezano »na ozadje in ne ospredje scene.«

Po Muršiču (1993, 101) glasba deluje na tri načine: lahko je vezana na aktivno zvočno dejavnost, tj. da osebe igrajo ali pojejo na inštrumente, ali na poslušanje, tretja možnost, za nadaljno analizo najbolj relevantna, pa je, ko zvočnost glasbe postane zgolj del drugega dogajanja. Poslušalci se prelevijo v gledalce in glasbo bolj gledajo kot poslušajo. To pomeni, da je glasba v ozadju dogajanja, ki ji je nadrejeno, zato gledalec glasbe ne posluša, ampak jo gleda skupaj z dogajanjem na ekranu. »Glasba ne sme biti osnova pripovedi, marveč komplementarni del zvočne podobe« (Rabiger 1998, 286). S tem se strinja tudi avtorica oddaj Čez planke (glej Priloga 4), za katero je glasba v oddajah pomembna, ampak tako, da ni moteča. Vsebini dodaja širino, vpliva na emocije in reprezentira izbrano državo, vendar je v oddajah redko v ospredju.

2.3 Vključevanje gledalca z jezikom

Jezik je osrednji način sporazumevanja. Poleg informativne vrednosti ima za naslovnika, v tem primeru gledalca, pomembno vlogo za njegovo dojetje, življenje in odnos do vsebine. Jakobson (1989, 154–159) piše o petih funkcijah jezika, ki se znotraj sporočila prepletajo in izražajo različno. Referencialna funkcija jezika je usmerjena h kontekstu in se pojavlja pri objektivnem ali dejanskem komuniciranju. Emotivna ali izrazna funkcija izraža neposreden izraz govorcevega odnosa do vsebine in si prizadeva proizvesti vtis o določenem čustvu. Konotivna funkcija jezika se osredotoča na način, kako sporočilo učinkuje na naslovljenca in ima svoj najčistejši gramatični izraz v velelniku in zvalniku. Ključna je pri ukazih in propagandi. Fatična funkcija jezika ohranja odnos med pošiljalcem in naslovnikom s podaljševanjem komunikacije oziroma preverjanjem, ali komunikacijski kanal deluje. Metajezikovna funkcija je namenjena preverjanju sporočanja dejavnosti, ali udeleženca

uporabljata isti kod. Poetska funkcija je osredotočena na sporočilo in njegov pomen zunaj sporočila. Slednja funkcija se ne navezuje le na poezijo, temveč tudi na jezik zunaj nje.

Za vključevanje gledalca v televizijsko vsebino, tj. pritegnitev njegove pozornost, in vplivanje na njegovo doživljanje in vživljanje v vsebino so pomembne emotivna, konotiva in poetska funkcija jezika.

2.3.1 Vzpostavljanje skupnega sporočanja kroga

Konotivna funkcija jezika se izraža pri vzpostavljanju skupnega sporočanja kroga. Skupni sporočanja krog je sporočanja dejavnost, ki omogoča, da so v sporočanja razmerje vključeni tvorec govora (sporočevalec), predmeti govora (sporočilo) in vsakokratni naslovnik/i (sprejemalci), četudi naslovniki ob dogodku niso bili prisotni. Naslovnike kot neudeležence dogodka se v skupni sporočanja krog vključuje z rabo osebnih zaimkov prve in druge osebe, ki sami po sebi kažejo na izvenbesedilno predmetnost, ter prvo- in drugoosebne glagolske oblike, ki prav tako kažejo na udeležence sporočanja stika. Rezultat vključevanja vseh treh spremenljivk (tvorca, predmeta in naslovnika) je vzpostavitev (prostorske) tukajšnjosti in (časovne) zdajšnjosti (Korošec 1998, 161–3), ki dajeta gledalcu občutek, da je del dogajanja na ekranu, čeprav ni, in da gleda dogajanje, ki se odvijva v trenutku gledanja, čeprav gleda posnetek nečesa, kar se je že zgodilo.

2.3.1.1 Nagovarjanje gledalca

Eden od načinov vzpostavljanja skupnega sporočanja kroga je nagovarjanje naslovnika, tj. poimenovanje naslovnika, v tem primeru gledalca, bodisi z občnimi imeni bodisi z zaimki (Korošec 2005, 41). Nagovarjanje se uresničuje z rabo druge osebe ednine ali množine oziroma z rabo sporočanja prvin, tj. ogovornih iniciatorjev (začetnikov) govornega stika, med katerimi so: imena, zaimki, ogovorni izrazi, ogovorni medmeti, vprašalne povedi itd. (Korošec 2005, 51). Rezultat nagovarjanja je, da sta v sporočanja razmerje vključena tvorec besedila (v tem primeru avtorica oddaj Čez planke) in naslovnik (v tem primeru gledalec). Govorec se v nagovoru obrača k naslovniku, da bi ga vključil v vsebino in s tem uresničil pozivno in pridobivalno funkcijo, pri čemer mora upoštevati, da gre pri besedilih množičnih medijev za enosmerno komunikacijo (Korošec 2005, 43).

2.3.2 *Raba stilnozaznamovanih jezikovnih sredstev*

Emocionalna in poetska funkcija se izražata pri izboru jezikovnih sredstev in se navezujeta na izvenbesedilni pomen sporočila.

Jezikovna sredstva se delijo na tista, ki so stilno nevtralna, in tista, ki so stilno zaznamovana, zato govorimo o stilno zaznamovanih in stilno nevtralnih jezikovnih sredstvih (Korošec 1998, 13; Toporišič 2000, 23). Stilno zaznamovana jezikovna sredstva so tista, ki so stilno nevtralnim podobna, tudi njihovo bistvo ni spremenjeno, le njihove značilnosti konotirajo dodatni pomen (Akhmanova v Kalin Golob 2004, 710), kar vpliva na naslovnikovo razumevanje, vrednotenje in vključevanje v vsebino besedila. Ker je cilj diplomskega dela ugotoviti, kako vplivati na intenziteto vključevanja gledalca in vplivanja na njegovo čustveno in razumsko dejavnost, bodo za analizo zanimiva predvsem zaznamovana jezikovna sredstva, h katerim štejejo najrazličnejši stilemi². Po Korošču (1998, 17–19) se znotraj publicističnih besedil kot stilno zaznamovana jezikovna sredstva pojavljajo aktualizmi. Aktualizmi (Korošec 1998, 17) so jezikovna sredstva, s katerimi »tvorec dejansko posega v spoznano in na novo poimenovano resničnost«, pri tem pa je aktualizacija izbor sredstev, »s katerim tvorec išče pot k naslovníku, navezuje stik z njegovim izkustvenim svetom, da bi sprožil njegovo razumsko in čustveno dejavnost« (glej tam). S tem tvorec predmet/pojem označi z besedo, ki ni običajna, zaradi česar besedilo osveži in pritegne pozornost naslovníka (Kmecl 1996, 100). Tako vpliva na naslovníkovo vključevanje v vsebino.

Po Korošču (1998, 17–28) so najpogostejša jezikovna sredstva, ki bi jih v poročevalstvu lahko šteli za aktualizme, besede, ki jih SSKJ kvalificira s katerim od stilno-plastnih in časovnih kvalifikatorjev, ker kažejo na tvorčevo vrednotenje vsebine besedila. Korošec (glej tam) med aktualizme šteje tudi trope in frazeologeme, ki kažejo na tvorčevo stališče in vrednotenje vsebine besedila, kot tudi poživljajo besedilo in odslikavajo tvorčevo jezikovno ustvarjalnost. Tropi so stilno zaznamovana sredstva rabe besed v prenesenem ali zamenjanem pomenu, kamor spadajo metafore, primere, ukrasni pridevki, poosebitve, metonimije, sinekdohe in antonomazije (Toporišič 1992, 333). Frazeologemi so stalne besedne zveze, ki se pogosto pojavljajo v publicističnih, predvsem poročevalskih besedilih. Besedilo ponavadi poživljajo, tvorec pa se želi z njimi približati naslovníkovemu izkustvenemu svetu (Korošec 1998, 20–28).

² Stilem je stilno zaznamovano, tj. od nevtralnega posebno sredstvo jezika, s katere koli njegove ravnine (Toporišič 1992, 311).

2.3.3 Besedilna fonetika

Na gledalčevo dojetanje, razumevanje in vključevanje v vsebino vpliva tudi govorna ali slušna realizacija besedila. Pomembno je, kako govorec uresničuje govor. Naslovnik lahko prek govora razbere govorcevo razpoloženje, njegov odnos do vsebine in čemu daje poudarek. Posledično to vpliva na gledalčevo razumevanje in dojetanje vsebine.

Značilnosti slušnega gradiva raziskuje besedilna, na ravni stavkov pa stavčna fonetika. Besedilno fonetiko kot poseben del fonetike zanimajo naslednji stavčnofonetični pojavi: strnjenost oziroma razčlenjenost besedila s premori, jakostna izoblikovanost posameznih segmentov, podoba tonskega poteka v delih besedila, relativna višinska lega tonskih potekov, relativna dolžina trajanja posameznih enot besedila in tipična obarvanost glasovja (Toporišič 2000, 533–534).

3 ŠTUDIJA PRIMERA: VKLJUČEVANJE GLEDALCA V ODDAJAH ČEZ PLANKE

3.1 Predstavitev oddaj Čez planke

Oddaje Čez planke so del razvedrilnega programa Radiotelevizije Slovenija. Na sporedu so od leta 2001. Predvajajo se v nizu petih, šestih oddaj letno v večernem terminu. Voditeljica oddaj Čez planke je Mojca Mavec, ki je hkrati tudi urednica, scenaristka, idejni vodja, režiserka, novinarka na terenu, voditeljica v studiu, montažerka, tvorka in interpretinja branega novinarskega besedila. Mojco Mavec bom zaradi njenih številnih funkcij v nadaljevanju imenovala *avtorica*, ker se lahko oddaje Čez planke v skladu s 5. odstavkom 4. člena Metodologije strokovnega nadzorstva radijskih in televizijskih programov poimenuje *avtorske oddaje*.

Prvotni koncept oddaj Čez planke je avtorica oblikovala v letih 2000 in 2001. Zaradi vse večjega števila tujcev, ki so v tistem času živeli ali začasno bivali v Sloveniji, je bil avtoričin namen oblikovati oddajo, v kateri bi imeli tujci možnost spregovoriti o svojem življenju, kulturi in okolju, iz katerega izhajajo; o svojih razlogih za prihod v Slovenijo; o razlogih za učenje slovenskega jezika; o tem, kaj se jim zdi v slovenskem okolju zanimivega, presenetljivega ali kako drugače posebnega. Avtorica bi tako v studiu s petimi predstavniki različnih kultur/držav razpravljala o univerzalnih temah: odnosu do mrtvih, statusu starejših v različnih kulturah, pomenu praznikov v posameznih državah itn. Studio bi imel funkcijo javnega prostora, kjer bi se slovenska kultura (neposredno) soočila z značilnostmi drugih kultur, svojim odnosom do njih, stereotipi in predsodki, ki jih imajo Slovenci do drugih, ter iskanjem podobnosti in razlik med »nami« in »njimi«. Iz tega koncepta je avtorica izhajala pri tvorjenju imena Čez planke. Sama pravi: »Iskala sem slovensko ime in izhajala iz besede zaplankanost³. Slovenci ždimo v tem svojem vrtičku, smo na nek način zaplankani, zelo kritično dojemamo svojo okolico, zato je namen oddaje tudi, da gremo preko svojih plank, svoje omejenosti, in vidimo svet širše« (Priloga Č).

Koncept oddaj Čez planke je predstavljanje družbenoaktualnega profila izbrane države skozi pripovedi ljudi, iskanje podobnosti in razlik med »nami« in »njimi« ter tistih elementov,

³ V SSKJ je leksem *zaplankanost* definirana kot *omejenost, nerazgledanost*. Beseda *planka* ali *planke* pa pomeni *deska, krajnik* ali *plot*. Ime se torej simbolično navezuje na kulturne in miselne prepreke, v tem primeru Slovencev, do drugih kultur ali narodov.

ki povezujejo slovenski in predstavljeni narod – elementi slovenske kulture, ki so prisotni v predstavljeni državi, ter elementi predstavljenе države, ki so vidni v slovenski kulturi.

3.1.1 Okvirna struktura oddaj po obdobjih

Struktura oddaj Čez planke ni enotna. Tako kot so predstavljene države zaokrožene celote, to velja tudi za vsako oddajo posebej. Med seboj se ne povezujejo ali vsebinsko navezujejo, zato je tudi strukturo oddaj Čez planke težko poenotiti. Okvirno strukturo po obdobjih bom skušala predstaviti znotraj prostorov, ki se v oddajah pojavljajo ali spreminjajo, in znotraj funkcije avtorice, ki nastopa v vlogi voditeljice, novinarka na terenu, pripovedovalke, intepretinje in zastopnice slovenskega naroda. Za lažje razumevanje bom oddaje Čez planke uvrstila v tri obdobja: v prvo obdobje bom vključila oddaje, ki so bile na sporedu v letih 2001–2003, in jih v nadaljevanju poimenovala *oddaje prvega obdobja*. Kot predstavnico tega obdobja bom analizirala *oddajo o Egiptu*, ki je bila na sporedu leta 2002 (glej Priloga A). Oddaje, ki so jih lahko gledalci gledali v letih 2003–2006, bom imenovala *oddaje drugega obdobja* in v analizo tega obdobja vključila *oddajo o Portugalski in Madeiri*, ki je bila na sporedu leta 2006 (glej Priloga B). Oddaje, ki so bile na sporedu leta 2009, bom imenovala *oddaje tretjega obdobja* in v analizo vključila *oddajo o Čilu*, ki je bila na sporedu leta 2009 (glej Priloga C). Med letoma 2006 in 2009 oddaj Čez planke ni bilo na sporedu.

Oddaje po obdobjih bom predstavila s pomočjo Fiskejeve (2003, 288–290) opredelitve treh prostorov okoli voditelja, ker bom na tak način najlažje predstavila spremembe strukture oddaj Čez planke, za katere velja izjemno neenotna struktura. Po Fiskeju se prvi prostor navezuje na televizijski studio, kjer je voditelj predstavljen kot avtoriteta in priznava verodostojnost podobam sveta, ki jih reprezentirajo novinarji v svojih besedilih. Drugi prostor zasedajo novinarji, ki so oddaljeni od televizijskega studia in diskurzivno podrejeni voditelju. Novinarji so individualni in institucionalni glas ter posredujejo med grobo resničnostjo in končno resnico, ki jo upovedi voditelj. V tretjem prostoru so očitvidci in viri informacij. Gre za glasove, ki morajo biti pred objavo podvrženi diskurzivni kontroli, saj resnica obstaja le v studiu.

Glede na Fiskejevo opredelitev prostorov okoli voditelja za prvo obdobje oddaj Čez planke velja, da v njem prevladuje prvi prostor (studio), saj obsega časovno in vsebinsko večji del oddaje. V njem avtorica v vlogi voditeljice (povezovalke v studiu) z gostoma komentira posnetke s terena in podobam sveta zunaj studia priznava resničnost. Studio je tako prostor, v katerem gledalci slišijo končno resnico. Drugi prostor (teren) je v tem obdobju studiu

podrejen. Avtorica se v njem pojavlja v vlogi novinarka na terenu, ki v predstavljeni državi išče informacije, ki bi bile za slovenski kulturni prostor zanimive. Hkrati kot zastopnica Slovencev išče povezave med slovensko kulturo in tisto, ki je v oddaji predstavljena. V oddaji o Egiptu so to zgodbe, povezane z Aleksandrinkami in slovenskimi vojaki, ki so se borili v bitki pri El Aravjenu v Egiptu. Tretji prostor, ki ga zasedajo očividci in viri informacij, so v tem obdobju vezani na studio.

V oddajah drugega obdobja se razmerja prostorov spremenijo. Prvi prostor, tj. studio, ni več osrednji prostor, temveč dodatek. Avtorica v studiu nima vloge voditeljice, ampak intervjuvarke, ki goste sprašuje o osebnih zgodbah in življenju v predstavljeni državi. Med pogovorom se ne navezujejo na podobe in dogajanje s terena, kot velja za prvo obdobje, zato se zdi studio ločen od dogajanja na terenu. Studio v tem obdobju podobam sveta ne priznava verodostojnosti, zato končna resnica obstaja na terenu. V studiu so predstavljene osebne zgodbe ljudi določene države. Avtorica na terenu ni več novinarka, temveč vsevedna pripovedovalka⁴, ki pozna končno resnico in jo gledalcem pripoveduje v neposrednih nagovorih v kamero. Za razliko od prvega obdobja avtoričini sogovorniki niso več viri informacij. Avtorica kot vsevedna pripovedovalka upove večino informacij o izbrani državi, zato tretji prostor, ki ga sestavljajo viri informacij in sogovorniki, v drugem obdobju nima funkcije.

