

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandra Papež

Vloga voditeljskega para v dnevnoinformativnih oddajah 24ur in Danes

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandra Papež

Mentorica: doc. dr. Tina Lengar Verovnik

Somentorica: doc. dr. Vesna Laban

Vloga voditeljskega para v dnevnoinformativnih oddajah 24ur in Danes

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

*Hvala mentoricama doc. dr. Tini Lengar Verovnik in doc. dr. Vesni Laban
za strokovno pomoč, predvsem pa spodbudo in vedno
prijazne odgovore na vsa moja vprašanja.*

Hvala najboljši družini, ki me podpira na vsakem koraku in vedno verjame vame.

Vloga voditeljskega para v dnevnoinformativnih oddajah 24ur in Danes

Današnje novinarstvo želi zadovoljiti želje občinstva, zato v ospredje postavlja čustva in poudarja pomen vsakdanjega življenja. Temu se želijo približati tudi voditelji dnevnoinformativnih oddaj na komercialnih televizijskih postajah, ki morajo s svojo podobo, govorom in obnašanjem pritegniti ter zadržati gledalce. Pri tem je izrednega pomena govor televizijskega para, s katerim skuša posnemati vsakdanjo govorico. Cilj diplomskega dela je bil ugotoviti, kakšna je vloga voditeljskega para v dnevnoinformativnih oddajah 24ur in Danes, katere prvine vsakodnevnega govora vnašata v kramljanje, koliko znakov je potrebnih, da kramljanje deluje spontano, in kakšna je vloga neverbalne komunikacije. Diplomsko delo ugotavlja, da je kramljanje del vsake analizirane dnevnoinformativne oddaje na POP TV in Planet TV, učinek spontanosti pa voditeljski par pri gledalcu doseže že z vnosom minimalnega števila znakov vsakdanje govorice, kot so diskurzivni označevalci, prekrivni govor in neverbalna komunikacija. Uporaba pogovornega izrazja pa le še poveča vtis spontanosti. Analiza gradiva je pokazala, da voditelji pri branem govoru spretno uporabljajo neverbalne znake (obrazna mimika, gibanje rok oz. telesa, izmenjujoči pogledi idr.), ki so skladni z verbalnim delom vsebin, z njimi pa gledalca še dodatno prepričajo, da govorijo prosto. Analiza govora na Planet TV pa je pokazala tudi, da je navidezno sproščeno kramljanje med voditeljema včasih preveč zaigrano, da bi lahko bilo prepričljivo.

Ključne besede: komercialna televizija, dnevnoinformativne oddaje, brani govor, kramljanje, neverbalna komunikacija.

The role of an anchor duo in a daily news shows 24ur and Danes

Popular news reporting of today aims at fulfilling the wishes of the audience; as a result, emotions have become more visible and daily life more important. Anchors of daily news shows on commercial televisions have been working to this end by using their appearance, speech and behaviour to both attract and retain the viewers. The speech of an anchor duo is thus extremely important as they try to imitate everyday language. The purpose of the thesis was to determine the role of the anchor duos in the daily news shows 24ur and Danes, particularly which elements of everyday language they use while chatting, how many elements suffice for the chat to appear spontaneous, and what is the role of non-verbal communication. The results suggest that chatting is always part of daily news shows on POP TV and Planet TV; moreover, the anchors achieve spontaneity by only using minimal elements of daily language, such as discourse markers, overlapping speech and non-verbal communication, while colloquial expressions further contribute to the spontaneity. The analysis of the material also showed that the anchors are skilful at using non-verbal signs when reading aloud (facial expressions, hand movement, exchange of looks, etc.) which are in line with verbal content and employed to persuade the viewer that their speech is spontaneous. In addition, speech analysis on Planet TV showed that apparent chatting between the two anchors is sometimes too overacted to be convincing.

Keywords: commercial TV, daily news show, read speech, chatting, non-verbal communication.

KAZALO

1 UVOD	7
2 ŽANR	9
2.1 <i>NOVINARSKI ŽANR</i>	9
3 TELEVIZIJSKE INFORMATIVNE ODDAJE	11
3.1 <i>TIPI INFORMATIVNIH ODDAJ</i>	11
3.1.1 DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE	12
3.1.1.1 DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE NA SLOVENSKEM	12
4 TABLOIDIZACIJA INFORMATIVNIH ODDAJ	15
4.1 <i>NOVICE KOT DEL VSAKDANJEGA ŽIVLJENJA GLEDALCA</i>	17
4.2 <i>VODITELJ</i>	18
4.2.1 VODITELJEV PROSTOR KOT OSREDNJI JAVNI PROSTOR	21
4.2.2 VLOGA REPORTERJA.....	22
5 TELEVIZIJSKI GOVOR	23
5.1 <i>GOVORNO BRANJE OZ. IGRANA SPONTANOST</i>	23
5.2 <i>IGRANI MEDIJSKI (JAVNI) GOVOR IN VSAKDANJI (ZASEBNI) GOVOR</i>	25
5.2.1 ZNAČILNOSTI SPONTANEGA GOVORA.....	26
5.3 <i>KRAMLJANJE</i>	27
6 ANALIZA GOVORA VODITELJSKEGA PARA	31
6.1 <i>OBRAVNAVANE TELEVIZIJSKE ODDAJE</i>	31
6.1.1 24ur NA POP TV	31
6.1.2 DANES NA PLANET TV	32
6.2 <i>ANALIZA BRANEGA GOVORA</i>	35
6.2.1 DISKURZIVNI OZNAČEVALCI	35
6.2.1.1 24ur	36
6.2.1.2 DANES	39
6.2.2 POIMENOVANJE ČLANOV ODDAJE Z LASTNIMI IMENI.....	41
6.2.2.1 24ur	41
6.2.2.2 DANES	43
6.2.3 <i>NORME BRANEGA KNJIŽNEGA JEZIKA</i>	45
6.2.3.1 24ur	45
6.2.3.2 DANES	48
6.2.4 <i>STAVČNOFONETIČNA PODOBA</i>	50
6.2.4.1 24ur IN DANES	50

6.3 ANALIZA KRAMLJANJA	52
6.3.1 24ur	52
6.3.2. DANES	57
6.3.2 ZNAČILNOSTI SPONTANEGA GOVORA	61
6.3.2.1 24ur	61
6.3.2.2 DANES	62
6.4 ANALIZA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE	64
6.4.1 24ur IN DANES	65
7 ZAKLJUČEK	70
8 LITERATURA	74
Priloga A: Intervjuji z voditelji	78
<i>Priloga A.1: Intervju z voditeljem oddaje 24ur Janijem Muhičem</i>	<i>78</i>
<i>Priloga A.2: Intervju z voditeljico oddaje Danes Živo Rogelj</i>	<i>81</i>

1 UVOD

Gledanje poročil je za številne posameznike že skoraj rutinski del vsakdana. Ko sedemo pred televizijski zaslon, pa moramo seveda najprej izbrati, kateri informativni program bomo spremljali. Danes imamo gledalci pri nas poleg javne televizije široko izbiro komercialnih televizijskih postaj, ki nam vsaka s svojo osrednjo dnevnoinformativno oddajo nudi večinoma enako vsebino. Ker pa je eden glavnih ciljev vsake izmed teh televizijskih postaj pritegniti čim večje število gledalcev, skušajo vsebino upovedati na način, ki bo najbolj zanimiv za najširšo množico ljudi. Današnje (popularno) novinarstvo tako poudarja pomen vsakdanjega življenja in postavlja čustva pred razumevanje, saj želi zadovoljiti želje občinstva (Pantti 2010, 171).

Čim bolj pa se želijo vsakdanjemu življenju približati tudi voditelji osrednjih dnevnoinformativnih oddaj, ki so pravzaprav ključnega pomena za uspeh oddaje, saj so prva stvar, ki jo vidimo, ko preklopimo na izbrano televizijsko postajo. Voditelji morajo s svojo pojavo, govorom in obnašanjem pritegniti ter seveda tudi zadržati gledalce. Pri tem je ključnega pomena zagotovo govor, s katerim se želijo čim bolj približati gledalcem. Med drugim skušajo to doseči tudi s posnemanjem vsakdanje govornice, kar je še posebej izrazito v dnevnoinformativnih oddajah, ki jih vodi voditeljski par, saj imata voditelja tako tudi možnost sproščene medsebojne interakcije, kramljanja, ki je del vsakdanjega pogovora med posamezniki.

Cilj diplomskega dela je zato ugotoviti, kakšna je vloga voditeljskega para v dnevnoinformativni oddaji, predvsem pa me zanima, kako se s kramljanjem in branim govorom približuje gledalcem. Zanima me, kaj od prvin vsakodnevnega govora voditeljski par vnese v kramljanje in koliko znakov je sploh potrebnih, da njegovo kramljanje deluje spontano.

Moje teze so naslednje:

1. Kramljanje voditeljskega para je prisotno v vsaki analizirani oddaji 24ur na POP TV in Danes na Planet TV.
2. V kramljajoči komunikaciji voditeljskega para so prisotne prvine vsakodnevne govornice. Voditelji se namreč s kramljanjem skušajo približati gledalcem.

3. Voditelji oddaj 24ur na POP TV in Danes na Planet TV spretno uporabljajo neverbalne znake, skladne z verbalnim delom vsebin.

V prvem, teoretičnem delu bom z opisno metodo, sekundarno analizo strokovnih virov, predstavila nekatere značilnosti novinarskega žanra, televizijskih informativnih oddaj, dnevnoinformativnih oddaj pri nas, tabloidnih informativnih oddaj ter značilnosti govornega branja, spontanega govora in kramljanja. V drugi, empirični del bom vključila odgovore voditeljev osrednjih dnevnoinformativnih oddaj, ki jih bom pridobila s pomočjo polstrukturiranih poglobljenih intervjujev. Slednji so uporabno sredstvo za analizo, saj omogočijo neposreden dostop do empiričnih podatkov. Za potrebe raziskave bom torej s pomočjo vprašanj od respondentov pridobila potrebne informacije (Bučar in drugi 2000, 32–33). Hkrati pa bom opravila primerjalno analizo posnetih oddaj, kjer bom analizirala tako govorne kot tudi neverbalne prvine voditeljskih parov. S pomočjo izbrane kvantitativne raziskovalne metode bom proučila posamezne konkretne primere, pri čemer bom iskala podobnosti in razlike med posameznimi enotami analize (Bučar in drugi 2000, 29–30). V analizo bodo zajete osrednje dnevnoinformativne oddaje na dveh komercialnih televizijskih postajah, in sicer 24ur na POP TV ter Danes na Planet TV. Kriterij pri izboru komercialnih televizijskih postaj je bilo vodenje novic v paru.

Dnevnoinformativne oddaje so bile analizirane med 11. in 31. marcem 2013, in sicer oddaja 24ur od 11. do 24. marca in oddaja Danes od 18. do 31. marca. V analizo je zajet govor štirih različnih voditeljskih parov, torej osmih voditeljev, skupna količina analiziranega gradiva pa je 1.260 minut oz. 21 ur.

2 ŽANR

Pojem žanr izvira iz francoske besede *genre*, ki pomeni model oz. vrsto (Branston in Stafford 1996, 59). Govorimo o modelu fikcijskega in narativnega filma, ki opredeljuje skupne značilnosti večjega števila konkretnih del; sistem norm, konvencij, tematskih in formalnih zakonitosti, ki omogoča tipološko kvalifikacijo oz. kategorizacijo posameznih filmov glede na njihove skupne posamezne poteze (Kavčič in Vrdlovec 1999, 676). Uvrščanje v žanre zato močno vpliva na institucionalizacijo televizijske industrije glede njenih izdelkov in reakcije gledalcev, hkrati pa se oblikuje občinstvo s predvidljivimi zahtevami in interpretacijami (Luthar 1992, 34).