V zadnjem, (tretjem) obdobju oddaj drugi prostor (teren) popolnoma nadvlada nad prvim prostorom (studiem). Drugi prostor postane glavni in edini, saj studia ni več. V tem obdobju avtorica prevzame vlogo same sebe, Mojce Mavec, ki odkriva predstavljeno državo. Vlogo novinarka na terenu ali pripovedovalke zamenja za vlogo popotnice, ki na poti srečuje ljudi, jih sprašuje po nasvetih, njihovem življenju in zgodbah. Skupaj z gledalcem poslušata zgodbe in pripovedi avtoričinih sogovornikov. Gledalec postane avtoričin sopotnik, s katerim sta si enakovredna in s katerim deli tisto, česar zunanjemu svetu ne pove.

⁴Za t. i. vsevednega pripovedovalca gre takrat, ko govori pripoved subjekt, ki se dviga nad celotno dogajanje, pozna njegove skrivne podrobnosti /.../ Ne pozna le sedanjosti, temveč tudi preteklost in vidi v prihodnost (Kos 2001, 99).

3.1.2 Ciljna publika

Oddaje Čez planke so del razvedrilnega programa Radiotelevizije Slovenija, za katerega Zakon o Radioteleviziji Slovenija (Uradni list RS, št. 96/2005) določa, da mora zagotavljati »kakovostne razvedrilne vsebine za vse starostne skupine« (podčrtala E. K.), kar pomeni, da so vse vsebine razvedrilnega programa TV Slovenija namenjene širši javnosti.

3.1.3 Poskus žanrske opredelitve

Glede na vsebino oddaj Čez planke, tj. predstavitev družbenoaktualnega profila predstavljene države, ljudi, ki živijo v njej, in njihovih zgodb, bi po klasifikaciji Koširjeve (1988, 79–80) oddaje Čez planke uvrstili v reportažno vrsto, znotraj reportažne vrste pa v potopisno podvrsto, za katero Koširjeva (1988, 80) piše, da »opisuje kraje, ljudi, običaje in doživljanje popotnika, ki je hkrati reporter«. Kljub temu, da je klasifikacija Koširjeve pri nas splošno sprejeta in hkrati edina klasifikacija stalnih novinarskih vrst (Laban 2005, 33), za žanrsko opredelitev oddaj Čez planke ne zadostuje. Klasifikacija Koširjeve ne upošteva značilnosti, v tem primeru televizije kot »visoko polisemičnega medija« (McQueen 1998, 263–264), ki zahteva specifičen način upovedovanja. Avtorica svojo pripoved ne oblikuje le s pomočjo literarnih sredstev, kot piše Koširjeva (glej tam), temveč s pomočjo *avdiovizualne hibridne estetike* (Hartley v Laban 2007b, 29), ki združuje jezik, vizualne podobe, glasbo in zvočne učinke, česar časopisna besedila ne omogočajo.

Leksikon filmskih in televizijskih pojmov (1993) filmske in televizijske reportaže uvršča v dokumentarni film, za katerega velja, da prikazuje resnična dejstva, ujeta z objektivnim očesom kamere v njihovem avtentičnem, spontanem stanju, in obdeluje različne vidike življenja: socialne, politične, gospodarske, kar ustreza konceptu oddaj Čez planke. Prav tako temu konceptu ustreza McQueenova (1998, 124) opredelitev dokumentarnega filma, ki po njegovem mnenju vsebuje posebne kode in konvencijo, kot so: naravna svetloba in zvok, resnične lokacije ali kraje, pogovorni dialog, enostavno, življenjsko temo, vključenost neprofesionalnih igralcev, nevpadljivo kamero in stil, kar za oddaje Čez planke prav tako velja. Glede na zapisano bom oddaje Čez planke opredelila kot hibrid dokumentarnega in reportažnega televizijskega žanra.

3.2 Avtoričino vizualno vključevanje gledalca v oddajah Čez planke

V nadaljevanju bom na konkretnih primerih prikazala vizualno vključevanje gledalcev v oddajah Čez planke. Skušala bom ugotoviti, kako elementi posamezne razsežnosti združeni učinkujejo na gledalčevo vživljanje, doživljanje in razumevanje predstavljene države.

3.2.1 Neposredni nagovori v kamero

Vključevanje gledalca je v oddajah Čez planke izrazito v neposrednih nagovorih v kamero, kjer si avtorica in gledalec navidezno zreta iz oči v oči; sta si avtorica in gledalec zaradi prevladujoče rabe srednjega bližnjega in bližnjega plana najbolj vidna; je avtoričina izrazita neverbalna komunikacija v neposrednih nagovorih v kamero najbolj vidna; je avtoričino vključevanje gledalca z jezikom v neposrednih nagovorih izrazito.

Na splošno v oddajah Čez planke ne moremo govoriti o t. i. klasičnih neposrednih nagovorih v kamero. Slednji v oddajah ne ločujejo med prispevki, vizualno ne identificirajo avtorice ter ne potrjujejo verodostojnosti branega besedila in avtoričine delavnosti, kot je značilno za televizijske dnevnoinformativne oddaje. Neposredni nagovori v kamero so v oddajah Čez planke način avtoričinega upovedovanja in pripovedovanja, ki daje videz vsakdanjega pogovora med avtorico in gledalcem. V neposrednih nagovorih v kamero avtorica gledalcu pripoveduje, z njim deli svoje misli, razpoloženja. Tako informacijo posebi in jo približa vsakdanji komunikaciji dveh sopotnikov, ki delita mnenje, občutja in razpoloženje. Videz medsebojne komunikacije avtorice in gledalca daje predvsem simuliran očesni stik, ki je posledica avtoričinega gledanja neposredno v kamero. Simulacija očesnega stika daje gledalcu občutek, da ga avtorica neposredno nagovarja kot svojega sopotnika.

Največ neposrednih nagovorov v kamero je v oddajah drugega obdobja. V oddaji o Portugalski in Madeiri (glej Priloga B) sem našla 52 neposrednih nagovorov v kamero. Razlog tako visokega števila je dejstvo, da v tem obdobju avtorica nastopa kot vsevedna pripovedovalka, ki gledalcu pripoveduje o zgodovini, navadah in življenju v predstavljeni državi, kar je v drugih dveh obdobjih naloga gostov. Zdi se, da okolje dobro pozna. Svoje znanje, izkušnje in zgodbe, ki jih je slišala od domačinov, z gledalci deli v neposrednih nagovorih v kamero.

V oddajah prvega obdobja je neposrednih nagovorov v kamero številčno najmanj. Neposredni nagovor v kamero v tem obdobju nima posebne funkcije, saj avtorica ključne informacije o predstavljeni državi upove z gosti v studiu. Posebnost neposrednih nagovorov v

kamero tega obdobja je, da v njih avtorica govori v mikrofonsko in daje videz poročevalke s terena. Na tak način se najbolj približa t. i. klasičnim neposrednim nagovorom v kamero, značilnim za televizijske dnevnoinformativne oddaje, le da je v primerjavi z novinarji dnevnoinformativnih oddaj bolj sproščena.

V oddajah tretjega obdobja sem našla 18 neposrednih nagovorov v kamero. Avtorica je v njih izrazito osebna. Funkcija neposrednih nagovorov tega obdobja ni informiranje, kot velja za drugo obdobje, zato je v tretjem obdobju teh nagovorov manj kot v drugem. Kjer se pojavijo, avtorica skozi njih z gledalcem večinoma deli »svoje« skrivnosti, hotenja in razpoloženska stanja, kot so navdušenje, začudenje, veselje itd. V neposrednih nagovorih v kamero tega obdobja ima vlogo popotnice, ki z gledalcem–sopotnikom deli osebne stvari: »Vem, da smo na degustaciji in da bi mogli pljunit ven, ampak to je tako dobro, da bom kar spila« (glej Priloga C).

Vključevanje gledalca je v neposrednih nagovorih v kamero najbolj intenzivno zaradi učinkovanja vseh treh razsežnosti. Na vizualni ravni vključevanje gledalca poteka s simulacijo očesnega stika in z neverbalno komunikacijo, ki je pri avtorici izrazita in pripomore h gledalčevi vključenosti v vsebino, saj mu daje občutek, da govori njemu osebno. Oboje bom prikazala v slikah, ki bodo sledile posamezni vrsti neposrednega nagovora v kamero. Te slike so t. i. zamrznjeni posnetki iz oddaj, iz katerih je razviden avtoričin vzpostavljeni očesni stik z gledalcem in njena izrazita obrazna mimika. Prav tako je iz slik razvidna prevladujoča raba bližnjega ali srednjega bližnjega plana, ki gledalcu avtorico približa, in v katerem sta si avtorica in gledalec enakovredna.

Na zvočni ravni vključevanje gledalca v neposrednih nagovorih v kamero poteka večinoma s pomočjo mednarodnega tona. Iz preglednic, ki bodo sledile slikam, bo razvidno, kakšen mednarodni ton spremlja vizualne podobe, pri čemer bom skušala ugotoviti, kako prisotnost mednarodnega tona učinkuje na gledalčevo vključenost.

S pomočjo preglednic bom prikazala tudi način, na katerega avtorica vključuje gledalca z jezikom. Med načini gledalčevega vključevanja z jezikom prevladujejo: vzpostavljanje skupnega sporočanja jezika, nagovor, izrekanje »splošnih resnic« v drugoosebni edninski obliki in z rabo stilno zaznamovanih jezikovnih sredstev. Značilnosti avtoričinega govora bom predstavila posebej, v podpoglavju o besedilni fonetiki. Glede na to, za kakšne vrste vključevanja z jezikom gre, bom preglednice imenovala po načinih vključevanja z jezikom, ki prevladuje v posameznem neposrednem nagovoru.

3.2.1.1 Posredovanje splošnih informacij o državi

V neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanju splošnih informacij o državi avtorica gledalcu posreduje splošne informacije, statistične podatke, dejstva in značilnosti predstavljene države. Vključevanje gledalca je v tem neposrednem nagovoru v kamero najšibkejše.

Na vizualni ravni avtorica gledalca vključuje z vzpostavljenim očesnim stikom; z neverbalno komunikacijo večinoma le poživi vsebino. V spodnjem primeru (glej Slika 3.1 in Preglednica 3.1) avtorica v neposrednem nagovoru pripoveduje o izseljevanju Portugalcev v tujino in pove, koliko Portugalcev živi v Franciji. Na koncu neposrednega nagovora v kamero se zazre v nebo (glej Slika 3.1), kjer v istem času vzleta letalo, kar se vsebinsko navezuje na podatek o izseljevanju. Avtorica se s to gesto naveže na vsebino, s čimer poživi neposredni nagovor v kamero, ne uresniči pa vključevanja gledalca.

Tudi na zvočni ravni vključevanje gledalca ni izrazito. Mednarodni ton le potrjuje resničnost podobe na ekranu. V spodnjem primeru (glej Preglednica 3.1) potrjuje resničnost letala, ki vzleta, s čimer dogajanju na ekranu daje globino, vendar ne prispeva k vključevanju gledalca v vsebino.

Tudi na jezikovni ravni avtorica gledalca ne vključuje. Vsebina neposrednega nagovora v kamero se navezuje na objektivni sedanji čas, tj. nekaj splošnega, kar avtorica ubesedi v sedanjiku in tretji osebi ednine (glej Preglednica 3.1, podčrtani del). S tem ko uporabi tretjeosebno obliko, gledalca izloči iz sporočanje dejavnosti.

Slika 3.1: Neposredni nagovor v kamero kot povzemanje splošnih informacij o državi.



Vir: RTV Slovenija (2006).



Vir: RTV Slovenija (2006).

Preglednica 3.1: Raba sedanjika in tretje osebe ednine v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanju splošnih informacij o državi.

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Srednji bližnji plan avtorice. Za njo je glavni most v Lizboni.	Mednarodni ton: hrup motorja letala.	NNK (glej Slika 3.2): V tujini <u>živi</u> 3,5 milijona Portugalcev; največ v Franciji.

3.2.1.2 Povzemanje zgodovinskih dogodkov

V neposrednih nagovorih v kamero te vrste avtorica povzema ključne zgodovinske dogodke, ki so za razumevanje družbenoaktualnega profila predstavljene države pomembni. V njih se večinoma navezuje na vsebino branega besedila, zato so neposredni nagovori v kamero poživitev ali sprememba v načinu upovedovanja. Kot pravi avtorica, ta neposredni nagovor v kamero pogosto nadomešča pomanjkanje vizualnega gradiva: »Ko govorim o Aleksandru Velikem, nimam slikovnega gradiva, zato bom to (neposredni nagovor v kamero, op. p. E. K.) posnela, da povem nekaj o njem. Raport⁵ uporabim tudi, ko na splošno predstavljam neka zgodovinska dejstva, saj jih nimam s čim slikovno pokriti« (Priloga Č).

Tovrstni neposredni nagovor v kamero prevladuje v oddajah drugega obdobja, v katerem avtorica nastopa kot vsevedna pripovedovalka. V njih gledalcu pripoveduje o tretjem subjektu in pri tem večinoma uporablja preteklik (glej Preglednica 3.2) ali dovršni sedanjik (glej Preglednica 3.3, podčrtani del), ki izraža zaključeno dejanje. Z jezikom oziroma jezikovnimi sredstvi torej gledalca v vsebino ne vključuje, saj govori o nečem, kar je del preteklosti. Ker se pri tem navezuje na tretji subjekt, je gledalec pri vzpostavljanju sporočanja stika izvzet. Posledično se ne počuti vključenega v dogajanje na ekranu.

Na vizualni ravni avtorica gledalca, poleg vzpostavljenega očesnega stika, vključuje z neverbalno komunikacijo, ki je glavni način vključevanja gledalca v tovrstnih neposrednih nagovorih v kamero. Tako v spodnjem primeru (glej Slika 3.2) avtorica med govorjenjem v roki drži kozarec, kar se pomensko navezuje na vsebino, saj govori o tem, kako so ob ameriški deklaraciji nazdravili z vinom Madeira (glej Preglednica 3.2). Na koncu neposrednega nagovora v kamero kozarec dvigne v znak, kot da nazdravlja z gledalcem. Tako simulira interakcijo z gledalcem in ga z gesto neverbalne komunikacije nagovori oziroma z

⁵ Raport v novinarskem žargonu pomeni neposredni nagovor v kamero.

njim vzpostavi stik. Posledično to vpliva na gledalčevo vključenost v dogajanje na ekranu, saj se zdi, da je avtorica nazdravila prav z njim.

Mednarodni ton (glej Preglednica 3.2) v spodnjem primeru daje dogajanju na ekranu dodatno razsežnost, tj. globino. Gledalec morje ne le vidi, temveč tudi sliši, zato se lažje vživi v dogajanje na ekranu in pri tem morda občuti svežino morskega zraka na otoku Madeira.

Slika 3.2: Neverbalna komunikacija v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov



Vir: RTV Slovenija (2006).

Preglednica 3.2: Raba preteklika (podčrtani del) v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Srednji plan avtorice s kozarcem vina. Za njo se vidita obala in morje.	Mednarodni ton: zvok valov.	NNK ⁶ (glej Slika 3.1): Madeiro <u>je oboževal</u> tudi Thomas Jefferson in prav z njo <u>so nazdravili</u> ob ameriški deklaraciji za neodvisnost (dvigne kozarec in nazdravi).

Preglednica 3.3: Raba dovršnega sedanjika (podčrtani del) v neposrednem nagovoru v kamero kot povzemanju zgodovinskih dogodkov

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Srednji plan avtorice, ki sedi ob spomeniku pomorščakom. Gleda neposredno v kamero.	Portugalska glasba. Mednarodni ton: zvok valov.	NNK: Ko leta 1999 Portugalska <u>preda</u> Macau kitajskim oblastem, je to konec turbulentnega kolonialnega obdobja.

⁶ Kratica NNK pomeni *neposredni nagovor v kamero*.

3.2.1.3 Posredovanje splošnih informacij s komentarjem

Kot v dnevnoinformativnih oddajah se tudi v oddajah Čez planke neposredni nagovori v kamero v praksi pojavljajo združeni v različne kombinacije. Eden takih je neposredni nagovor v kamero, v katerem avtorica posreduje splošne informacije o državi, katerim doda osebni komentar, zaradi česar je uresničeno vključevanje gledalca.

Na vizualni ravni avtorica gledalca v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanju splošnih informacij s komentarjem vključuje – tako kot v vseh primerih – z vzpostavljenim očesnim stikom in neverbalno komunikacijo. V spodnjem primeru (glej Slika 3.3) avtorica gledalcu v bližnjem planu z navdušeno obrazno mimiko pripoveduje o vrstah in sestavinah portugalskega peciva. Med govorom ima na obrazu nasmeh, s čimer pritegne gledalčevo pozornost, da pozorneje prisluhne vsebini.