Skubic (2005, 84) žanr povezuje z jezikovnim registrom, ki je mogoč in predpisan v kontekstu kulture: »... je tip besedila, za katerega nam je bilo vnaprej povedano, kako ga moramo govoriti ali pisati.« Pri tem je pojem konteksta kulture hierarhično višji pojem od konteksta situacije, nanaša pa se na kontekst situacije, kot ga definira vsakokratna kultura, ki istočasno že predpisuje, kakšno vedenje je v posamezni situaciji primerno (Skubic 2005, 84). Razliko med pojmom registra in žanra lahko ponazorimo z naslednjim primerom (prav tam): dejavniki področja, tona in načina lahko pomagajo napovedati, kakšen bi bil v slovenščini videti register ustne kupoprodajne pogodbe za stanovanje (domnevno formalen, formulaičen, vsebinsko izčrpen ..., kar so pretežno tehnične zahteve). Vendar pa pri nas, v naši kulturi, kupoprodajna pogodba nikakor ne more biti tvorjena v ustnem načinu, temveč zgolj v pisnem, in tako tak register v slovenski družbi kot žanr ne obstaja. Kontekst kulture torej pomembno omejuje možnosti za tvorbo besedila, hkrati pa vzpostavlja žanrski strukturni potencial, torej »dejansko v praksi mogoče, ne le teoretsko predstavljive strukture danega žanrskega besedila« (Skubic 2005, 84–85).

2.1 NOVINARSKI ŽANR

Novinarski žanr je »tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi« (Košir 1988, 31). Po svoji naravi so žanri dinamični in prilagodljivi, na njihovo spreminjanje pa vplivajo tako komunikacijske okoliščine kot medijski razlogi: »Zelo pomembna je razvitost, razširjenost in priljubljenost posameznih

javnih občil v določenem času in prostoru. Žanri priljubljenejšega medija lahko vplivajo na spremembe žanrov drugih medijev« (Košir 1988, 30–46).

Pomembno pa na žanrske konvencije vplivajo tudi spremembe v širšem družbenem, ekonomskem, političnem in kulturnem kontekstu. Kadar se pojavijo povsem novi žanri, kaže to na zelo spremenjene družbene okoliščine (Košir 1988, 50). Eno takih obdobj korenito spremenjenih družbenih in siceršnjih okoliščin je za slovenski medijski prostor zagotovo obdobje po osamosvojitvi, ko se niso spreminjali le žanri, temveč lahko deloma govorimo celo o pojavljanju drugačnega novinarstva. Gre za t. i. tržno naravnano novinarstvo, za novinarsko prakso, »ki jo opredeljuje predvsem podrejenost ekonomski sferi, z njo je pogosto prepletena še politična, in med njima je težko potegniti ločnico« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 109).

Nekateri avtorji (Turner 2002, 5) ravno zaradi močnega tržnega pritiska to podvrženost spremembam še posebej pripisujejo televizijskim (ne le novinarskim) žanrom in v zvezi s sodobnimi slovenskimi televizijskimi žanri to mešanje žanrskih značilnostih imenujemo *hibridizacija žanrov* (Laban 2007), o čemer bo govor tudi v 4. poglavju diplomske naloge.

3 TELEVIZIJSKE INFORMATIVNE ODDAJE

Televizijske informativne oddaje so v večini evropskih držav najbolj gledane oddaje (Perovič in Šipek 1998, 83). V času njihovega predvajanja je pred televizijskimi zasloni največje število gledalcev, hkrati pa so pomembne tudi zato, ker dajejo celotni televizijski postaji odločujoči znak identitete. Posamezna televizijska postaja je lahko najbolj gledana na svojem področju oddajanja le, če je najbolj gledan tudi njen informativni program (Perovič in Šipek 1998, 83).

3.1 TIPI INFORMATIVNIH ODDAJ

Perovič in Šipkova (1998, 83–85) ločita štiri tipe informativnih oddaj:

1. **KRATKE NOVICE:** zbiri najpomembnejših novic dneva, pri katerih je poudarek na novicah, ki so se pravkar zgodile, ne pa toliko na najpomembnejših novicah dneva. So kratke, največkrat do 30 sekund, veličina televizijskih postaj jih uvršča v program ob polni uri (POP TV) oziroma vsaj večkrat na dan (Planet TV).
2. **DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE:** najpomembnejše novice dneva, v katere so poleg poročil uvrščene tudi analize, komentarji, izjave ter novice iz sveta umetnosti, kulture, zabave ipd. Večinoma trajajo od 20 do 60 minut (Danes – 30 minut, 24ur – 60 minut), vse pa imajo svojo prepoznavno obliko, ki jih že na prvi pogled loči od ostalih sorodnih oddaj na konkurenčnih televizijskih postajah.
3. **INFORMATIVNE DOKUMENTARNE ODDAJE:** poglobljene novice, ki niso odvisne od vsakodnevnih novic. Med seboj jih lahko ločimo na:
 - **DOKUMENTARNE DRAME:** oddaje, ki poleg dokumentarnih dogodkov uporabljajo tudi igrane prizore.
 - **REPORTAŽNO DOKUMENTARNE ODDAJE:** oddaje, sestavljene iz več zgodb, ki se v tedenskem ritmu na bolj analitičen, raziskovalen način ukvarjajo z dogodki, pomembnimi za njihovo okolico. Lahko so tudi mesečne, ki pa se večinoma ukvarjajo le z enim dogodkom.
4. **24-URNI INFORMATIVNI PROGRAMI:** 24-urni televizijski programi, ki se ukvarjajo predvsem z mednarodnimi dogodki.

Za potrebe diplomske naloge bom v nadaljevanju razdelala dnevnoinformativne oddaje.

3.1.1 DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE

Televizijske dnevnoinformativne oddaje so sestavljene iz različnih novinarskih žanrov. V njih se zvrstijo prebrane novice, s slikovnim oz. avdiovizualnim gradivom opremljene novice, poročila, poročanja v živo, izjave, ankete, pogovori, komentarji (Perovič in Šipek 1998, 89). So torej ene izmed najbolj kompleksnih oblik novinarskega diskurza, ki zadovoljujejo in hkrati zahtevajo močno vizualizacijo, sporočilo pa mora biti kratko, jedrnato in takoj razumljivo (Laban 2007, 20).