Vključevanje gledalca z zvokom je v spodnjem primeru (glej Preglednica 3.4) uresničen z mednarodnim tonom hrupa v slaščičarni, ki dogajanju na ekranu daje globino, tj. odseva vzdušje v slaščičarni. Gledalec se posledično lažje vživi v dogajanje na ekranu in si morda predstavlja, kako bi sam užival ob pokušanju portugalskega peciva v podobni slaščičarni. Hkrati pa mednarodni ton, ki zaradi hrupa odraža obiskanost slaščičarne, potrjuje vsebino avtoričinega govora, v katerem pripoveduje o Portugalcih kot ljubiteljih peciva.

Na jezikovni ravni avtorica v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanju splošnih informacij s komentarjem gledalca vključuje s skupnim sporočanjским krogom. V spodnjem primeru (glej Preglednica 3.4) avtorica z osebnim svojilnim zaimkom z gledalcem vzpostavlja skupni sporočanjский krog in ga s tem vključuje v dogajanje na ekranu. Prav tako pa v spodnjem primeru avtorica gledalca vključuje s stilno zaznamovano besedo *glih*. Z rabo neknižne besede se skuša približati gledalčevemu izkustvenemu svetu, kar vpliva na njegovo vključenost. S tem avtorica nakaže na enakovrednost nje in gledalca, kar v gledalcu pritegne pozornost.

Slika 3.1: Neposredni nagovor v kamero kot posredovanje splošnih informacij s komentarjem



Vir: RTV Slovenija (2006).

Preglednica 3.1: Vzpostavlanje skupnega sporočanja kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot posredovanje splošnih informacij s komentarjem

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Bližnji plan avtorice.	Mednarodni ton: hrup v slaščičarni.	NNK (glej Slika 3.3): Jajca, sladkor in veliko domišljije so glavne sestavine vseh portugalskih kolačkov. No, takole med <u>nami</u> rečeno, so vsi <i>glj</i> h.

3.2.1.4 Vsebinski premik

Neposredni nagovor v kamero kot vsebinski premik obstaja tudi v dnevnoinformativnih oddajah. Zanj velja, da »v tej vrsti raporta novinar nakazuje prehod k predstavitvi nove teme, nasprotne ideje, drugačnega mnenja ali prehod od prijetne teme k zapletom« (Laban 2007a, 98).

V oddajah Čez planke se neposredni nagovori v kamero kot vsebinski premiki pojavljajo v obliki napovedi ali vabil, v katerih avtorica z gledalcem ali tvori skupni sporočanja krog ali ga neposredno nagovarja v drugi osebi množine. V spodnjem primeru (glej Preglednica 3.5) avtorica gledalca z jezikom vključuje na oba načina: gledalca najprej nagovori (*boste presenečeni*), v nadaljevanju pa z njim vzpostavi skupni sporočanja krog z rabo prvoosebne množinske oblike (*gremo*).

Na vizualni ravni avtorica gledalca vključuje z vzpostavljenim očesnim stikom in okoljem, v katerem je neposredni nagovor v kamero posnet. S tem ko je v spodnjem primeru (glej Slika 3.4) neposredni nagovor v kamero posnet na tržnici med avtoričinim nakupovanjem sadja in zelenjave, avtorica gledalca simbolično vključje v svoje vsakdanje življenje v predstavljeni državi. Gledalec ni vključen v dogajanje le, ko mu želi avtorica povedati kaj zanimivega, pomembnega, ključnega, ali pokazati določeno znamenitost, pomemben objekt, temveč tudi takrat, ko se avtorica nahaja v okolju vsakdanjega življenja.

Mednarodni ton (glej Preglednica 3.5) podobam daje globino, saj se navezuje na dogajanje izven ekrana – specifično na glasove otrok, ki se jih na ekranu ne vidi. S tem mednarodni ton dogajanju na ekranu dodaja tretjo razsežnost. Gledalec si posledično lažje predstavlja, kakšno vzdušje vlada na tržnici v času avtoričinega obiska.

Slika 3.2: Neposredni nagovor v kamero kot vsebinski premik.



Vir: RTV Slovenija (2009).

Preglednica 3.2: Nagovarjanje gledalca in vzpostavljanje skupnega sporočanskega kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot vsebinskem premiku

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo.
Srednji plan avtorice z melono v roki.	Mednarodni ton: glasovi otrok, hrup na tržnici.	NNK (glej Slika 3.4): No, največji proizvajalci sadja in zelenjave v Čilu so ... To <u>boste presenečeni</u> . Jih <u>gremo obiskat</u> .

3.2.1.4 Informiranje o nahajanju

Neposredni nagovori v kamero kot informiranje o nahajanju se v oddajah pogosto pojavljajo. V njih avtorica gledalca seznanja, kje se nahaja v času snemanja neposrednega nagovora v kamero. Pri tem uporablja prvoosebne množinske oblike glagolov biti, s čimer z gledalcem vzpostavlja skupni sporočanski krog (glej Preglednica 3.6). Posledično se zdi, da so gledalci v trenutku avtoričinega govora skupaj z njo prisotni na prizorišču, čeprav temu ni tako. Skupni sporočanski krog namreč omogoča, da so v sporočansko dejavnost vključeni tudi tisti, ki ob dogodku niso bili vključeni. Tako avtorica vzpostavlja prostorsko tukajšnjost in časovno zdajšnjost. Zdi se, da se dogajanje na ekranu odvija v trenutku gledanja.

Na vizualni ravni avtorica gledalca vključuje z vzpostavljenim očesnim stikom v bližnjem planu, zaradi česar je avtorica gledalcu bližje, kot bi bila v srednjem bližnjem planu. S tem pritegne gledalčevo pozornost.

Mednarodni ton je v spodnjem primeru prisoten v obliki hrup z odra (glej Preglednica 3.6), na katerem se snema priljubljena egipčanska pogovorna oddaja. Tudi v tem primeru se mednarodni ton navezuje na dogajanje izven ekrana, kar daje sliki dodatno razsežnost.

Posledično se gledalec lažje vživi v dogajanje na ekranu in začuti, kakšno vzdušje vlada med snemanjem egipčanske oddaje, četudi na ekranu vidi le avtorico.

Slika 3.3: Neposredni nagovor v kamero kot informiranje o nahajanju



Vir: RTV Slovenija (2002).

Preglednica 3.3: Vzpostavljanje omejenega skupnega sporočanja kroga v neposrednem nagovoru v kamero kot informiranju o nahajanju

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Bližnji plan avtorice, ki gleda dogajanje.	Mednarodni ton: glasba z odra.	NNK (glej Slika 3.5): <u>Smo</u> na prizorišču najbolj popularne egipčanske televizijske oddaje.

3.2.1.5 Avtoričin komentar ali izpoved

V neposrednem nagovoru v kamero kot avtoričinem komentarju ali izpovedi avtorica izraža svojo osebnost, razpoloženjska stanja in počutje. Gledalcu govori kot svojemu sopotniku, kateremu zaupa tudi tisto, česar ne deli z zunanjim svetom. Ker avtorica v tovrstnih neposrednih nagovorih v kamero govori o sebi, večinoma uporablja prvo osebo ednine v sedanjiku. V spodnjem primeru (glej Preglednica 3.7) avtorica v neposrednem nagovoru v kamero z gledalcem vzpostavlja skupni sporočanjaški krog s prvoosebno množinsko obliko glagola biti, kot je značilno za neposredni nagovor kot informiranje o nahajanju. V nadaljevanju pa v prvoosebni edninski obliki z gledalcem deli svojo »težavo« o tem, da bo vino, kljub temu, da bi ga morala pljuniti, spila. Z rabo prvoosebne edininske oblike (bom) izrazi svojo osebnost, s čimer gledalcu omogoči, da se z njo poistoveti, saj tako postane ena izmed »nas«. Posledično ga intenzivneje vključi v vsebino.

Na vizualni ravni je vključevanje gledalca v neposrednem nagovoru v kamero kot avtoričinem komentarju ali izpovedi intenzivno zaradi avtoričine izrazite obrazne mimike. V spodnjem primeru (glej Slika 3.6) s skesanim pogledom zaupa vzrok svoje zadrege. Gledalec se z avtorico poistoveti kot s sebi enakovredno osebo, saj mu je nekaj zaupala. Posledično je v vsebino intenzivneje vključen, saj ob gledanju začuti empatijo do avtorice, kar sproži njegovo čustveno dejavnost.

Tudi v spodnjem primeru (glej Preglednica 3.7) mednarodni ton razširja dogajanje na ekranu izven okvira kamere. Gledalec na ekranu gleda podobo avtorice, sliši pa glasove ostalih udeležencev degustacije, ki jih na ekranu ni videti. Ker avtorica v neposrednem nagovoru v kamero šepeta, s tem ustvarja kontrast med glasnim govorjenjem ostalih degustatorjev in njenim šepetanjem o svoji zadregi. Tako potencira dejstvo, da z gledalcem deli tisto, česar zunanjemu okolju ne pove. Posledično je gledalec v dogajanje na ekranu intenzivneje vključen.

Slika 3.4: Neposredni nagovor v kamero kot avtoričin komentar ali izpoved



Vir: RTV Slovenija (2009).

Preglednica 3.4: Raba prvoosebne edninske oblike v neposrednem nagovoru v kamero kot avtoričinem komentarju ali izpovedi

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Bližnji plan Mojce, ki drži kozarec za pecelj in se obrne v kamero. Šepeta.	Mednarodni ton: zvok kozarcev in glasovi degustatorjev.	NNK (glej Slika 3.6): Vem, da smo na degustaciji in da bi mogli pljunit ven, ampak to je tako dobro, da <u>bom</u> kar spila.

3.2.1.6 Posredovanje navad, običajev in drugih posebnosti

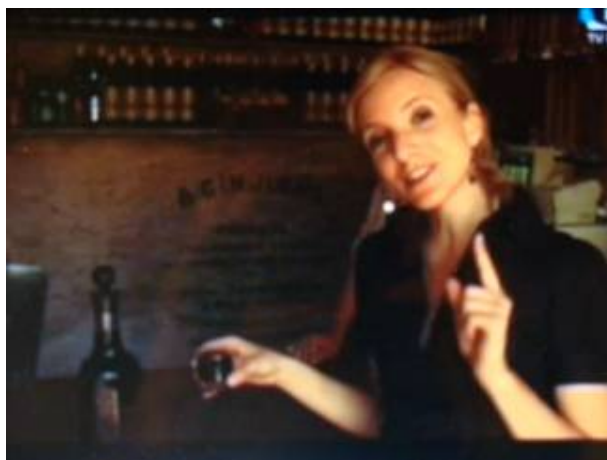
V neposrednih nagovorih v kamero kot posredovanju navad, običajev in drugih posebnosti avtorica gledalcu pripoveduje o navadah prebivalcev predstavljene države. S tem ko tovrstne informacije gledalcu pripoveduje v neposrednem nagovoru v kamero, jih posebi. Posledično se z navadami, običaji in drugimi posebnostmi gledalec lažje identificira, kar vpliva na njegovo vključenost v vsebino oddaje.

Na vizualni ravni avtorica z gledalcem vključuje z vzpostavljenim očesnim stikom in neverbalno komunikacijo. V spodnjem primeru (glej Slika 3.7) avtorica gledalcu govori o tem, kako na Portugalskem slavljenec za rojstni dan ne plača celotnega zneska pogostitve, temveč se račun deli na vse prisotne. Neposredni nagovor v kamero je posnet v eni od portugalskih krčm, kjer avtorica med nagovorom v kamero sloni ob točilnem pultu. V eni roki drži poln kozarec, s čimer se vsebinsko navezuje na vsebino, z drugo roko pa z iztegnjenim kazalec nagovarja gledalca in se s to gesto obrača nanj. Na koncu neposrednega nagovora v kamero dvigne kozarec, nazdravi z navideznim gledalcem in s tem prav tako nagovori gledalca, s čimer simulira interakcijo. Posledično se gledalec počuti vključenega.

Mednarodni ton v spodnjem primeru (glej Preglednica 3.8) odseva vzdušje v krčmi. Gledalec se tako lažje vživi v dogajanje na ekranu.

Na jezikovni ravni avtorica gledalca vključuje z rabo drugoosebne edninske oblike, s katero izreka »splošne resnice«, vezane na navade tega dela predstavljene države. Tak način izrekanja »splošnih resnic« je značilen za pogovorni jezik, s čimer se približa gledalčevemu izkustvenemu svetu in ga s tem vključi v sporočanjisko dejavnost.

Slika 3.5: Neposredni nagovor v kamero kot posredovanje navad, običajev in ostalih posebnosti



Vir: RTV Slovenija (2006).

Preglednica 3.5: Izražanje »splošnih resnic« z rabo drugoosebne edninske oblike v neposrednem nagovoru kot posredovanju navad, običajev in drugih posebnosti

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Srednji bližnji plan avtorice, ki ima v eni roki poln kozarec, na drugi pa iztegnjen kazalec.	Mednarodni ton: hrup v krčmi.	NNK (glej Slika 3.7): No, in <u>če imaš na Portugalskem</u> rojstni dan in se pije, potem slavljenec nikoli ne časti sam, ampak se račun vedno deli med prijatelje (dvigne kozarec, nazdravi v kamero in naredi požirek).

3.2.1.8 Neposredni nagovor v kamero glede na premikanje avtorice in izbor okolja

Neposredni nagovor v kamero je v dnevnoinformativnih oddajah pogosto statičen, čeprav novinarji med njim tudi hodijo ali se kako drugače premikajo (Mayeux 1991, 249). V oddajah Čez planke se avtorica v neposrednem nagovoru v kamero večinoma premika – največkrat hodi ali se kako drugače premika (npr. lika, kolesari, se vozi s sanmi, kupuje hrano, okuša jedi). Sama pravi: »Trudim se, da sem del akcije, ne le komentator. Všeč mi je, da med govorjenjem nekaj delam. Če za mano kolesarji dirkajo s kolesi, bom tudi sama raport naredila med dirkanjem na kolesu« (glej Priloga Č). Zato so neposredni nagovori v kamero v oddajah Čez planke večinoma *delno premični*⁷ ali *premični*⁸. Zaradi gibanja avtorice se zdi, da jo je gledalec ujel med potovanjem po predstavljeni državi, kar daje nagovoru videz spontanosti in ne vnaprejšnje pripravljenosti. To vpliva na gledalčevo vključenost v dogajanje na ekranu, saj ima občutek, da spremlja nekaj, kar se odvija v času gledanja. Posledično je to zanj bolj zanimivo, saj daje vtis aktualnosti.

K vključevanju gledalca v oddaje prispeva tudi izbor okolja, v katerem so posneti neposredni nagovori v kamero. Okolje, v katerem so ti posneti, je manj formalno od okolja neposrednih nagovorov v kamero dnevnoinformativnih oddaj. Gledalec se tako z okoljem lažje poistoveti, saj okolje neposrednih nagovorov v kamero prepozna iz svojega vsakdanjega življenja.

⁷ Avtorica v neposrednem nagovoru v kamero med sedenjem pokuša jedi ali lika, plačuje račune itd.

⁸ Avtorica med govorjenjem v neposrednem nagovoru v kamero hodi (kar je avtoričin najpogostejši način premikanja v tovrstnih neposrednih nagovorih v kamero), kolesari, se spušča s sanmi ali se kako drugače premika.

3.2.2 *Izbor kadrov*

Izbor kadrov je za razumevanje in vključevanje gledalca v podobe na ekranu pomemben. Če je gledalec od podob na ekranu preveč oddaljen, se vanje ne more dovolj intenzivno vključiti, ker ima občutek, da ni del dogajanja, da je le opazovalec z razdalje. Ker gledalec na kraju ni fizično prisoten in se objektom ali osebam, ki jih gleda, ne more približati, kot bi si želel, to v njem povzroči frustracijo. Razdaljo do podob na ekranu mu določa izbor širine kadrov. Zaradi prevelike razdalje se v vsebino ne more vživeti. Posledično je v dogajanje na ekranu manj vključen.

Srednji bližnji in bližnji plan gledalcu podobe približata tako, da se vanje najlažje vživi, se z njimi poistoveti in posledično vključi v dogajanje na ekranu. Ostali kadri so od podob preveč oddaljeni ali preblizu, da bi simulirali bližino, ki je je gledalec vajen iz resničnosti. Srednji bližnji plan se v oddajah pojavlja večinoma v neposrednih nagovorih v kamero, posnetkih gostov in mimoidočih na ulicah. Razdalja gledalca in podobe na ekranu je v srednjem bližnjem planu primerljiva z razdaljo v resničnosti. Osebe so v srednjem bližnjem planu gledalcu dovolj blizu, da vidi njihovo obrazno mimiko, iz katere lahko razbere značajske lastnosti in razpoloženje, in dovolj oddaljene, da ni vidna vsaka podrobnost, kar je v skladu z določili osebnega prostora v našem kulturnem prostoru.

Bližnji plan v oddajah večinoma prikazuje podrobnosti nekega kraja: napise, dele pročelij stavb, izložbe, vsebino v vitrinah, jedi itd., kljub temu, da naj bi te podrobnosti prikazoval skrajni bližnji plan (Laban 2007a, 35–37). V bližnjem planu so osebe večinoma prikazane v obliki portretov ljudi predstavljene države, npr. starcev v parku, otrok med igranjem, moškega med kajenjem vodne pipe ipd. Ker so osebe posnete v bližnjem planu, pridejo njihove značajske lastnosti, obrazna mimika in razpoloženje bolj do izraza kot bi v ostalih planih.

Splošni in daljni plan se v oddajah pojavljata za panoramsko prikazovanje pokrajine predstavljene države, npr. čilske gore, čilska puščava, Lizbona iz zraka, gozd na Madeiri, prometni zastoj v Egiptu, vrvež na egipčanskem bazarju itd.

Skrajno bližnji plani so v oddajah redki. Prevladujejo srednji, srednje bližnji in bližnji plani.

Za gledalčevo razumevanje in odnos do podob je pomembna tudi lega kamere. Lega, ki je nižja ali višja od linije gledalčevih oči, lahko vpliva na podrejen ali nadrejen odnos gledalca do podob. Za vključevanje gledalca v oddajah je najbolj primerna lega kamere, ki je v liniji gledalčevih oči. V analizi pojavljajočih se kadrov v izbranih oddajah Čez planke sem

ugotovila, da so kadri skoraj ves čas v višini gledalčevih oči, kar pomeni, da je gledalec ves čas simbolično enakovreden podobam na ekranu.

Poleg širine kadra, ki se navezuje na razdaljo objekta od kamere, je stopnja vključenosti gledalca odvisna tudi od premikanja kamere. V analizi izbranih oddaj Čez planke sem ugotovila, da se v njih premikajoča se kamera redko pojavlja, večinoma, ko gre za gibanje avtorice. Gledalec prek premikajoče se kamere dobi občutek, kako avtorica doživlja določen prostor, kjer se nahaja oziroma si tako lahko predstavlja, kako bi sam vstopal v prostor.

V oddaji o Egiptu (glej Preglednica 3.9, poševni tisk) se tovrstno premikanje kamere pojavi med vstopanjem avtorice v azil sv. Frančiška v Egitpu. Med poslušanjem avtoričinega branega besedila, v katerem govori o azilu in njegovi vlogi kot pribežališča slovenskih fantov in deklet v preteklosti, gledalec prek premikajoče se kamere dobi občutek, da v prostor vstopa tudi sam. Kamera se po prostoru premika tako, kot bi se njegove oči, zato tovrstno snemanje pritegne njegovo pozornost, saj se z njim lažje poistoveti.

Preglednica 3.6: Premikajoča se kamera v oddaji o Egiptu

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Daljni plan ceste v Aleksandriji ob sončnem zahodu.	Mednarodni ton: hrup na cesti.	OFF: Aleksandrija! Na obisku
Daljni plan azila sv. Frančiška.	Mednarodni ton: hrup na cesti.	pri slovenskih šolskih sestrah v azilu sv. Frančika,
Srednji bližnji plan vhodnih vrat. <i>Premikajoča se kamera.</i>		v nekdanjem zatočišču mnogih deklet in fantov na delu v Egiptu.
Srednji bližnji plan notranjosti azila. <i>Premikajoča se kamera.</i>		Ženski glas: Mojca, pridi.
Srednji bližnji plan sester. Ena od njih pogleda v kamero.	Mednarodni ton: glasovi sester.	

V oddaji o Portugalski in Madeiri se tovrstno premikanje kamere pojavlja med avtoričinim ogledovanjem znamenitosti mesta (glej Preglednica 3.9, poševni tisk). Premikanje kamere v tem primeru simulira premikanje avtoričine glave med ogledovanjem notranjosti cerkve in tako simulira gibanje glave vsakega obiskovalca. Gledalec se z načinom premikanja kamere v notranjosti cerkve poistoveti, saj ga prepozna kot dejanskega. Tudi sam bi si notranjost cerkve ogledoval na način, kot se premika kamera. V dogajanje na ekranu se tako lažje vživi.

Preglednica 3.7: Premikajoča se kamera v oddaji o Portugalski in Madeiri

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Bližnji plan notranjosti cerkve. Prevladuje <i>premikajoča se kamera</i> .	Moška vokalna glasba, ki spominja na meniško cerkveno petje.	OFF: ... in skupaj z belemskim stolpom je edini spomenik iz zlate dobe, ki je preživel potres.

3.2.3 Avtoričina neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija je pri javnem sporočanju pomembna, saj gledalcu marsikdaj sporoča več kot verbalna. Prek neverbalne komunikacije posameznik izraža značajske lastnosti, svoj odnos in mnenje o vsebini kot tudi trenutno razpoloženje in čustveno stanje. Znaki neverbalne komunikacije se lahko pogosto razlikujejo od verbalnega sporočila. V tem primeru naslovniki bolj zaupajo neverbalni komunikaciji, ker naj bi bila bolj avtentična. Neverbalna komunikacija je torej tista, ki razkriva po mnenju večine dejansko stanje osebe.

Neverbalna komunikacija lahko odločilno vpliva na pribljubljenost javne osebe. Če bo oseba z neverbalno komunikacijo izražala vrednote in značajske lastnosti, ki so v določenem prostoru zaželjene, bo imela v javnosti večjo podporo kot tista, ki tega ne izraža. Zato je pomembno, da se oseba, ki se javno izpostavlja, tega zaveda.

Avtorica oddaj Čez planke ima izrazito neverbalno komunikacijo. Med oddajami izraža zavzetost in navdušenje nad dejstvi in posebnostmi predstavljene države ter jih z zanosom pripoveduje gledalcem. Večinoma je nasmejana ali ima obrazne poteze oblikovane v nasmeh, četudi se ne smeje. Na trenutke je navihana in lahko bi rekla, da včasih koketira z gledalcem. Ker je njen najbolj izraziti del neverbalne komunikacije obrazna mimika, ki je vidna vedno, ko je v objektivu kamere, jo bom podrobneje analizirala.

3.2.3.1 Obrazna mimika

Obraz je za Argylea (1996, 121) najpomembnejši kanal neverbalne komunikacije. Ko nas kaj osreči, razžalosti ali kaj drugega, živci na obrazu pošljejo sporočilo v možgane. Obrazne mišice takoj reagirajo, zato se čustvena stanja osebe najprej pokažejo na obrazu (Barker in Gaut 1996, 77). Čustvena stanja se lahko na obrazu izrazijo na šest načinov: kot veselje, presenečenje, strah, žalost, jeza ali gnus (Osgood v Argyle 1996, 121). Veselje, ki se večinoma kaže v obliki smeha ali nasmeha, je tip obrazne mimike, za katerega Cashdan (1998, 209) meni, da osebi, ki ga uporablja, omogoča pri drugih osebah pridobiti

naklonjenost, izvabi prizanesljivost sprejemnikov, je izraz prijateljstva, lahko pa oseba z (na)smehom izraža tudi zadrego. V oddajah Čez planke je prevladujoča avtoričina obrazna mimika veselje, ki se večinoma kaže v obliki nasmeha, tudi smejanja (glej Slika 3.8). Iz slikovnih prikazov tipov neposrednih nagovorov v kamero, ki sem jih predstavila v prejšnjih podpoglavjih, je razvidno, da na avtoričinem obrazu prevladuje nasmeh, ki izraža njeno zadovoljstvo, veselje in na splošno pozitivno naravnost, kar v gledalcu izzove naklonjenost. Stuart (v Jenko 2003, 58) ugotavlja, da nasmeh izraža komunikatorjevo zadovoljstvo s seboj. Ugodje se posledično prenese na občinstvo, ki nasmejanega govorca gleda in opazuje z večjo naklonjenostjo. Avtoričina nasmejana obrazna mimika v oddajo vnaša sproščenost in ležernost, kar vpliva na gledalčevo razumevanje in odnos do oddaje. To sproščenost avtorici omogoča uvrščanje oddaj v razvedrilni program, ki že s svojim imenom kaže na namen, da se ljudje ob gledanju televizijskih vsebin tega programa zabavajo. Z ohranjanjem nasmejane obrazne mimike avtorica nakazuje, da je treba svet in življenje drugih, tj. ljudi, ki se od nas razlikujejo, gledati s pozitivnega zornega kota, predvsem brez vnaprejšnjih sodb in stereotipiziranih predstav. Tako se avtorica simbolično približuje in uresničuje koncept oddaj, katerih namen je rušenje miselnih prepek Slovencev o drugih državah in tamkajšnjih ljudeh.

Slika 3.6: Avtoričin smeh



Vir: RTV Slovenija (2009).

Pri obrazu je pomemben tudi zunanji izgled (Argyle 1996, 137). Otroški obraz (ang. babyface) konotira, da gre za manj odraslo/zrelo osebo, četudi temu ni tako. V skladu s tem bodo naslovniki osebo z obrazom, ki konotira infantilnost, jemali manj resno kot nekoga, ki ima na obrazu izražene poteze starejše, resnejše, izkušene, zrele osebe, čeprav v resnici ni nujno takšna. Avtoričin obraz (glej Slika 3.9) po Clusterjevi tabeli (v Argyle 1996, 137) sodi

v kategorijo mlajših obrazov z nekaj gubicami. Tak obraz po Clusterju gledalec povezuje z osebo, ki je energična, vestna, potrpežljiva in odkrita, zato pozitivno vpliva na gledalčevo dožemanje in naklonjenost do nje. Po Secordu in Muthardu (v Argyle 1996, 138) bi lahko avtoričin obraz umestili v tip obraza, kjer veke niso vidne, prevladuje gladka koža, obraz je negovan in nasmejan. Po njuno (glej tam) bi pri gledalcih tak obraz izzval splošno naklonjenost in družbeno sprejemljivost, zato so osebe s takim obrazom ponavadi deležne naklonjenosti. Avtoričin obraz lahko umestimo tudi v tipe majhnih obrazov z zaokroženo brado, velikimi očmi, visoko ležečimi obrvmi in gladko kožo, kar naj bi pri drugih konotiralo, da gre za toplo osebo, odvisno od drugih, šibko, naivno, a hkrati iskreno. Taka oseba izgleda mlajša kot je, zato jo bodo gledalci sprejeli z odobravanjem. Iz tega sledi, da zunanji izgled avtoričinega obraza pri gledalcih daje občutek, da gre za iskreno, na videz mlajšo osebo, kar konotira svežino, dinamičnost, zagnanost, šibkost, odkritost, kar pri gledalcih najverjetneje izzove naklonjenost. To pa ni nujno, saj na gledalčevo dožemanje osebnosti voditelja vplivajo tudi drugi dejavniki (avtoričin sloves, njeno dosedanje delo in na splošno položaj v medijskem prostoru).

Slika 3.7: Izgled avtoričinega obraza



Vir: RTV Slovenija (2002).

Poleg zunanjega videza obraza je za vključevanje gledalcev pomemben voditeljev pogled. Oči nakazujejo željo po vzpostavitvi stika in sodelovanja z naslovniki. Tako na primer

govorec, ki veliko pogleduje proti občinstvu, kaže željo, da bi naslovniki njegove ideje in prepričanja sprejeli (Wainwright 1985, 10–11). Očesni stik pripomore k pozitivni percepciji naslovnika. Govorec, ki velikokrat pogleda proti svojemu občinstvu, izgleda prepričljivejši in bolj samozavesten kot tisti, ki tega ne stori pogosto. Avtorica lahko pogled uresniči le v neposrednem nagovoru v kamero, v katerem simulira očesni stik z gledalcem. Neposrednih nagovorov v kamero je v drugem in tretjem obdobju oddaj Čez planke precej, zato avtorica z njimi uspešno vključuje gledalca in mu daje vedeti, da si želi njegovega sodelovanja oziroma da ji ni vseeno, kaj on meni tem. Hkrati na tak način prepričuje gledalca, da je njeno pripovedovanje resnično. Kot piše Eco (v Jenko 2003, 154): če pripovedovalec gleda direktno v kamero, potem se podrazumeva, da govori resnico. Govori o nečem, kar se je dejansko zgodilo.

3.3 Vključevanje gledalca v oddajah Čez planke z zvokom

Zvok je pomemben dejavnik pri vključevanju gledalca, saj podobam dodaja globino, jih dela resnične. Gledalec se v podobe, ki jih spremlja zvok v obliki mednarodnega tona ali glasbe, lažje vživi, se z njimi poistoveti. Posledično zanj te podobe postanejo resnične.

3.3.1 Vključevanje mednarodnega tona

Mednarodni ton podobe na televiziji dela bolj avtentične, resnične, jim dodaja globino in ustvarja atmosfero ali vzdušje okolja. Z dodanim mednarodnim tonom gledalec začuti in se vživi v gibajoče se podobe. Gledalec oddaj Čez planke se zaradi prisotnosti mednarodnega tona lažje tako vživi in začuti utrip mesta oziroma kraja, ki ga gleda na ekranu.

V oddajah Čez planke se mednarodni ton pojavlja večino časa, kar je za ohranjanje kontinuiranosti med različnimi prizori tehnično zahtevno. Pojavlja se v posnetkih s terena, med branim besedilom in neposrednimi nagovori v kamero. Zdi se, da mednarodni ton v oddajah ves čas »teče«. Tudi ko se predvaja glasba, lahko gledalec v ozadju sliši mednarodni ton.

Mednarodni ton v oddajah spremlja tudi arhivske posnetke (glej Preglednica 3.10 podčrtani del). Posnetki zato izgledajo resničnejši, oživijo in niso le del preteklosti. Vendar morajo biti arhivski posnetki kot taki tudi označeni. Prav zaradi dodanega mednarodnega tona se namreč lahko zgodi, da gledalec posnetke, ki niso kot taki posebej označeni, razume kot aktualne,

zaradi česar bi si vsebino napačno intepretiral. Iz tega je razvidno, da je mednarodni ton za avtorico pomemben in ga vključuje, kamor lahko.

Preglednica 3.8: Mednarodni ton v arhivskih posnetkih v oddaji o Egiptu

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Arhivski barvni posnetki bombardiranja.	Mednarodni ton: <u>zvok eksplozije.</u>	OFF: Egipt je na slabem glasu predvsem zaradi terorističnih napadov v zadnjem času,
Arhivski barvni posnetki, kako štirje moški nesejo ranjenca.	Mednarodni ton: <u>zvok ljudi, ki kričijo, in zvok eksplozije.</u>	ki so začeli naraščati v 90. letih.

3.3.2 *Vključevanje glasbe*

Glasba deluje na čustva in podobam dodaja atmosfero, gledalcu določa, kako naj si »razlaga« prizor (romantična glasba za ljubezenski prizor itd.), predvsem pa pospeši vživljanje.

V oddajah Čez planke je glasba raznovrstna. Glede na žanre sem med analizo našla pop, folk, etno, klasično glasbo itn. Osebne izpovedi avtoričinih sogovornikov spremlja umirjena glasba, medtem ko premikanje iz enega na drugi del države spremlja dinamična, živahna glasba, ki kaže na gibanje. Vendar to ni glasba, ki me v analizi zanima. Zanima me, katere vrste glasba učinkuje na gledalca tako, da se mentalno preseli v okolje na ekranu. V literaturi tovrstna glasba ni posebej opredeljena, zato jo bom v delu imenovala *kulturno izvorna glasba*. Gre za glasbo, ki izhaja iz določenega okolja, in jo ljudje, ki živijo zunaj tega okolja, z njim asociativno povezujejo. Ta asociativna povezava je vedno kulturno, časovno in geografsko določena in stereotipizirana. Tako npr. salso večina ljudi iz evropskega prostora povezuje s Kubo, čeprav je vezana na celotno Južno in Srednjo Ameriko. Ta zvrst glasbe v evropskem okolju večinoma asociira ples, radost, veselje, morje, poletje, brezdelje in zabavo, zato bodo gledalci podobe, ki jih bo spremljala tovrstna glasba, gledali z naklonjenostjo, v njih bo vzbudila pozitivna čustva in jih sprostila. Prispevala bo tudi k temu, da bodo za trenutek odmislili, da sedijo v svoji dnevni sobi in se bodo mentalno preselili v okolje na ekranu.

V oddaji o Egiptu je t. i. kulturno izvorna glasba arabska glasba (glej Preglednica 3.12). V oddaji ima vlogo »zvočne kulise«. Prav tako je prisotnost tovrstne glasbe zaradi svoje geografske reprezentativnosti gledalcu neke vrste orientator. Gledalec, ki začne gledati oddajo na sredini, lahko prek kulturno izvorne glasbe, v tem primeru arabske glasbe, ki ves čas

spremlja dogajanje na ekranu, ugotovi, da gre za oddajo, v kateri je govora o eni od arabskih držav.