Osnovna struktura dnevnoinformativnih oddaj je na vseh televizijah podobna:

- oddajo uvede napovednik, ki je lahko pred ali za špico oddaje, zajema pa glavne teme poročil;
- prva poročila so tista, ki se ukvarjajo s ključnimi dogodki dneva;
- v drugem delu oddaje sledijo poročila, ki jih uredniki razvrščajo v oddajo glede na koncept njihove oddaje (kulturni dogodki, dogodki iz družabnega življenja ipd.);
- v zadnji del oddaje pa številne televizijske postaje uvrstijo poročila z razvedrilno vsebino (Perovič in Šipek 1998, 89–90).

Vendar pa strogega pravila glede osnovne dramaturgije dnevnoinformativne oddaje, ki bi ga upoštevali vsi uredniki na vseh televizijskih postajah, ni. Slednji se odločajo v soglasju s konceptom in podobo lastne televizijske postaje (Perovič in Šipek 1998). Pri tem se trudijo vzpostaviti svojo identiteto in ključne lastnosti, s katerimi bi se razlikovali od konkurenčnih televizij, hkrati pa zadovoljili že obstoječe občinstvo in pridobili nove gledalce (Perovič in Šipek 1998). Nove televizijske postaje z dnevnoinformativnim programom seveda še povečujejo konkurenčni boj za gledalce, potreba po njihovi pritegnitvi in ohranjanju pozornosti pa televizijske hiše vodi v iskanje novih načinov novinarskega sporočanja. V sodobnem televizijskem novinarstvu zato ne moremo več strogo vsebinsko ločevati med tehtnimi in razvedrilnimi novicami, saj so lahko tudi tehtne novice upovedene na razvedrilni način in obratno (Laban 2007).

3.1.1.1 DNEVNOINFORMATIVNE ODDAJE NA SLOVENSKEM

Pomembno vlogo pri nastanku televizijskih dnevnoinformativnih oddaj je odigral radio. Prva televizijska ekipa v Sloveniji se je leta 1956 oblikovala v okviru Radia Slovenija, ki se je istega leta kasneje preimenoval v RTV Ljubljana, Televizija pa je dobila prve redno zaposlene

in svojega direktorja. Leto kasneje je potekal prvi program Televizije Ljubljana in del tega programa je bila tudi prva informativna oddaja (Perovič in Šipek 1998, 88).

Prva slovenska dnevnoinformativna oddaja TV Dnevnik pa se je na televizijskih zaslonih pojavila 15. aprila 1968 (Laban 2007, 13). Oddaje so bile na sporedu vsak dan, razen nedelje, ko je sledila informativna oddaja, ki jo je pripravljala Televizija Beograd (Perovič in Šipek 1998). Od leta 1978 so gledalci lahko Dnevnik spremljali v barvni tehniki in z voditelji, prav barvna tehnika pa je pripomogla k temu, da je televizija postala slika z zvokom in ni bila več radio s sliko (Laban 2007, 23).

Do leta 1991 je bila Televizija Slovenija edina TV postaja v Sloveniji, ki je predvajala dnevnoinformativne oddaje. Istega leta pa je prva zasebna televizijska postaja Kanal A začela oddajati svojo 15-minutno dnevnoinformativno oddajo, ki so jo zaradi pomanjkanja finančnih sredstev čez dve leti ukinili (Perovič in Šipek 1998, 88). Ker se je Kanal A relativno počasi razvijal, so mnogi menili, da je Slovenija premajhna za komercialno televizijo, kaj šele da bi mela več takšnih postaj (S. Bašić Hrvatini in Milosavljević 2001).

Pomembna prelomnica v slovenski zgodovini televizijskih dnevnoinformativnih oddaj je bil prihod komercialne televizije POP TV, ki je z oddajanjem svoje dnevnoinformativne oddaje 24ur začela 15. decembra 1995, in sicer ob isti uri, kot so na Televiziji Slovenija predvajali Dnevnik (19.30) (Laban 2007). Kot so zapisali na spletni strani televizijske hiše POP TV (2013a), je osrednja dnevnoinformativna oddaja 24ur s svojim prihodom naznanila novo obdobje televizijskih informacij v Sloveniji in »nesporno je, da se je slovenski televizijski prostor šele z njenim prihodom odprl pluralizaciji, tudi po mednarodnih kriterijih. Z novimi idejami, voditeljskimi pari, dinamičnim pristopom, atraktivno grafično podobo ter razgibanim in pristnim studiem je kmalu zbudila veliko zanimanja pri gledalcih, ki so bili do nedavnega vajeni monolitnega medijskega poročanja, že jeseni 1999 pa je postala tudi najbolj gledana osrednja informativna oddaja v Sloveniji«.

S temi besedami so zagotovo nakazali boj za pozornost vsakega televizijskega gledalca ali gledalke, ki je pravzaprav bistvena razsežnost sodobne televizijske produkcije (Vogrinc 2007, 11). Pri nas se je tako kmalu začela prava bitka za gledalce med javno in komercialno televizijo (Laban 2007). Zaznamovali so jo predvsem premikanje ure začetka in podaljševanje dnevnoinformativnih oddaj, spreminjanje scenske in grafične podobe, uvajanje in ukinjanje

voditeljskih parov. Trend podaljševanja je bil opazen vse do leta 2006, in sicer predvsem na račun daljšega športa, vremenske napovedi in kulturnega pregleda oziroma družbenega dogajanja (Laban 2007).

Labanova je leta 2007 tudi že opozorila na prihajajoči trend, ko bodo slovenske televizije prešle na predvajanje kratkih informativnih oddaj večkrat dnevno. Danes se je to že zgodilo, poleg osrednje dnevnoinformativna oddaje 24ur, ki je na sporedu ob 19.00, so kratke informativne oddaje na POP TV razporejene skozi cel dan: 24ur ob enih, 24ur popoldne (ob 17.00) ter 24ur zvečer (ob cca 22.00). Podobno je na PLANET TV, kjer je osrednja dnevnoinformativna oddaja Danes na sporedu ob 19.30, vsako uro pa sledi enominutni blok novic v živo.

Komercializacija medijev je torej prinesla številne spremembe tako pri sami strukturi novic kot tudi načinu njihovega upovedovanja (Bašić Hrvatina, 2002). Čedalje bolj so zabrisane meje med informiranjem in zabavo, med umišljenostjo in resničnostjo ter med novicami in govoričenjem (Pfetsch 1996, 447), o čemer bom govorila tudi v nadaljevanju diplomske naloge.

Nekateri avtorji (Laban 2007) sicer ob tem opozarjajo, da morajo komercialne televizije svoj zabavni program vendarle obogatiti z več informacijami, če želijo zadržati gledalce. Vendar pa med gledanjem informativnih oddaj nihče med nami ne dela razlike, ali gre za javne ali komercialne televizije, informacije ali zabavo, ampak izbiramo med dobrimi in slabimi oddajami oziroma med tistimi, ki so nam všeč, in tistimi, ki nam niso všeč (Vogrinc 2007, 11).

4 TABLOIDIZACIJA INFORMATIVNIH ODDAJ

Novice se v osnovi ukvarjajo z dejstvi, gledalci pa pričakujejo točne in zanesljive informacije. Vendar pa so na svoj način tudi del zabave.

Ravnotežje med informacijo in zabavo zagotavlja uspeh.

(Perovič in Šipek 1998, 74)

Diskurzivne prvine posameznih televizijskih novinarskih besedil v slovenskih dnevnoinformativnih oddajah, kljub temu, da jih sicer lahko ločimo in definiramo, prehajajo tudi v druge žanre (Laban 2007, 151) Televizijska retorika se namreč prilagaja novim komunikacijskih zahtevam in prav zaradi tega zaznavamo spreminjanje strukture, oblike, funkcij in načina reprezentacije televizijskih novinarskih besedil ter spajanje, združevanje in mešanje prvin različnih novinarskih žanrov ter nastajanje novih (Plenković v Laban 2007, 151).

Televizijski »dnevnik« je bil pri nas še pred nekaj leti strogo ločen od drugih televizijskih žanrov tako po ikonografiji, retoriki, ideologiji kot izboru novinarjev in voditeljev. Danes pa so novice in njihovi voditelji nepreklicno del lokalne scene show businessa. Glavna naloga novic ni več posredovanje informacij in obveščanje javnosti, saj jih je nadomestil nov model novic – razvedrilo in družabne situacije (Luthar 1998, 7). Franklin (1997, 4) govori o »upadanju novic«: »Informacije v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah so se preoblikovale v zabavo, zasebne sfere posameznikov so izrinile javni interes, senzacionalnost in trivialnost sta premagali uravnoveženost.«

Raziskovalci medijev po vsem svetu poročajo o spremenjenih vzorcih novinarskega sporočanja, ki so opazni tudi pri nas. Ta trend spreminjanja televizijskega diskurza se odraža predvsem v spreminjanju vsebin, obliki in stilu televizijskega novinarskega upovedovanja (Laban 2007, 169). Glavna strategija sodobnega televizijskega novinarstva je emocionalno vključevanje gledalca; novinarji različna razpoloženja, napeta pričakovanja, razburjenje in spore ustvarjajo predvsem z narativizacijo oz. s pripovedovanjem zgodb. (Laban 2007, 171). Emocionalizacija novic je tako dokaz spreminjanja kakovosti novinarstva, odgovor na pritiske trga, ki zahteva večjo pozornost do občinstva in njihovih želja (Pantti 2010, 171). V transformaciji novic iz realističnega diskurza v del lokalne popularne kulture ima tako osrednjo vlogo spremenjena vloga bralca novic. Ta je postal voditelj in blagovna znamka

televizijske institucije, na komercialni televiziji pa je načrtno konstruiran kot nacionalna persona, poštenjak in superprofesionalec, ki mu gre zaupati in je vir verodostojnosti, resničnosti in avtentičnosti novic, je pripovedovalec zgodb, ki neprestano išče resnico v korist gledalcev, njegova telegeničnost pa določa resničnost novic (Luthar 1998, 7). Gre za pojav voditeljevega upovedovanja napovedi novinarskih besedil skozi »populistični diskurz« kot diskurz ljudskosti in domačnosti, ki se približa gledalcu ter zanj omišlja svet, akterje in dogodke v njem (Hartley 1992, 90).

V kontekstu tabloidnih novic kakovost informacij tako ni vedno na prvem mestu, saj je dobra zgodba lahko informativna, hkrati pa tudi zabavna, včasih pa slednja prevzame precedenco (Tolson 2006, 68). Novic torej ne moremo več obravnavati kot ločeni žanr, ki »posreduje informacije« občinstvu, saj se v teletabloidnem žurnalizmu srečujejo politika in pop kultura, informiranje in »razvedrilo«, melodrama in informacije, informiranje in moraliziranje, preiskovanje in kramljanje (Luthar 1998, 9). Prav ta kombinacija informativnosti in dramatičnosti pa je ključna za uspeh televizijske dnevnoinformativne oddaje, saj lahko le tako pritegne pozornost gledalca (Wallis in Baran 1990, 245–246). Doba skomercializiranega užitka ob gledanju homogeniziranih in standardiziranih oblik zabave (televizija, filmi, video igrice ipd.) namreč zbuja pričakovanja, da nas bodo zabavali tudi takrat, ko zabava kot taka ni glavni fokus gledane aktivnosti (Atkinson 2011, 107–108).

Lutharjeva (1998, 9) govori o treh glavnih spremembah televizijskega žurnalizma:

1. Spremenjeno je razmerje med VIZUALNO IN VERBALNO REPREZENTACIJO: tabloidne novice so postale estetizirani vizualni spektakli.
2. DOGODKI SO VEDNO BOLJ NARATIVIZIRANI KOT DVODIMENZIONALNI KONFLIKTI: dramatične zgodbe so javno polarizirane v drame.
3. Tretja, glavna sprememba je PERSONALIZACIJA ŽURNALIZMA – PREHOD OD OBJEKTIVNEGA K SUBJEKTIVNEMU NOVIČARSKEMU DISKURZU: pripovedovanje dogodkov kot »človeških zgodb«, uporaba individualnega kot referenčnega okvira za razumevanje strukturnih fenomenov (tudi emocionalno stanje žrtev ali prič dogodka), približevanje televizijske govorice vsakdanji govorici, klišejske govorne figure, simulacija kramljanja itd.