Preglednica 3.9: Arabska glasba kot kulturno izvorna glasba v oddaji o Egiptu

Vizualizacija	Zvočni zapis	Govorjeno besedilo
Daljni plan dveh moških na cesti, ki se objemata.	Arabska glasba.	OFF: Sicer pa se moški združujejo tudi drugače.
Panoramski daljni plan mesta proti večeru.	Arabska glasba.	Junija lani so na Nilu zasačili inflagranti 52 homoseksualcev.

V oddaji o Portugalski in Madeiri je t. i. izvorno kulturna glasba portugalska akustična glasba in fado. V oddaji se pojavi na začetku (glej Preglednica 3.13), v menjajočih se panoramskih in splošnih planih. Posnetki prikazujejo portugalsko pokrajino, konje, turiste in menjajoče se panoramske plane, ki prikazujejo lepote Portugalske. »Ponavadi dam v razglednicah (t. i. menjajočih se daljni in splošnih planih znamenitosti in pokrajine predstvaljene države, op. p. E. K.) prijetno glasbo, da uživamo ob kadrih in opazujemo okolico. Takrat si lahko privoščimo minuto čiste slike in glasbe v ozadju« (Priloga Č).

Preglednica 3.10: Portugalska glasba kot kulturno izvorna glasba v oddaji o Portugalski in Madeiri

Vizualizacija	Zvočni zapis
Splošni plan lizbonskih hiš ob morju, posneto iz zraka.	Portugalska glasba.
Splošni plan mostu, po katerem se vozijo avtomobili. Posneto iz zraka.	Portugalska glasba.
Splošni plan hiš.	Portugalska glasba.
Splošni plan ene od znamenitosti. Posneto iz zraka.	Portugalska glasba.
Splošni plan konjev, ki drviijo med drevesi.	Portugalska glasba.
Srednji plan turistov.	Portugalska glasba.
Bližnji plan okrašenega okna, na katerem počiva mačka.	Portugalska glasba.

V oddaji o Čilu je t. i. izvorno kulturna glasba čilska akustična glasba, glasba mapučev in vokalno petje, ki ga gledalec asociativno poveže s čilskim okoljem. Z razliko od oddaj prvega

in drugega obdobja je t. i. kulturno izvirne glasbe v oddaji o Čilu manj, kot bi pričakovali. V oddaji prevladuje sodobna glasba, ki določa tempo menjavanja kadrov. V oddaji o Čilu so to pesmi skupine U2. Ker je pesem *Vertigo* dinamična, je menjavanje kadrov, ki ga določa tempo pesmi, hitro.

3.4 Vključevanje gledalca oddaj Čez planke z jezikom

3.4.1 Jezik v oddajah Čez planke

Oddaje Čez planke so del razvedrilnega programa, ki je namenjen širši javnosti. Temu se prilagaja tudi jezik.

Glede na funkcijsko zvrst (Toporišič 2000) jezik oddaj Čez planke spada v *publicistično zvrst*, ki je »namenjena javnosti, obveščanju javnosti, vplivanju nanjo in prepričevanju« (Kalin Golob 2003, 52). Na splošno so besedila publicistične zvrsti namenjena široki javnosti, tj. različnim slojem, starostnim skupinam, interesom. Jezik publicistične zvrsti ima posredovalno vlogo, saj morajo tvorci teh besedil naslovniku v kratkem času na jasen, enostaven in hiter način posredovati besedila vseh vrst, tudi visokostrokovnih. Posledično velikokrat posegajo po čustveno obarvanih ali drugače stilno zaznamovanih jezikovnih sredstvih, da bi se približali naslovnikovemu izkustvenemu svetu.

Znotraj socialnih zvrsti (Toporišič 2000, 14–27) lahko v jeziku oddaj Čez planke prepoznamo prvine zbornega in knjižnopogovornega jezika. Zborni jezik je predvsem pisani jezik, zato je njegova slušna oblika večinoma branje, recitiranje, deklamiranje (glej tam). Nosilci tega jezika so šolani posamezniki, med drugim novinarji, njihov naslovnik je ponavadi množičen. Knjižnopogovorni jezik je pogovorna različica zbornega jezika (Toporišič 2000, 16). Opira se na navadno vsakdanjo občevalno govorico nenarečno govorečih ljudi celotnega slovenskega ozemlja, zato so v njem prisotni elementi neknjižnega jezika. Isti govorec je lahko tvorec zbornega kot tudi knjižnopogovornega jezika, vendar v drugačnem položaju. Avtorica v oddajah Čez planke v branem besedilu uporablja zborni jezik, v pogovoru (dvogovoru) z gosti in neposrednem nagovoru v kamero pa knjižnopogovornega. Da bi se približala naslovnikovemu izkustvenemu svetu, obema občasnoma dodaja prvine neknjižnega jezika. Hkrati z rabo prvin neknjižnega jezika izraža svoje videnje, razumevanje in odnos do predmeta ubeseditve. Avtorica večinoma uporablja slengizme in pogovorne izraze (glej poševni tisk): pa še nekaj je trenutno *kul* v Kairu; če si bil *frajer*, si šel na kavo v Golden Gate; *šuški gor*, *šuški dol*; takole med nami, vsi so *gluh*; otok, ki je imel

včasih tako kratko pristajalno stezo, da si moral najprej *ruknt* en *ornk* šnopček. Avtorica se želi tako približati gledalcem, predvsem mlajšim, da bi v njih pritegnila pozornost in z njimi vzpostavila enakovreden odnos. Na drugi strani avtorica tako izraža svojo mladost in mladostno dožemanje stvarnosti, ki ga poimenuje z besedami, značilnimi za mlade.

3.4.2 Vzpostavljanje skupnega sporočanje kroga

Vključevanje gledalca v vsebino je možno z vzpostavljanjem skupnega sporočanje kroga, ki omogoča, da so v sporočanje dejavnost istočasno zajeti sporočevalec, sporočilo in naslovnik. Čeprav naslovnik ob dogodku ni bil navzoč, se ga v sporočanje stik vključuje kot navzočega. To vpliva na njegovo vključevanje v vsebino, saj se zdi, da je bil tudi sam udeleženec dogodka. Skupni sporočanje krog, ki navidezno soudeleženost naslovnika najbolj izraža, je t. i. omejeni sporočanje krog (Korošec 1998, 166). V njem sporočevalec s prvoosebno množinsko obliko glagolov kaže na dejavnost nasploh. Posledično v sporočanje krog pritegne naslovnika, zaradi česar se počuti soudeleženega. Ta oblika vzpostavljanja skupnega sporočanje kroga se v oddajah pojavlja v neposrednih nagovorih v kamero kot vsebinskih premikih kot tudi branem besedilu, ko želi pritegniti pozornost gledalca. V njih avtorica gledalca nagovori s tem, da ga vključi v sporočanje stik kot soudeleženega in napove nadaljevanje vsebine (glej podčrtano):

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »Sedaj bomo obiskali eno bolj znanih aktivistk« (RTVSLO 2009).

BRANO BESEDILO: »No, sedaj bomo spoznali eno od priznanih čilenskih glasbenih skupin« (RTVSLO 2009).

Ali pa omejeni sporočanje krog avtorica uporablja v napovedih na začetku oddaje, kjer napove vsebino (glej podčrtano):

BRANO BESEDILO: »Nocoj se bomo sprehodili po ulicah Lizbone. Brez zemljevida, takole za gušt. Obiskali bomo Sintro in spoznali Portugalsko kot ultimativno deželo kolačev« (RTVSLO 2006).

Tudi v zgornjem primeru avtorica gledalca vključuje kot svojega navideznega sopotnika, kateremu pove, kaj vse si bo nocoj »ogledal«. Istočasno z omejenim sporočanje krogom vzpostavlja tukajšnjost in zdajšnjost, ki je za vključevanje gledalca pomembna, saj se mu zdi, da gleda tisto, kar se odvija v trenutku gledanja. Avtorica ta gledalčev občutek podkrepi z rabo časovnih prislovov *sedaj*, *nocoj*, ki po Korošču (1998, 180) izražajo aktualno sedanost oziroma se jih uporablja v prej nastajajočem besedilu, da bi dajali videz aktualne sedanosti,

tj. prekrivanje točke nastajanje besedila in točke sprejema. Zato avtorica tudi z rabo časovnih prislovov ohranja videz časovne zdajšnjosti in takojšnjosti.

Podobno obliko ima skupni sporočanje krog, ki se v oddajah pojavlja v obliki prvoosebne množinske glagolske ali zaimenske oblike, ki kažejo na izvenbesedilno množino. Besedilo torej ne vsebuje nanašalnice (glej podčrtano):

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »Smo na prizorišču najbolj popularne egipčanske televizijske oddaje« (RTVSLO 2002).

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »No, sedaj nismo v muzeju parnih strojev, čeprav tako deluje, ampak v še povsem aktivni tovarni sladkorja, kjer samo občasno zamenjajo kakšen vijak, drugače pa ta stvar še resnično deluje« (RTVSLO 2006).

Tovrstni nanašanje vzorec omogoča odprtost za vsak množinski predmet govora, kar po Koroščevo (1998, 168) ne ustvarja skupnega sporočanskega kroga, ampak množinski predmet govora, kjer gre za poljubno množino posameznikov, ki so v sporočanje vključeni, čeprav ne z vzpostavljenim skupnim sporočanskim krogom. Avtorica tovrstno vključevanje gledalca najpogosteje uporablja v neposrednih nagovorih v kamero kot informiranjem o nahajanju, ko gledalca nagovori s tem, da ga vključi v sporočanje krog kot svojega navideznega sopotnika.

V oddajah se pojavlja tudi skupni sporočanje krog, ki je vzpostavljen zaradi zemljepisne, narodnostne, družbenopolitične, kulturno-zgodovinske skupne pripadnosti avtorice in gledalcev, s čimer se gledalec poistoveti na izkustveni ravni (glej podčrtano):

BRANO BESEDILO: »In naš človek v Egiptu je bil Anton Lavrin« (RTVSLO 2002).

BRANO BESEDILO: »Mesečni dohodek je na Madeiri nižji kot pri nas, a vseeno je na otoku videti polno novih avtomobilov« (RTVSLO 2006).

BRANO BESEDILO: »Večkrat so predstavljali prvi kontakt v tej deželi za naše zdomce« (RTVSLO 2009).

Avtorica v zgornjih primerih predvideva, da si gledalec *pri nas* interpretira: v državi oziroma kulturi, ki ji pripadam. Ali pa zaimek *naši zdomci* kot ljudje, ki so del države/kulture, ki ji pripadam tudi sam. Ker je v tem primeru pripadnost zasnovana na skupni narodnostni/kulturni pripadnosti, je še posebej močna, saj je narodna ali kulturna zavednost eno najmočnejših čustev. Tudi če se gledalec med gledanjem ne more poistovetiti z ostalimi gledalci, tj. skupino ljudi, ki v istem času gledajo oddajo Čez planke, se v tem primeru poistoveti s pripadniki svoje države/kulture. Na ta način avtorica loči med »nami« in »njimi«, s čimer okrepi povezanost med avtorico in gledalci. Avtorica postane »naša« oziroma ena izmed »nas«, kar v gledalcih vzbudi naklonjenost in vpliva na njihovo vključevanje v vsebino.

3.4.2.1 Nagovarjanje gledalca

Ena od oblik skupnega sporočanja je nagovarjanje. Nagovarjanje se uresničuje s tem, da se naslovnika poimenuje z občnimi imeni, lastnimi imeni ali zaimki in se ga s tem neposredno vključi v sporočanje dejavnost. Sporočilo v obliki nagovora je namenjeno naslovniku, kar vesta tako sporočevalec kot naslovnik. Nagovor zadeva oba udeleženca sporočanja: sporočevalca kot začetnika sporočanja in naslovnika kot tistega, kateremu je sporočilo namenjeno. Nagovor je najbolj izrazita oblika vključevanja naslovnika v sporočanje dejavnost, saj se sporočevalec na naslovnika obrača neposredno z njegovim poimenovanjem in tako z jezikom neposredno »pokaže« na svojega naslovnika.

V oddajah Čez planke avtorica nagovor največkrat uporablja v neposrednih nagovorih v kamero, v katerih že s simuliranim očesnim stikom nagovarja gledalca. Tež obliki nagovarjanja doda jezikovno nagovarjanje, zato je nagovor gledalca okrepljen. Gledalca je nagovarjan na dveh ravneh, vizualni in jezikovni, zato ima v teh primerih močan občutek vključevanja (glej podčrtano):

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »Tudi vsem, ki vas morda zanima še kaj več o usodah teh Slovenk v Egiptu, priporočam knjigo Dorice Makus, Aleksandrinke« (RTVSLO 2002)

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »V lasti imajo tudi Plavo Laguno pri Poreču, kamor radi hodite na morje, in nekaj hotelov« (RTVSLO 2009).

Gledalca se v oddajah Čez planke nagovarja tudi s t. i. *ogovornimi frazeologemi* (Korošec 1998, 165). Gre za besedne zveze, ki se pojavljajo na začetku televizijsk/radijskih oddaj. V njih se imenuje naslovnika z občnimi imeni, ponavadi glede na vrsto medija: *spoštovani, dragi ipd. poslušalci/gledalci*. Namesto z občinimi imeni, avtorica oddaj Čez planke gledalce imenuje z deležniško obliko in s tem tvori ogovorni frazeologem (glej podčrtano).

BRANO BESEDILO: »Dobrodošli v Egiptu, v državi, kjer nam je bolj znana preteklost kot sedanjost, zato ni presenetljivo, da so najbolj pogost stereotip prav ...« (RTVSLO 2002).

BRANO BESEDILO: »Dobrodošli na Portugalskem, v deželi treh bistvenih f-jev: fuzbal, glasba fado in romanje v Fatimo definirajo sodobno Portugalsko« (RTVSLO 2006).

Ta deležniška oblika ogovornega frazeologema se v oddajah pojavlja na začetku. S svojo prisotnostjo signalizira začetek sporočanja stika, ki bo trajal ves čas oddaje. V obliki dobrodošlice, ki je tudi sicer značilna za vsakdanji jezik ob prihodu osebe v novo okolje, avtorica gledalca vpelje v predstavljeno državo. Gledalec posledično, zaradi specifične oblike ogovornega frazeologema, dobi občutek, da je navidezno prispel v novo okolje.

3.4.2.2. Izrekanje »splošnih resnic«

Vključevanje gledalca se v oddajah Čez planke uresničuje tudi prek izrekanja »splošnih resnic« z edninskimi drugoosebnimi glagolskimi oblikami. Ta oblika je značilna za živo govorno sporočanje. Namesto, da bi avtorica navado, običaj, splošno značilnost predstavljene države ali določenega dela države upovedila z rabo tretjeosebne glagolske oblike, to stori v drugoosebni obliki. S tem vključi naslovnika v sporočanjski stik ter pritegne pozornost in poživi besedilo⁹ (glej podčrtano):

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »Lizbono najlažje odkrivaš peš in brez zemljevida« (RTVSLO 2006).

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »No, in če imaš na Portugalskem rojstni dan in se pije, potem slavljenec nikoli ne časti, ampak se račun vedno deli med prijatelje« (RTVSLO 2006).

BRANO BESEDILO: »Če od ponedeljka do petka sklepaš resne posle v betonski džungli Sanitaga, se ti zdi »cafe con piernas« prava oaza po naporni službi.« (RTVSLO 2009):

BRANO BESEDILO: »Tako, ko prestopiš mejo, začutiš, da to ni tipična Latinska Amerika« (RTVSLO 2009).

Avtorica vključevanje gledalca v sporočanjski stik pri izrekanju »splošnih resnic« gradi na pripadnosti skupnemu mišljenju, prepričanju, videnju in odzivanju na stvarnost, npr. pri ubeseditvi odziva, za katerega predvideva, da bi ga uresničil (in kot takega doživel) vsak (slovenski) obiskovalec. Gledalec se posledično z izrečenim lažje poistoveti, saj je sporočanjski stik vzpostavljen na osnovi pripadnosti avtorice in gledalca skupnemu mišljenju in odzivanju na stvarnost.

3.4.3 *Raba stilnozaznamovanih besed*

Stilno zaznamovana jezikovna sredstva vplivajo na naslovnikovo razumevanje in vrednotenje vsebine, sprožajo naslovnikovo razumsko in čustveno dejavnost ter mu omogočajo, da se v vsebino lažje vživi in vključi. Sporočevalec se skuša z rabo stilno zaznamovanih sredstev približati naslovniku in njegovemu izkustvenemu svetu, da bi ta lažje razumel in začutil sporočilo. Pri tem sporočevalec uresničuje emotivno in poetsko funkcijo jezika (Jakobson 1989, 153–161). S tem ko sporočevalec uporablja stilno zaznamovana

⁹ Elektronsko dopisovanje z red. prof. dr. Tomom Korošcem (11. 1. 2010).

jezikovna sredstva namreč kaže na svoje dojetanje in odnos do predmeta ubeseditve, s čimer uresničuje emotivno funkcijo, ki je usmerjena k sporočevalcu. Poetsko funkcijo, usmerjeno k sporočilu, sporočevalec uresničuje z izborom stilno zaznamovanih besed, ki same po sebi dajejo osnovnemu pomenu še dodatnega, tj. kažejo na pomen, ki sega izven okvira sporočila (glej tam).