Ključna razlika med dokumentarno realističnimi objektivnimi novicami in novicami – zabavo je v uporabljenih vizualnih in verbalnih kodih ter konvencijah, ki nas prepričujejo, da so novice ogledalo sveta in zbir pomembnih dnevnih dogodkov. Ideološki učinek televizijskih tabloidov je tako v retoriki in ikonografiji televizijskega prostora: premišljena barva voditeljevega suknjiča, ki mora konotirati nevtralno profesionalnost, dramatizacija njegovega glasu, kramljanje, izmenjava pogledov voditeljskega para ipd. (Luthar 1998, 16–17). Novinarski »frontstage« tako vključuje bolj ali manj prepričljive gledališke predstave novinarskih vlog (Atkinson 2001, 108).

Ker so ključni (sicer nasprotujoči si) cilji današnjih popularnih novic služiti demokraciji, zmanjšati stroške in povečati občinstvo (Atkinson 2001, 103), današnje novinarstvo stremi k:

1. **Učinkovitosti** (promocija novinarskega osebja, zamenjava dragega preiskovalnega novinarstva, ki temelji na dejstvih, z bolj mnenjskimi, komentatorskimi in cenejšimi novinarskimi oblikami).
2. **Nadzoru** (preoblikovanje novinarske agende s komercialnimi marketinškimi načeli, odražanje skupnih interesov in pritegnitev donosnih demokratičnih skupin).
3. **Predvidljivosti** (formati, oblika novic so standardizirani, oblikovani na način, da zadovoljijo pričakovanja občinstva in hkrati zagotovijo stabilnost za raziskovanje trga).
4. **Preračunljivost** (uporaba ratingov in fokusiranih skupin za opazovanje novinarskega nastopa in zagotovitev nadomestila za uredniško presojo) (Franklin v Atkinson 2001, 105).

Kljub vidnim spremembam profesionalna ideologija popularnega televizijskega žurnalizma sicer še vedno temelji na konceptu objektivnosti, zato se še vedno uporablja prepoznavne konvencije dokumentarno-realističnega političnega žurnalizma. Po drugi strani pa so televizijske novice čedalje bolj kramljajoč, družaben žanr, kjer je komunikacija pomembnejša od informacije (Luthar 1998, 11).

4.1 NOVICE KOT DEL VSAKDANJEGA ŽIVLJENJA GLEDALCA

Televizijski žurnalizem je torej del lokalne popularne kulture in zato moramo novice razumeti kot reprezentacije in ne kot »odsev dogajanja današnjega dne« oziroma prezentacije. S svojo

vsakdanjo rekonstrukcijo samozaupanja gledalcu nudijo zabavo ob gledanju in v njem zbujajo občutek, da je za nami dan, poln dogodkov. V nasprotju z gledalčevo prazno vsakdanjo eksistenco so oblikovane tako, da rutinizirajo naš vsakdanjik na način, da ga znova napolnijo z dogodki (Luthar 1998, 12).

Visoki deleži gledanosti novičarskih televizijskih programov nasploh so znamenje potrebe gledalcev, da redno spremljajo, povezujejo in analizirajo posamične dogodke znotraj družbenih, političnih, gospodarskih in drugih pretresov v družbi. V takšnih obdobjih se ljudje počutijo ogroženi in posamezniki podzavestno slutijo, da v ozkih krogih elit obstaja informacija več, ki bi jo radi dognali, da bi se pravočasno ubranili negativnih posledic. Množična občinstva so tako v takšnih obdobjih dovzetnejša za govorice in informacije medijev, ki jih prepoznavajo za verodostojne in zanesljive (Medved 1998, 19). Komercialne televizijske postaje pa so vsekakor našle uspešne načine, s katerimi svoje vsebine gledalcem podajajo kot verodostojne in kredibilne. Njihov navidezni umik iz visoke politike je v ospredje pripeljal stvarne in navidezne življenjske teme, ki so sicer res sestavni del vsakdanjega življenja, in kot kažejo deleži gledanosti, privlačijo še neko drugo stabilno skupino gledalcev (Medved 1998, 19).

Novice so tako postale del kulturnega diskurza, pri čemer določene kulturne konstelacije vzpostavljajo kot naravne, druge pa postavljajo zunaj zdravorazumskega vrednostnega sistema, pri tem pa nimajo posebnega odnosa do resnice. Sama podoba novic je tako postala za gledalca pomembnejša od vsebine, saj že sam pogled na novice v veliki meri določa njihovo popularnost (Luthar 1998, 11–25).

4.2 VODITELJ

*»Voditelji oddaj so nedvomno zaščitni znak vsake oddaje.
S svojim stilom, tempom in načinom govora, pisanja, vedenja in
oblačenja odločujoče zaznamujejo vsako dnevnoinformativno oddajo.«
(Perovič in Šipek 1998, 96)*

Danes so torej novice večinoma mešanica subjektivnega in objektivnega načina prezentacije, subjektivizacija novic pa je najbolj vidna v osrednji vlogi voditelja – osebnosti novic in njegovi komunikaciji z namišljenimi gledalci. Ta mešanica je na komercialni televiziji POP

TV rezultat dovolj načrtnega uredniškega premisleka o žurnalistični praksi pripovedovalca novic oz. adaptacija sheme teletabloidnih novic (Luthar 1998, 19). Voditelji s svojim subjektivnim poročanjem prispevajo k personalizaciji novic, s čimer pritegnejo občinstvo. Personalizacija ima tudi ekonomsko podlago in je torej vedno bolj marketinški, ne zgolj kulturni in tekstualni fenomen (Luthar 1998, 28–29). Načrtno oglaševanje in bolj ali manj nenačrtna promocija voditeljev v popularnih medijih sta tako neločljiva in komplementarna. Bolj kot je voditelj znana osebnost in bolj kot je uspešna karakterizacija njegove osebnosti, bolj uspešno se lahko uporabi za povečevanje gledanosti. (Luthar 1998, 28–29). Voditelji imajo z ekonomskega vidika torej isto vlogo kot zvezdniki na drugih področjih kulturne produkcije (glasbeniki, igralci, pevci ...), zvezdniki predstavljajo kapital in voditelji so investicija, ki prodaja novice (na POP TV in Planet TV pa je ta produkcija zvezd sistematična in zavestna tržna strategija) (Luthar 1998).

Ideal objektivnosti v novicah sicer zahteva neopaznost in anonimnost pripovedovalca, po drugi strani pa tabloidi potrebujejo pripovedovalca zgodb (Luthar 1998, 19). Uporaba voditeljskega para je še dodatno okrepila tovrsten način pripovedovanja novic, pri čemer voditelja uspešno prevzemata segment zgodbe (Tolson 2006, 70). Voditelj predvsem v napovedih televizijskih besedil z interpretacijami, komentarji in opazkami kaže svojo osebnost ter z odpovedmi, medklaci ter komentarji sestavlja in predstavlja svojo ideološko podobo sveta (Laban 2007, 27–28).

Prispevek dopisnice o hrvaški poslanki, ki slabo govori angleško.

Izjava poslanke v prispevku: »... Pipl mast trast as.«

(v prispevku nato sledijo izjave poslancev, ki njen izgovor večkrat ponovijo, vidimo veliko posmeha in napise PIPL MAST TRAST AS)

Dopisnica (zaključni prispevek): »Vsi jeziki držav članic so tudi uradni jeziki Evropske unije.«

(studio z voditeljema, ki se smejeta)

Voditeljica: »No, tudi kakšnemu našemu politiku bi lahko pripisali tale pipl mast trast as, ne? « (smeh)

Voditelj: »Jst mislim, da več kot enemu.«

Voditeljica: »Tako.«

(smeh voditeljskega para) (POP TV 2013, 12. marec)

Voditelj je naša garancija resnice, ki zbuja zaupanje in daje vtis poštenega človeka. Vendar pa je istočasno načrtno konstruiran kot vseveden, nepristranski in superprofesionalen (Luthar 1998, 19), kar je izrazito tako na POP TV kot na Planet TV.

Studijski intervju z etnologom Janezom Bogatajem o velikonočnih običajih.

Voditeljica: »Koliko pa se velikonočne jedi spreminjajo skozi čas in tudi kraj? Denimo juho Aleluja, jed siromakov, poznamo samo pri nas, pa potem Rimljani ne poznajo niti pirhov, niti potice, niti hrena. V Sloveniji danes jemo šunko, nekoč smo jagenjčka.«

Intervjuvanec: »To ste zdaj že vse povedala.« (Planet TV 2013, 30. marec)

Če so bili voditelji nekdanje le skromne figure, ki so brale novice, danes ni več tako. Spremenili so se v znane osebnosti, lokalne zvezde, ki svoje sekundarno življenje živijo v družabnih kronikah tabloidov (Luthar 1998, 19).

VROČE Marko Potrč in Lili Žagar pripravljena na predčasni porod (tocnoto.si)

SINČEK JE ... Edi Pucer prvič očka! (zurnal24.si)

Voditelj oz. voditeljski par je v središču televizijskega novinarskega diskurza (Morse 2004, 210). Vzdržuje in povezuje tok informacij, bere napovedi, odpovedi, vesti ter z najjavami prihajajočih besedil gledalca popelje do oglasnih blokov. Ima mitsko vlogo posrednika dogodkov, ki se z nami pogovarja, hkrati pa vzpostavlja vez med nami, tv organizacijo, reporterji na terenu in osebnostmi, o katerih govorijo novice (Luthar 1998, 20–21).

V Rimu zdaj pozdravljam Jerco Kos. Jerca, kaj se zdaj dogaja? (POP TV 2013, 11. marec)

Živa Ivačič pa spremlja razmere na Ljubljanskem barju. Živa, ali voda že kje ogroža stanovanjske hiše? (Planet TV 2013, 31. marec)

Voditelj je institucionalni glas, ki pri svojem upovedovanju novic uporablja zunanje glasove (reporterje, intervjuvance, anketirance idr.) in s kombinacijo teh dveh diskurzov (institucionalnega in zunanjega) konstruira vtis resničnosti, verodostojnosti, avtentičnosti in objektivnosti novic (Hartley 1992). Voditelj je tisti, ki sprašuje namesto nas, intervjuvanci (bodisi v studiu bodisi preko satelitske zveze) so nam dostopni le preko posrednika - voditelja. Ta strategija spraševanja v imenu navadnih ljudi omogoča gledalcem lažjo identifikacijo z voditeljem, saj le-ta postavlja vprašanja, ki bi jih, če bi imeli to možnost, postavili mi (Luthar 1998, 22).

No, kaj pa lahko pričakujemo ... (POP TV 2013, 20. marec)

Za konec pa še čisto na kratko samo še tole ... (Planet TV 2013, 30. marec)

Najpomembnejše sredstvo, ki ustvarja vtis posredniške vloge na televiziji, hkrati pa tudi vtis kompetence televizijskih osebnosti, verodostojnosti in objektivnosti izjav, je vizualna podoba voditelja. Cela vrsta vizualnih kodov voditelja personalizira. Mizanscena komunikacije v novicah, skupaj s celotno vizualizacijo dogodka gledalcu komunicira pomen, preden je sploh spregovorjena ena sama beseda (Luthar 1998, 24). Le manjšina občinstva (8 %) je pozorna na vsebino novic, 42 % na videz govorca in 50 % na način govora (Ewen v Luthar 1998, 24).

Lutharjeva (1998, 25–26) govori o treh značilnosti, ki prispevajo k personifikaciji voditelja:

1. Vizualna manipulacija novic (voditeljev status).
2. Metatekstualna identiteta voditelja kot nacionalne osebnosti (svoje sekundarno življenje ima v medijih).
3. Kramljajoča komunikacija z gledalci.