3.4.3.1 Ekspresivne besede

Avtorica v oddajah uporablja ekspresivne besede, da bi izrazila svoj odnos do predmeta ubeseditve in pritegnila pozornost gledalca. Avtorica se želi tako približati izkustvenemu svetu gledalca, saj so te besede značilne za pogovorni jezik. Večinoma gre za ekspresivne besede, ki jih SSKJ označuje s splošnim kvalifikatorjem *ekspresivno*. To pomeni, da gre za močno čustveno obarvano besedo, pomen ali zvezo. Avtorica ekspresivne besede največkrat vključuje v brano besedilo (glej podčrtano):

BRANO BESEDILO: »Omehča¹⁰ se šele, ko mu pokažem sliko mojega novega prijatelja iz Gize« (RTVSLO 2002)

BRANO BESEDILO: »V deželi škripa¹¹ šiviljska in tekstilna industrija« (RTVSLO 2006).

BRANO BESEDILO: »In tako sem štrbunknila¹² naravnost v Čile« (RTVSLO 2009).

BRANO BESEDILO: » Najbolj obiskan del severnega Čila danes komaj požira¹³ dnevne horde turistov« (RTVSLO 2009).

¹⁰ Beseda *omehčati* se v tem primeru navezuje na *povzročiti, da postane kdo pripravljen narediti, povedati, kar se želi, zahteva* (SSKJ). Avtorica v predhodnem branem besedilu pove, da je na intervju z egipčanskim polkovnikom čakala ure in ure, a kljub temu ni želel dati intervjuja. Ko mu je pokazala fotografijo s podpisom enega glavnih egiptologov, si je premislil. Z rabo besede *omehčati* želi poudariti poklovnikovo nenadno spremembo v odločitvi, da ji pusti intervjuvati, in s tem pokaže na značaj Egipčanov, da so veze in poznanstva pomembni. Istočasno se približa gledalcu in njegovemu izkustvenemu svetu, saj je tovrstna raba značilna za pogovorni jezik.

¹¹ Beseda *škripa* v tem primeru pomeni velike težave, v katerih sta se znašli portugalska šiviljska in tekstilna industrija. Tudi SSKJ kot ekspresivni pomen te besede navaja podoben primer: *v gradbeništvu že dalj časa škriplje* (SSKJ). Avtorica se s to rabo približa pogovornemu jeziku in s tem izkustvenemu svetu gledalca.

¹² Beseda *štrbunkniti* v tem primeru pomeni prispeti. Avtorica s tem poudari, kako nenadno je prispela v Čile. Tako želi pritegniti pozornost gledalca.

¹³ Beseda *požirati* se navezuje na sprejemati v tem primeru turiste v kraj. Avtorica tako izrazi kontrast med majhnostjo kraja in velikim številom obiskovalcev, kar v nadaljevanju izrazi z besedo *horde* turistov. Horda je v SSKJ označena s kvalifikatorjem slabšalno, saj se pomensko navezuje na *veliko skupino nasilnih ljudi, navadno vojakov* (SSKJ). Avtorica s tako rabo besed kaže na negativne posledice tolikšnega obiska, saj turisti ponavadi za sabo puščajo smeti in lahko na splošno negativno vplivajo na razvoj kraja. Zaradi tega kraji izgubljajo svojo avtentičnost.

Ekspresivnih besed v oddajah ni veliko. Pojavljajo se naključno, ne le v določenih situacijah ali temah. Avtorica želi z njimi poživiti besedilo, prav tako pa želi z gledalcem vzpostaviti enakovredni odnos, saj bi s stalno rabo nevtralnih besed izražala neenakost. Ker gre za predstavitev države, se mora gledalcu čim bolj približati in vzbuditi njegovo zanimanje.

3.4.3.2 Tropi

Sporočevalec z rabo tropov izraža stališče in vrednoti vsebino povedanega (Korošec 1998, 21). Med besedami, ki tradicionalno sodijo k tropom, se v oddajah Čez planke največkrat pojavljajo primere ali komparacije¹⁴ in poosebitve ali personifikacije.¹⁵ Metafore in metonimije kot najpogosteje rabljeni tropi se v oddajah ne pojavljajo pogosto, ker bi s prenesenim ali spremenjenim pomenom lahko zmedle gledalca.

Primere ali komparacije se v oddajah pojavljajo, ko želi avtorica gledalcu stvarnost približati tako, da jo primerja z nečim, kar že pozna. Večinoma gre za primerjanje dolžin, mer, obsega predstavljene države z nečim iz gledalčevega izkustvenega ali kulturnega sveta (glej podčrtano):

BRANO BESEDILO: »Madeira je danes prelunknjana kot švicarski sir« (RTVSLO 2006).

BRANO BESEDILO: »Čile je suh kot prekla. A že na zemljevidu vidiš, da podpira sosednje države kot hrbtenica« (RTVSLO 2009).

Avtorica primerja neznano z znanim. S tem omogoči gledalcu, da se z vsebino lažje poistoveti. Posledično to vpliva na njegovo vključenost v oddajo.

Znotraj tropov se v oddajah pogosto pojavljajo poosebitve ali personifikacije. Avtorica jih uporablja, da bi poživila besedilo, sprožila gledalčevo razumsko dejavnost, kot tudi zato, da bi gledalec pomen vsebine lažje razumel in se z njo lažje poistovetil (glej podčrtani del):

BRANO BESEDILO: »Gradbenišтво in telekomunikacije se vzpenjajo« (RTVSLO 2006).

BRANO BESEDILO: »Čile je prva južnoameriška dežela, ki je podpisala sporazum o prosti trgovini z Evropsko unijo« (RTVSLO 2009)

BRANO BESEDILO: »Sploh ima dežela idealne mere. Dolga je 4300 kilometrov in ozka v pasu. V širino meri le dobrih 180 kilometrov« (RTVSLO 2009).

¹⁴ »V stilistiki tisto, s čimer se kaj primerja (lepa kot roža; govori, kakor bi rožice sadil; hud ko hren)« (Toporišič 1992, 222).

¹⁵ »Pripisovanje značilnosti živega čemu, kar ni tako: *krivica, ki vpije do neba; grobovi tulijo; utrujena kovina; pametna raketa; gozd molči; tangenta je požrla hipotenuzo*« (Toporišič 1992, 194).

Avtorica s personifikacijo večinoma poživlja besedilo, saj bi bilo po določenem času ubesedovanje splošnih (merskih) podatkov predstavljene države za gledalca nezanimivo. Da bi pritegnila gledalčevo pozornost in ohranila njegov nivo osredotočenosti na vsebino, države in nežive predmete, povezane z državo, včasih ubesedi kot žive.

3.4.3.3 Pogovorni frazeologemi

Pogovorni frazeologemi kot vsi aktualizmi vrednotijo, izražajo avtorjevo stališče in poživljajo besedilo (Korošec 1998, 20). Avtorica z rabo pogovornih frazeologemov išče pot h gledalčevemu izkustvu in želi poživiti besedilo. S pogovornimi frazeologemi gledalcu ponuja tisto, kar pozna iz vsakdanjega pogovornega jezika. Posledično se lahko gledalec z novo stvarnostjo lažje poistoveti (glej podčrtano):

BRANO BESEDILO: »S svojimi hribi in jezери dežela piha na slovensko dušo« (RTVSLO 2009).

BRANO BESEDILO: »Z eno nogo je Čile v tropskem pasu, drugo pa namaka v morju nad Antarktikom« (RTVSLO 2009)

NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO: »Portugalci so včasih podobni tistim med Slovenci in Hrvati. Takrat, ko je štimunga res na nuli, ko se kregamo zaradi Jorasa, ali pa, kje spet plavajo naši ciplji« (RTVSLO 2006).

3.4.4 Značilnosti avtoričinega govora

Na gledalčevo dožemanje, razumevanje in vključevanje v vsebino vpliva tudi govorna ali slušna realizacija besedila. Kot pravi Verovnikova (2005, 23), ni vseeno, katero besedo govorec izgovori poudarjeno, kdaj gre z glasom navzgor ali navzdol, kdaj naredi premor itd.

Značilnosti slušnega gradiva raziskuje besedilna (na ravni stavkov pa stavčna fonetika). Pri raziskovanju značilnosti realizacije slušnega izhaja iz šestih stavčnofonetičnih prvin: členitev s premori, poudarjanje, stavčna intonacija, register, hitrost govora in barva glasu (Toporišič 2000, 533–534).

3.4.4.1 Premori

Delanje premorov je pomembno, saj to vpliva na preglednost in jasnost besedila. Toporišič (2000, 537–538) loči osem tipičnih mest členitve s premori: meje med povedmi, kjer je dolžina premorov najdaljša. Nekoliko krajša je členitev med samostojnimi povedmi, ki so del

priredja. Drugo tipično mesto za premore je med relativno samostojnimi deli iste povedi, ki skladijsko niso posebno povezani, so pa vsebinsko. Tretje mesto so premori po spremnem stavku premege govora, kadar dobesedni navedek sledi spremnemu stavku. Četrto mesto za premore se delajo med posameznimi prirednimi deli, predvsem v posledičnem in protivnem priredju. Peto mesto za delanje premorov je pred dostavki in neprvim nestavčnim prirednim členom brez veznika. Šesto mesto členitve je pred prilastkovim odvisnikom, krajši premori pa pred časovnim in predmetnim odvisnikom. Premori se pojavljajo tudi zaradi načela ritmičnosti, ki deli glasovje povedi na približno enako dolge dele. Osmo tipično mesto členitve s premori se pojavlja v nepripravljenem govorjenju, ko govorec ne ve, kako nadaljevati ali ko začetni stavek ali večstavčno poved preusmeri v drugo smer.

Brano besedilo, v katerem sem analizirala avtoričino delanje premorov, sem poljudno izbrala v oddaji o Portugalski in Madeiri (RTVSLO 2006). Premori so označeni s poševnico. Z rdečo barvo so označeni daljši premori, ki bi jih lahko po Toporišiču uvrstila v premore dolge od 80 do 42 stotink sekunde; z zeleno so označeni krajši premori.

BRANO BESEDILO: Ljudje tukaj še vedno veljajo za nekoliko staromodne / in s punco se tu lahko začneš pogovarjati šele takrat, / ko ti jo dodobra predstavijo. / Ob vstopu v Evropsko unijo je bila Portugalska ena najrevnejših držav, / danes pa poleg Irske velja za eno tistih, / ki je najbolje izkoristila subvencije iz Bruslja. / Dežela je še vedno polna kontrastov. / Gradbeništvo in telekomunikacije se vzpenjajo. / Poslovanje pomembnega turističnega sektorja / se, kljub evropskemu nogometnemu prvenstvu, / ni izboljšalo.

Po Toporišiču (2000, 539) so najdaljši premori na koncu pripovedne povedi, kar avtorica v branem besedilu upošteva. Tudi med posameznimi prirednimi deli avtorica dela premore, kar ustreza določilom členitev premorov. Avtorica premore največkrat dela med odvisnim in nadrednim stavkom. Le v primeru zadnje povedi (Poslovanje pomembnega turističnega sektorja ...), je avtorica premor dela napačno. Namesto pred podrednim veznikom *kljub* ga naredi pred *se* in tako končni del nadrednega stavka poveže s podrednim. Avtorica večinoma upošteva veznike *in*, *ter*, pred katerimi dela premore. Iz tega sledi, da avtorica pri delanju premorov upošteva končna in nekončna ločila ter na njihovih mestih v povedi dela premore.

3.4.4.2 Poudarjanje

Poudarjanje besed vpliva na razumevanje in pomen vsebine. Poved ima lahko, glede na to, kateri del je poudarjen, različen pomen. Toporišič (2000, 541) ločuje štiri jakostne stopnje izrazitosti: nenaglašenost, oslabljen naglašenost, neoslabljen ali normalna naglašenost in

poudarjena naglašenost (poudarjenost). Po njegovem je večina besed v stavku normalno naglašanih. Nenaglašene besede so večinoma brezglasnice ali naslonke. Oslabljeno naglašene so besede v besednih zvezah, kjer ena od besed prevladuje po jakostni izrazitosti, na primer levi prilastki, samostalniki in prislovi, ki imajo na desni strani prilastek itd. Najbolj naglašene, tj. poudarjeno naglašene besede, so lahko tudi nenaglašene besede ali celo nenaglašeni deli besede. Večinoma velja: »Jakostno težišče segmentov je načeloma v tistem delu povedi, ki je najvažnejši« (Toporišič 2000, 542).

V skladu z določilom, da se naglašene besede lahko grafično zaznamuje v poševnem tisku (Toporišič 2000, 543), sem jih tako označila tudi sama.

BRANO BESEDILO: *Nasser* je bil *drugi egiptovski predsednik*, promotor arabskega socializma. Pa *tudi* dober prijatelj tovariša Tita, ki ga je leta 1963 razglasil za *častnega meščana* Ljubljane. Mubarak je *aktualni* predsednik Egipta. Kljub *navidezni* demokratičnosti, ima njegova Nacionalna *demokratična* stranka 94-odstotno večino v parlamentu in *močno* podporo vojske.

Iz besedila je razvidno, da avtorica večinoma poudarja samostalniške in pridevniške besede, tudi prislove. Te besede imajo za gledalca največjo informativno vrednost, zato jih avtorica jakostno poudarja. Glagolov skoraj ne poudarja, razen če zanjo niso vsebinsko pomembni. Na splošno za avtoričin govor velja, da besede poudarja poljudno in ne v skladu z določili besedilne fonetike. Na trenutke je njeno poudarjanje besed preveč intenzivno, saj v isti povedi jakostno poudari več besed. To na gledalca učinkuje negativno, saj lahko zaradi tega upada njegova osredotočenost na pomen vsebine.

3.4.4.3 Stavčna intonacija

»Stavčna intonacija je značilna podoba tonskega poteka v edinem segmentu ali v vsakem segmentu večsegmentne povedi« (Toporišič 2000, 543). Segment ali tonska enota je manjša enota daljše povedi, ki se jo deli na intonacijsko ogrodje (naglašeni zlog, nenaglašeni le, če je poudarjen) in zložje (naglašeni zlogi danega segmenta). Padajoče intonacijsko ogrodje ima pripovedna stavčna intonacija. Vprašalna intonacija stavka ima rastoče intonacijsko ogrodje (glej tam). Toporišič (2000, 547) deli intonacijo segmenta na glavo (del intonacije, ki se začne s težiščem segmenta in traja do konca segmenta) in trup (del pred glavo intonacije). Glavo intonacije deli na tri vrste: kadenco, antikadenco in polkadenco, pri čemer kadenco in antikadenco zaznamujejo končna ločila, polkadenco pa nekončna ločila. Kadencia je padajoča intonacija, ki se v težiščnem taktu usmeri proti višini. Pri antikadenci je obratno, težiščni takt

je navadno znižan, rep pa se enakomerno dviga navzgor. Polkadenca pa je štirih vrst: padajoča, rastoča, stopničasta in visoka (Toporišič 2000, 547–553). Pripovedna je končna intonacija, ki se končuje s kadenco in se ponavadi pojavlja v povedih, ki ne izražajo čustvenosti. Vprašalna intonacija je prav tako končna in se končuje z antikadenco. Značilna je za vprašalne povedi z vprašalnico *ali*, v odločevalnih vprašalnih stavkih in pri ponovljenih vprašanjih z zaimensko vprašalnico, saj se ponovljena vprašanja lahko čustveno obarvajo, zato dobi intonacijo vzklične značilnosti. Vzklična intonacija je značilna za stavke, v katerih govorec izraža čustveno prizadetost (glej tam). Ker se vzklična intonacija uporablja, kadar se kaj pove s čustveno prizadetostjo, me bo zanimalo, kdaj se pojavlja v oddajah Čez planke, saj od vseh najbolj vpliva na vključenost gledalca.

Avtorica v oddajah Čez planke vzklično intonacijo uporablja, ko gledalca na kaj opozarja:
BRANO BESEDILO: »Uuu, v Egiptu nikoli ne reci hvala! [↓]« (RTVSLO 2002).

Ali ko z interpretacijo skuša ponazoriti značaj prebivalcev predstavljene države:

BRANO BESEDILO: »Ali cachai, nekaj takega kot: Čao, stari! [↑], če pride mimo tebe frajer na dobro usedlanem konju [↓]« (RTVSLO 2009).

Ali ko avtorica želi izraziti svoje občutke:

BRANO BESEDILO: »Kako me je sram! [↑] S podkupovanjem smo vendarle prišli do prave pisarne! [↑]« (RTVSLO 2002).

3.4.4.4 Register

Register je relativni tonski položaj stavčne intonacije. Pri govorjenju pretežno uporabljamo srednji tonski pas svojega govornega tonskega območja, saj se v njem najlažje izražamo. V srednjem oziroma svojem tonskem območju govorimo brez posebnega truda. Višje se ponavadi prehaja pri poudarjanju, vabilu koga, npr. živali, v pogovoru z otrokom, oponašanju koga ali zaradi nervoze (Toporišič 2000, 553).

Avtorica večino časa uporablja srednji tonski pas. To velja predvsem za brano besedilo. V neposrednih nagovorih v kamero prehaja v višji tonski pas iz večih razlogov: zaradi hrupa, saj je v neposrednih nagovorih v kamero večinoma obkrožena z ljudmi oziroma dogajanjem, ki povzroča določen hrup; zaradi vabila, saj v neposrednih nagovorih v kamero gledalca pogosto vabi, da se ji »pridruži«; zaradi navdušenosti nad informacijo ali značilnostjo predstavljene države, ki jo pripoveduje gledalcu v neposrednem nagovoru v kamero.

Zvišan tonski pas pa ima avtorica v branem besedilu, ko koga oponaša oziroma interpretira značaj prebivalcev predstavljene države. Znižani tonski pas sem zaznala le pri vrinjenih stavkih, kar je v skladu s Toporišičem (glej tam).

3.4.4.5 Hitrost govora

Priporočljiva je normalna hitrost govora, vendar vsega ne moremo izgovoriti enako hitro. Posledično tisto, kar je pomembnejše, izgovorimo počasneje, manj pomembne stvari preletimo hitreje (Toporišič 2000, 553–554). Isto velja za avtoričino hitrost, saj pomembnejše informacije upove nekoliko počasneje, manj pomembne pa hitreje. Na splošno je njena t. i. normalna hitrost že po naravi nekoliko hitrejša. Razlog tega je njena starost, saj mladi ljudje ponavadi hitreje govorijo kot starejši, kot tudi njen značaj, saj je temperamentna in v oddajah vedno dobro razpoložena. Ker prevladuje njeno navdušenje in veselo razpoloženjsko stanje, se to kaže tudi v hitrosti govora. Ta daje občutek aktivnosti in gibanja.

3.4.4.6 Barva glasu

Barva glasu je posledica spremembe odzvočnega prostora v ustih. Najpogostejše je normalno barvanje, tako, ki ne zbujajo posebne pozornosti (Toporišič 2000, 554). Z barvanjem govorci izražajo svoje duševno stanje, zato lahko na tak način vplivajo na vključevanje gledalca. Ker je prevladujoče avtoričino duševno stanje v oddajah veselo, se to izraža tudi na svetli barvi avtoričinega glasu, ki malenkostno izraža otroškost in razigranost. To daje oddajam svežino in razgibanost, kar v gledalcih pritegne pozornost.

4 SKLEP

Pri analiziranju vključevanja gledalca v izbranih oddajah Čez planke sem izhajala iz dejstva, da je televizija medij, ki omogoča istočasno sporočanje na večih ravneh (vizualni, zvočni in znotraj slednje jezikovni ravni). Vsaka od njih vpliva na gledalčevo razumevanje, doživljanje in odnos do vsebine ter v njem sproža različno razumsko in čustveno dejavnost.

Vključevanje gledalca na večih ravneh se v oddajah Čez planke najbolje kaže v neposrednih nagovorih v kamero, kjer je med avtorico in gledalcem vzpostavljen očesni stik, kar daje videz njune interakcije. Avtorica njeno obračanje h gledalcu v neposrednih nagovorih v kamero uresničuje tudi prek neverbalne komunikacije, ki je tukaj najbolj vidna. Avtorica z gestami, kot so nazdravljanje z gledalcem, usmerjanjem prsta v njegovi smeri in z izrazito obrazno mimiko, v gledalcu vzbuja občutek, da si želi njegovega sodelovanja, potrditve. Posledično gledalec dogajanje na ekranu spremlja z večjo pozornostjo in se čuti intenzivneje vključenega.

Na vizualni ravni vključevanje gledalca v neposrednih nagovorih v kamero poteka prek prevladujočih srednjih bližnjih in bližnjih planov, ko sta si avtorica in gledalec najbližje. Gledalec tako dogajanja na ekranu ne opazuje z razdalje, temveč od blizu, kar mu omogoča, da se vanj lažje vživi. V skladu z ugotovljenim lahko delno potrdim prvo hipotezo, in sicer da vključevanje gledalca oddaj Čez planke na vizualni ravni poteka prek neposrednih nagovorov v kamero in bližnjih planov, kot tudi izrazite avtoričine neverbalne komunikacije, posebej njene obrazne mimike, srednjih bližnjih planov in lege kamere, ki je ves čas v liniji gledalčevih oči ter kaže na enakovredno razmerje avtorice in gledalca.

K intenzivnemu vključevanju gledalca v neposrednih nagovorih v kamero prispeva tudi mednarodni ton, ki je v oddajah sicer prisoten večino časa, vendar je v neposrednih nagovorih v kamero še posebej v ospredju. Navezuje se ne le na dogajanje na ekranu, temveč tudi na dogajanje izven ekrana, ko gledalec na ekranu vidi avtorico, sliši pa zvoke, ki prihajajo iz njene bližine. To mu omogoča, da se v dogajanje v prostoru vživi intenzivneje, saj se zdi, da sliši, kot bi se v prostoru dejansko nahajal.

Vključevanje poteka tudi prek glasbe, ki na splošno vpliva na čustva in je hkrati pomemben reprezentativni element posameznih držav/kultur. Drugo hipotezo lahko v celoti potrdim, saj je analiza pokazala, da vključevanje gledalca v oddajah Čez planke z zvokom dejansko poteka prek mednarodnega tona in specifične glasbe, ki sem jo za potrebe analize imenovala »kulturno izvorna glasba«.

Avtorica v neposrednih nagovorih v kamero interakcijo z gledalcem krepi z jezikovnimi sredstvi, s katerimi ga vključuje v sporočanje dejavnost kot sogovornika, in sicer z vzpostavljenim skupnim sporočanjem krogom, nagovarjanjem v drugoosebni množinski obliki in izrekanjem »splošnih resnic« v drugoosebni edninski obliki.

Hkrati avtorica ves čas išče pot h gledalčevemu izkustvenemu svetu z rabo stilno zaznamovanih besed, da bi z dodatnim pomenom besed vplivala na njegovo čustveno razumevanje vsebine.

Na ravni govorne ali slušne realizacije avtorica gledalca v neposrednih nagovorih v kamero vključuje z vzklično intonacijo, značilno za čustveno obarvane stavke, in višjim tonskim pasom, ko gledalca vabi, da se ji »pridruži« v nadaljevanju potovanja po izbrani državi. Gledalec tako ni več pasivni opazovalec, temveč soustvarjalec oddaje, h kateremu se avtorica obrača kot k svojemu sopotniku. Zato lahko tretjo hipotezo delno zavrnem, saj avtorica gledalca v oddajah Čez planke z jezikovnimi sredstvi ne vključuje le tako, da uporablja sedanji čas in prvo osebo množine, temveč z vsemi omenjenimi načini.

Sklepam, da je vključevanje gledalca v oddajah Čez planke intenzivno in uspešno učinkuje na to, da ima gledalec po ogledu oddaje občutek, da je nekaj videl, spoznal, doživel. Poleg vseh predstavljenih načinov pa k vključevanju gledalca v vsebino oddaje pripomore tudi energija, vzpostavljena med gledalcem in avtorico. Kot tudi značaj avtoričinih sogovornikov, ki s svojimi zgodbami, neposrednostjo in sproščenostjo pritegnejo gledalčevo pozornost ter vplivajo na njegovo čustvovanje.

5 LITERATURA

1. Argyle, Michael. 1996. *Bodily communication*. London, New York: Routledge.
2. Armes, Roy. 1988. *On video*. London, New York: Routledge.
3. Arnheim, Rudolf. 2000. *Film kot umetnost*. Ljubljana: Krtina.
4. Barker, Larry Lee in Deborah A. Gaut. 1996. *Communication*. Boston: Allyn and Bacon.
5. Bignell, Jonathan. 1997. *Media semiotics: an introduction*. Manchester, New York: Manchester University Press.
6. Butler, Jeremy Gerard. 2002. *Television: critical methods and applications*. Mahwah, N. J.: L. Erlbaum.
7. Cashdan, Elizabeth. 1998. *Why is testosterone associated with divorce in men?* Salt Lake City: University of Utah.
8. Corner, John. 1999. *Critical ideas in television studies*. Oxford: Clarendon.
9. Ellis, John. 1992. *Visible fictions: cinema: television: video*. London, New York: Routledge.
10. Erjavec, Karmen. 1998. *Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka*. Ljubljana: Jutro.
11. Fairclough, Norman. 1995. *Media discourse*. London: E. Arnold.
12. Fiske, John. 2003. *Television culture*. London: Routledge.
13. Hartley, John. 1992. *Tele-ology: studies in television*. London, New York: Routledge.
14. Holland, Patricia. 2000. *The television handbook*. London, New York: Routledge.
15. Holman, Tomlinson. 2002. *Sound for film and television*. Boston: Focal Press.
16. Jakobson, Roman. 1989. *Lingvistični in drugi spisi*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
17. Jenko, Katarina. 2003. *Neverbalna komunikacija TV novic*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
18. Kalin Golob, Monika. 2003. *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.
19. --- 2004. Moč jezika – izbor dejstev in besed. *Teorija in praksa* 41 (3/4): 703–711.
20. Kmecl, Matjaž. 1996. *Mala literarna teorija*. Ljubljana: Mihelač in Nešović.
21. Korošec, Tomo. 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
22. --- 2005. *Jezik in stil oglaševanja*. Ljubljana: Založba Fakultete za družbene vede.
23. Kos, Janko. 2001. *Literarna teorija*. Ljubljana: DZS.

24. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: DZS.
25. Kovačev, Asja Nina. 1997a. *Govorica telesa: izraznost roke med naravo in kulturo*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
26. --- 1997b. Neverbalna komunikacija in glavne smernice njenega proučevanja. *Anthropos* 27 (1/2): 5–25.
27. Laban, Vesna. 2007a. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. --- 2007b. *Televizijski novinarski dikurz: žanrska in stilna razčlenitev*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
29. Stevanović, Zona. 1993. *Leksikon televizijskih i filmskih pojmov*. Beograd: Univerzitet umetnosti.
30. Letica, Zvonko. 2003. *Televizijsko novinarstvo*. Zagreb: Disput.
31. Luthar, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
32. --- 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
33. Lury, Karen. 2005. *Interpreting Television*. London: Hodder Arnold.
34. Mayeux, Peter. 1991. *Broadcast News: writing and reporting*. Dubuque: Wm. C. Brown Publishers.
35. McQueen, David. 1998. *Television: A Media Student's Guide*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
36. Merriam, Alan Parkhurst. 2000. *Antropologija glasbe*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
37. Merc, Rihard. 1996. *Zvuk: izražajno sredstvo filma i televizije*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
38. *Metodologija strokovnega nadzorstva radijskih in televizijskih oddaj*. Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=87043> (11. april 2010).
39. Mulvey, Laura. 1996. *Fetishism and curiosity*. Bloomington: Indiana University Press.
40. Muršič, Rajko. 1993. O moči glasbe. *Časopis za kritiko znanosti* 21 (160/161): 101–124.
41. Perovič, Tomaž in Šipek Špela. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.
42. Poler Kovačič, Melita, Tomo Korošec, Manca Košir, Vesna Laban, Tina Verovnik, Marko Milosavljevič, Sonja Merljak, Igor Vobič, Monika Kalin Golob in Karmen Erjavec. 2005. *Uvod v novinarske študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

43. Pucelj, Urša Eva. 2009. *Tržno komuniciranje skozi prizmo nevrolingvističnega programiranja*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
44. Rabiger, Michael. 1998. *Directing the documentary*. Boston: Focal Press.
45. Sontag, Susan. 2006. *Pogled na bolečino drugega*. Ljubljana: Sophia.
46. Tolson, Andrew. 1996. *Mediations: text and discourse in media studies*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
47. Toporišič, Jože. 1992. *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
48. --- 2000. *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja.
49. TV Slovenija, 1. program. 2002. *Oddaja Čez planke o Egiptu*. Ljubljana.
50. --- 2006. *Oddaja Čez planke o Portugalski in Madeiri*. Ljubljana.
51. --- 2009. *Oddaja Čez planke o Čilu*. Ljubljana.
52. Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
53. Van Leeuwen, Theo. 2005. *Introducing social semiotics*. London, New York: Routledge.
54. Wainwright, David. 1978. *Journalism made simple*. London: W. H. Allen.
55. Walters, Roger. 1994. *Broadcast Writing: Principles and Practices*. Sacramento: McGraw-Hill Higher Education.
56. Ward, Peter, Alan Bermingham in Chris Wherry. 2000. *Multiskilling for Television Production*. Oxford, Auckland, Boston, Johannesburg, Melbourne, New Delhi: Focal Press.
57. Zajc, Melita. 1995. *Nevidna vez*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
58. *Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1)*. Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (11. april 2010).

6 PRILOGE

PRILOGA A: Zapis oddaje Čez planke – Egipt (priloženo v tiskanem izvodu na CD-ju)

PRILOGA B: Zapis oddaje Čez planke – Portugalska in Madeira (priloženo v tiskanem izvodu na CD-ju)

PRILOGA C: Zapis oddaje Čez planke – Čile (priloženo v tiskanem izvodu na CD-ju)

PRILOGA Č: Intervju z Mojco Mavec

24. 6. 2009

KAKO SE JE IZOBLIKOVALA IDEJA O ODDAJAH ČEZ PLANKE?

Oddaja je bila na začetku mišljena kot izključno studijska oddaja. Njena avtorica sem od vsega začetka. Do realizacije je prišlo na začetku novega tisočletja, leta 2000 oziroma 2001, ko je bilo okoli nas vse več zanimivih tujcev, mediji pa na to nismo reagirali. V našem prostoru takrat ni bilo oddaje, ki bi predstavljala zanimive tujce, ki živijo v Sloveniji. Le Sandi Čolnik v oddaji Večerni gost je vsake toliko predstavil nekaj teh tujcev, vendar to ni bil glavni namen oddaje. Zanimalo me je, kako to, da so vsi Kitajci, Nemci, Angleži prišli v Slovenijo. Kaj jih je pripeljalo sem? Kako to, da se učijo slovenščine? Kaj bodo z jezikom, ki ga govori le 2 milijona ljudi? Po drugi strani pa so lahko tujci tisti, ki ti držijo neke vrste ogledalo in ti dajo vedeti, kakšen si, kakšna je tvoja družba. Že od nekdaj sem rada potovala, imela veliko znancev po Evropi, ki so prihajali na obisk. Vedno smo se pogovarjali, kakšni smo; kako je to pri vas, kako pri nas. Že po naravi sem analitik.

KAKŠEN JE BIL PRVOTEN KONCEPT ODDAJE?

Prvotna zamisel je bila, da bi gostili pet različnih ljudi iz petih različnih držav, ki živijo tukaj. Ljudje iz različnih držav bi govorili o skupnih splošnih temah, prek katerih bi lahko videli, v čem se razlikujemo in v čem smo si podobni. Glavni namen prvih oddaj je bilo vleči neke paralele z narodi, ki so locirani v naši bližini, kot tudi iz bolj oddaljenih držav Afrike, Azije itd. V vsaki oddaji bi si izbrali dve, tri teme: novi izumi, pogruntavščine; recimo prazniki, kako se praznuje pri vas, kako pri nas; kakšen status imajo prazniki v Angliji, kakšen imajo tam odnos do mrtvih, kako je to v Nemčiji. Na začetku sem skušala v oddajah pokazati, kako smo si med seboj podobni, da imamo iste skrbi, probleme, strahove, le da o tem razmišljamo na različne načine.

Imeli smo prvo poskusno snemanje s petimi gosti. Vse je potekalo v redu. Na koncu pa smo ugotovili, da nekaj manjka. Da je to radijska oddaja na televiziji. Zato smo uvedli nekaj sprememb, in sicer sem se osredotočila le na eno državo in skušala to isto idejo prenesti le na to državo. Temeljito obravnavati aktualne teme, na primer v španski družbi, in to primerjati z nami Slovenci. Take so bile tudi oddaje prva tri leta. V studiu sem gostila dva gosta, tujca, ki živi v Sloveniji, in Slovenca, ki živi v tuji državi. Ta dva pola sta bila vedno prisotna. Zdi se mi dobro, da če tujec govori o Sloveniji, tudi Slovenec govori o tuji državi. Vendar smo imeli pri nekaterih oddajah težave z iskanjem dobrih sogovornikov.

Ta oddaja se uvršča v žanr, ki dovoljuje, da vključuješ zelo aktualne teme in teme, ki jih tudi sama pogrešam v medijih. S temi aktualnimi družbenimi temami pokažeš, glej, Albanci imajo televizijsko oddajo o spolnosti, mi pa o tem javno ne govorimo. S temi primerjavami lahko veliko poveš, ni nujno, da si direkten, ampak pokažeš, kako imajo drugi. Ali pa recimo starost, ki je tema, o kateri sploh ne govorimo. Kaj je starost? Do starejših smo zelo nestrpni in morda se lahko nekaj o tem naučimo od Japoncev. V oddaji iščemo teme, o katerih se v družbi premalo govori, hkrati pa so to lahko aktualne teme. Oddaje Čez planke nikoli niso bile mišljene kot potopisne oddaje, vedno smo izhajali iz aktualnih družbeno-političnih tem. Vedno je bila to oddaja o ljudeh.

ZAKAJ STE ODDAJE POIMENOVALI »ČEZ PLANKE«?

Tako ime imajo oddaje že od vsega začetka. Iskala sem slovensko ime in izhajala iz besede zaplankanost. Slovenci ždimo v tem svojem vrtičku in smo zato na neki način zaplankani, zelo kritično dojemamo svojo okolico, zato je namen oddaje tudi, da gremo preko svojih plank, svoje omejenosti in vidimo svet širše. Da ugotovimo, da smo si v bistvu zelo podobni. Ta koncept je bil pri oddaji vedno prisoten, le da je bil na začetku vezan le na studio.

KAKO BI OPREDELILI STRUKTURO ODDAJ?

Grozno bi bilo, da bi imela neko formo, ki bi se je morala držati. Imela sem srečo, da se mi je uresničila želja, da imam svojo oddajo, katere urednica sem. Kot urednik za vse sam odgovarjaš, po drugi strani pa lahko veliko preizkušaš. Papir veliko prenese, ekran pa ne. Zato sčasoma ugotoviš, da stvari na papirju drugače izpadejo kot na ekranu. Sama sem s to oddajo veliko eksperimentirala. Všeč mi je, da se nisem ulovila v neko formo, da točno na začetku vedno pozdravim gledalce, potem naredim napovednik itd. Hvala bogu nimam tedenskih oddaj, saj potem zapadeš v neko rutino. Mislim, da je oddaja dovolj močna, da jo lahko začnem ali s prispevkom ali z napovedjo in se s tem nič ne spremeni.

KDO JE CILJNA PUBLIKA VAŠIH ODDAJ?

Oddaj nisem delala za mlade. Oddaje delam za najširšo publiko, kar zahteva naše uredništvo. To, da smo del razvedrilnega programa, dopušča malo več ležernosti in bolj sproščen pristop. Zdi se mi, da imata ta enostavnost in ležernost pri gledalcih dober odziv. Uvrščanje v razvedrilni program mi dovoljuje, da neko resnejšo temo prikažem na nekoliko bolj sproščen način. Morda z bolj duhovitim uvodom v neko temo. Se mi zdi, da to gledalcem bolj ostane, kot če bi se s strokovnjakom pogovarjala o tej temi. Bolje je narediti neko šalo ali nekaj duhovitega, kar pokaže ta problem. Včasih res ne morem verjeti, kaj vse ljudem ostane v spominu in s kakšnimi stvarmi se ukvarjajo, ko je oddaje že konec. Tudi seno smo že izvažali v Emirate. Zdi se mi, da je to pravi pristop. Kličejo nas profesorji, strokovnjaki za kakšne podatke, mladi, študentje, ki so popotniki itd. Vidim, da nas spremlja res širok spekter ljudi. S to neenotno formo se mi zdi, da smo pridobili ljudi, ki jih morda ne bi. Sama nikoli nisem bila del nečesa, kar je namenjeno širokim množicam, in si tega tudi ne želim. Nikoli nisem vodila izjemno popularnih ali »prime time« oddaj. Mislim, da je ta oddaja zastavljena bolj ambiciozno, bolj resno.

Moram reči, da svojega gledalca ne podcenjujem. Smo majhen narod, ki ima dober strateški položaj, obdani smo z veliko državami in radi potujemo. Izhajam iz tega, da delam oddajo tako za nekoga, ki je že nekaj videl, kot tudi za gospodinjo, ki morda ne razume krvnega maščevanja, ampak ji to skušam razložiti na način, da bo tudi njej nekaj ostalo. Da ne bo rekla, kako so ti Albanci primitivni, ampak, da bo rekla, aha, zdaj pa razumem, zakaj prihaja do krvnega maščevanja. Ali pa bo šla v leksikon preverit, kako je s tem. Če to stori, sem dosegla svoj namen. Ljudi želim izzvati, da jih začnejo stvari zanimati.

KAKŠNO VLOGO IMAJO GLEDALCI V ODDAJAH »ČEZ PLANKE«?

Gledalci so moji sopotniki. Vedno delam, kot da so gledalci z mano. Skušam jim dati občutek, da smo vsi skupaj tukaj in zdaj, da bomo zdaj to skupaj spoznali. To mi je pomembno. Všeč mi je, da ljudi vključiš v dogajanje.

ALI BI LAHKO IZPOSTAVILI NEKAJ KLJUČNIH RAZLIK MED ODDAJAMI?

V prvih oddajah smo se veliko ukvarjali s stereotipi. Takrat sem bila glede strukture oddaje zelo dosledna. Vedno so bila najprej neka dejstva in stereotipi, ki sem se jih preveč držala. Če se stereotipov tako močno držiš in pri njihovem omenjanju vztrajaš, jih tudi sam proizvajaš. V zadnjih treh letih smo stereotipe ukinili.

Rekla bi, da imajo Čez planke tri obdobja. V prvo obdobje spadajo prve oddaje, v katerih se struktura vzpostavlja, ko sem se dosledno držala pravila, da sta v vsaki oddaji gost–Slovenec in gost–tujec. V drugem obdobju smo že bolj odstopali od prvotne strukture. V tretjem obdobju pa se struktura močno razlikuje od prvotne; ukine se grafiko, dejstva, stereotipe. V tem novem obdobju grafike skoraj ni, tudi napis ob sogovorniku je skoraj neviden, piše samo ime, ni več zastave z imenom in priimkom. Veliko ljudi, ki je sodelovalo v oddaji, je imelo potem težave, saj so jih gledalci poiskali v imeniku in prosili za kaj. To smo ukinili.

V prvem obdobju je velik poudarek na rubrikah, jinglih, ki so jih napovedovali. V prvem obdobju smo imeli risano animacijo, ki je predstavljala slavne ali pomembne ljudi iz zgodovine predstavljene države. Tretje obdobje je čisto nekaj drugega. Spremenila sem se, začele so me zanimati druge stvari, recimo mediji (še bolj kot prej), svet, v katerem živim. Postala sem še bolj analitična. Name je vplivalo tudi ustvarjanje oddaj Evropski utrinki, kjer sem se kot novinarka začela soočati z zunanjo politiko, politiko Evropske unije, kako ta vpliva na naša življenja itd. Ta oddaja je res dober primer, kako se avtor med ustvarjanjem razvija in raste z oddajo.

KATERE PA SO PO VAŠEM MNENJU STALNICE ODDAJ? JE TO MORDA KULINARIKA, SAJ SKORAJ VEDNO NEKAJ POKUŠATE? ALI SVOJIM GOSTOM V STUDIJU PONUDITE KAJ, KAR JE TIPIČNO ZA PREDSTAVLJENO DRŽAVO?

Ja, to je res. Veliko jemo. Lahko pa bi rekla, da so stalnica oddaj posebnosti nekega naroda. Vedno sem izhajala iz predsodkov ali stereotipov, ki jih imajo Slovenci do nekega naroda. Ali pa, kaj Slovenci vemo o nekem narodu. Recimo: kaj Slovenci vemo o Japoncih? Aha, da delajo veliko samomorov, pijejo zeleni čaj in jedo suši. To bi bila iztočnica, ki pa bi jo želela nadgraditi s podatkom, ali je to, kar vemo, pravilno. Vedno začnem z nekimi dejstvi, ki so nam Slovincem o nekem narodu znani. Kasneje pa pokažem nekaj zanimivega, zaradi česar ugotovimo, da ni čisto tako, kot smo si predstavljali. To je ena stalnica. Druga stalnica pa je, da predstavim nekaj, kar je čisto eksotičnega, nekaj, kar do zdaj na primer o Japoncih nismo vedeli in kar nas lahko (o njih) prijetno ali nenavadno preseneti. Izbiram teme, ki so nam blizu, in teme, o katerih do zdaj nismo ničesar vedeli. Vedno pa vključujem naša (slovenska) videnja, tradicijo in kulturo ter primerjam med nami in njimi. Tega ne delam neposredno, ampak gledalci lahko razberejo iz prispevka.

KAKŠNA JE VAŠA VLOGA V ODDAJAH?

Za Slovence sem še vedno voditeljica. Zdi se mi, da je pojem, ki definira vse, kar počnem, avtorica. Na terenu sem novinarka. Tudi drugače skušam delovati kot novinarka, ker nisem oseba, ki govori po besedilih drugih, ampak je avtor vsega. Nikjer nisem nevtralna, ker to ne znam biti. Vedno se vživim v državo, kjer sem Slovenka. Gledam skozi slovenske oči in ne oči zunanjega opazovalca oziroma nekoga, ki bi vse vedel. Hkrati gledam skozi oči Mojce Mavec in ne tipične Slovenke. To svojo osebno vpletenost v oddaji tudi pokažem. Zato se v tej vlogi tako dobro počutim, ker mi dopušča, da sem to, kar sem.

Moram reči, da sta pri nas informativni in razvedrilni program v podobnem razmerju kot Severna in Južna Koreja. Zdi se mi, da je napaka, da vedno mislimo, da je prišlo do komercializacije, če razvedrilni žanr zaide v informativnega, in obratno. Meni se zdi prednost, da z nasmehom ali duhovitostjo ne deskreditiraš informacije, ampak povzročiš, da si ljudje informacijo še bolj zapomnijo. Zakaj vedno posnemamo in se spominjamo Terčka ali Čučka? Ker sta dodajala informativnemu žanru neko hudomušnost. Ali citiramo koga izmed današnjih novinarjev (razen Bobovnika)? Ne. Lepo je, da daš oddaji neki značaj, kot ga imam jaz ali vi. Mogoče sem v tem premalo profesionalna, ker ne zatiram svojega značaja, ampak ga vključujem v oddajo. Zato morda oddaja nekako izstopa iz žanrskega povprečja. Pomembno se mi zdi, da uživam v stvareh, ki jih počnem. To se vidi v oddaji. Zame pravijo, da sem nekdo, ki dela popotniške oziroma turistične oddaje. Ne vem, kdaj sem nazadnje v svoji oddaji govorila o spomenikih. Ali sem o Prištini povedala kaj? Ne, vemo pa, kakšni ljudje tam živijo, kaj radi jedo, kakšne težave imajo.

ALI JE TO NAČIN, NA KATEREGA NIZATE ZGODBE V ODDAJI? ALI NA TAK NAČIN DELATE PREHODE MED RAZLIČNIMI TEMAMI?

Oddajo ponavadi začnem z zgodbami, ki so spoznavanje neke države. Zato je v prvem delu večja koncentracija dejstev, statističnih podatkov in podobnega. Torej, padli smo v neko državo, zanima nas, koliko ljudi tukaj živi, kaj jemo, s čim se preživljamo. V drugem delu sledijo resnejše teme, kot so aktualni družbeni problemi, fenomeni nekega naroda itd. Prvi del je informativno bolj skoncentriran, v drugem delu pa so v ospredju zgodbe, emocije, socialne teme ipd. Na koncu skušam dati nekaj, kar preseneti, nekaj izjemno zanimivega. Na tak način želim do konca držati pozornost gledalca.

KAKŠNO FUNKCIJO IMA V ODDAJAH STUDIO?

Na začetku ga je bilo veliko, ker nismo imeli dosti materiala. Na začetku smo z gosti v studiu komentirali določeno tematiko. Začetne oddaje so bile oblikovane tako, da smo z gosti gledali v ekrane okoli nas in komentirali posnetke s terena; kako je pri vas, kako pri nas. Kasneje je bilo studia vse manj in vse več terena. To je bilo povezano tudi s finančnim dejavnikom. Sčasoma smo dobivali sponzorje, zato smo si lahko privoščili več terena. Kasneje mi je postajal studio odveč. Vedno bolj sem se oddaljevala od prvotne ideje, vse do tretjega obdobja, ko studia ni več.

KDAJ V ODDAJAH UPORABLJATE NEPOSREDNI NAGOVOR V KAMERO?

Neposredni nagovor v kamero uporabljam, ko želim upovediti osebni komentar ali zares pomemben podatek ali zgodbo, ki je res nekaj posebnega. Ponavadi za neposredni nagovor v kamero izberem neke zanimive lokacije oziroma kraje, kjer se nekaj dogaja. Če za mano kolesarji dirkajo s kolesi, bom tudi sama neposredni nagovor v kamero naredila med dirkanjem na kolesu. Trudim se, da sem del akcije. Da nisem le komentator nekega dogajanja v ozadju, ampak da sem del dogajanja. Všeč mi je, da med govorjenjem nekaj delam. Prav tako se mi zdi zelo pomembno, da gledalec dobi občutek, da je del dogajanja. Vse se dogaja okoli nas in mi smo v središču tega, a ni to fino! Nogometne tekme ne gledamo od daleč, ampak smo na stadionu.

KAJ PA NEPOSREDNI NAGOVORI V KAMERO, V KATERIH NI NIČ POSEBEJ ZANIMIVEGA, ALI V NJEM NE UPOVEDUJETE KOMENTARJA?

No, to je pa potem druga stran neposrednih nagovorov v kamero, ko z njimi rešujem pomanjkanje materiala. Ko govorim o Aleksandru Velikem, nimam slikovnega gradiva, zato bom to posnela, da povem nekaj o njem. Neposredni nagovor v kamero iz tega razloga uporabim tudi, ko predstavljam neka zgodovinska dejstva, saj jih nimam s čim slikovno pokriti. Bolje mi je, da ob tem ne predvajam posnetkov trave ali česa drugega, ampak v neposrednem nagovoru v kamero o tem nekaj povem, saj bi o tem tako ali tako nekaj povedala v branem besedilu.

KAKŠNO FUNKCIJO IMA V ODDAJAH GLASBA?

Zdi se mi pomembno, da se predvaja glasba, ki je značilna za predstavljeno državo in je zelo ritmična. Hočem ustvarjati moderne oddaje, ki so energične. Važno je, da glasba ni moteča, da ni vodilo, ampak da obarva oddajo, doda emocije, ko je potrebno, vendar ne dodaja neke

patetike. Pazim, da glasba ne zakrije glavne osebe oziroma gosta oddaje. Glasba je v uvodnem delu zelo pomembna, ko pridemo v neko državo, regijo, mesto, da uvede gledalce v neki kraj. Zaradi avtorskih pravic je danes vse večji problem z glasbo.

KAKO JE Z UVODOM V NEKO ZGODBO? PRI VAŠIH ODDAJAH NIKOLI NISMO NA VLAKU ALI AVTOBUSU, KI NAS NEKAM PELJE, AMPAK TAKOJ V SREDIŠČU DOGAJANJA.

Želim, da smo takoj v centru dogajanja. Ne zdi se mi smiselno kazati premikov. Na vlaku bi snemala pot do nekega kraja le, če je to poseben vlak ali je z njim povezano kaj res zanimivega. Če pa gre za običajni vlak, zadostuje, da samo švigne čez kader. To umirjanje dogajanja v oddaji raje ohranjam z razglednicami (menjajočimi se kadri določenega kraja, op. p. E. K.). Takrat je pomembna glasba, ki je v ozadju. Ponavadi dam v razglednicah prijetno glasbo, da uživamo ob kadrih in opazujemo okolico. Takrat si lahko privoščimo minuto čiste slike in glasbe v ozadju.

KOLIKO VKLJUČUJETE MEDNARODNEGA TONA?

Veliko. Celo snemanje je temu podrejeno. Mednarodni ton se mi zdi pomemben, ker z njim ujameš trenutke, ki se jih drugače ne bi posnelo. Zato snemalcu vedno govorim, naj ne prekine tona. Tudi, če menja kader ali sliko, naj ton ves čas teče. Všeč mi je, da se ujamejo trenutki, ko se sogovornik pripravlja na intervju. Tudi na tak način ohranjam zdajšnjost, takojšnjost. Smo zraven sogovornika in ne gledamo posnetka. Ne gledamo intervjuja, ampak smo na intervjuju.