4.2.1 VODITELJEV PROSTOR KOT OSREDNJI JAVNI PROSTOR

Pomembno vlogo v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah ima tudi voditeljev prostor, ki je osrednji javni prostor, v katerem se vzdržujeta ter razkrivata moč in vpliv televizijske hiše kot institucije (Laban 2007, 27). Fiske (2003, 288–290) loči tri prostore okrog voditelja, ki delujejo fizično in simbolično, hkrati pa nakazujejo hierarhično vlogo voditelja:

1. Prvi prostor je prostor voditelja v televizijskem studiu, kjer je predstavljen kot avtoriteta, ki priznava verodostojnost podobam sveta, ki jih reprezentirajo novinarji.
2. Drugi prostor je prostor novinarja, ki je nekoliko oddaljen od studia in diskurzivno podrejen voditelju.
3. Tretji prostor sestavljajo glasovi – očitvidci in viri informacij, ki morajo biti pred objavo podvrženi diskurzivni kontroli, saj resnica obstaja le v studiu.

Na komercialnih televizijskih postajah je danes nekoliko drugače, saj so voditelji postali karizmatične osebnosti, ki v napovedih in odpovedih televizijskih besedil z interpretacijami, komentarji in opazkami kažejo svojo osebnost ter ideološko podobo sveta, kar ugotavlja že Labanova (2007, 27–28). Tudi strogih mej med prostori ni več, voditeljski par je namreč bolj tesno povezan z novinarji, ki se nahajajo v studiu, z reporterji na terenu, poročevalci iz tujine in voditelji ostalih rubrik. Voditeljski par pogosto vodi pogovor z več reporterji na terenu, kot pravi Lutharjeva (1998, 20–21), je torej posrednik, ki se z nami pogovarja, hkrati pa

vzpostavlja vez med nami, tv organizacijo, reporterji na terenu in osebnostmi, o katerih govorijo novice. Ko voditelji sprašujejo (goste, novinarje, reporterje idr.) v imenu gledalcev, pogosto izrazijo svoje mnenje, kar pa je seveda problematično z vidika objektivnosti, h kateri bi morali strmeti, saj se s tem, ko pokažejo svoje znanje in prepričanje, odmikajo od ključne naloge nevtralnega oz. objektivnega novinarskega poročanja.

Informativni programi danes vključujejo dialoge, ki niso intervjuji z javnimi osebnostmi, pač pa gre za izmenjavo dialoga med novinarji in voditelji, ki delajo za isto organizacijo. Govorimo torej o diskurzu, ki nastane, ko novinarji govorijo drug z drugim. Tovrstni pogovori so daleč od navzkrižnega zasliševanja in so bolj kooperativni, pogosto pa so uporabljeni kot način za pridobivanje informacij, seveda v dobrobit občinstvu (Tolson 2006, 61).

4.2.2 VLOGA REPORTERJA

Voditelj ima sicer osrednjo vlogo v novicah, saj si prisvaja vse »zunanje glasove« (Hartley 1992), vendar pa je v celotni naraciji novic pomembna tudi vloga reporterja. Ta ni več zgolj rutinski profesionalni poročevalec, pač pa je čedalje bolj poudarjena njegova vloga reporterja detektiva, ki se za nas bori med dobrim in zlom (Luthar 1998, 33). Izrazito vlogo reporterjev detektivov igrajo nekateri novinarji tako na POP TV (Luthar 1998, 34) kot na Planet TV.

Prispevek o novem ministrskem kandidatu.

Novinarka: »Pisal se je 28. marec 2013, ko se je v stranko Gregorja Viranta včlanil kandidat za novega ministra za infrastrukturo Samo Omerzel. Dan pred tem pa Virant o novem ministru le.«

Izjava (Gregor Virant): »To boste pa pravočasno izvedeli.«

Novinarka: »In smo izvedeli ...« (Planet TV, 30. marec)

Reporter detektiv ima tako glavno posredniško vlogo med varnostjo in nevarnostjo, poštenostjo in kriminalom, med posameznikom in institucijo ter med krivico in pravico. Tovrstna komunikacija gledalcu zadovolji željo po resnici, poštenosti in skrivnosti (Luthar 1998, 34).

5 TELEVIZIJSKI GOVOR

Televizijski (in radijski) govor je monolog pred nevidnim, umišljenim občinstvom, zato morajo televizijski voditelji svoj govor zasnovati kot nagovor posameznega gledalca (Goffman 1995, 137–138). Ta neposredni nagovor voditelja gledalcu ustvari občutek domačnosti, prisrčnosti in zaupnosti, hkrati pa pritegne njegov pogled in pozornost (Caldwell 1995, 27). Danes se tako srečujemo s številnimi »izbori« govora v medijih, katerih namen je pritegniti gledalca in poslušalca. Na radiu in televiziji se tako uveljavlja t. i. spontani govor, ki pa samo daje vtis nepripravljenosti. Medijski govorniki kot »javni modeli« namreč v javni govor vnašajo govorno »igro« in veliko vlogo v sodobnem javnem govoru ima navezanost govornega besedila na pisno predlogo (Tivadar 2011, 489), o čemer bo govor v nadaljevanju diplomske naloge.

5.1 GOVORNO BRANJE OZ. IGRANA SPONTANOST

Visoko personalizirane oblike neposrednega nagovora, v katerem se televizijski govorec nanaša sam nase kot tudi na svoje občinstvo, kjer »jaz« skupaj z »vi« oblikujemo kolektivni »mi«, spominjajo na značilne oblike radijskega pogovora (Tolson 2006, 71–72). Prav na radiu se je z željo po naravnem govoru, ki se v marsičem razlikuje od lektoriranega spikerskega govora, razvil izraz govorno branje (Pirc 2005). Tako sta na radiu in televiziji postala primarnost in naravnost zelo pomembna dejavnika, kar je glede na naravo govora povsem razumljivo (Tivadar 2011, 429). Zato se tip govornega oz. kot ga imenuje Tivadar (2011, 429) igranega (naravnega) branja samo še dodatno razvija, še posebej pri besedilih, ki so zapisana in imajo informativni pomen. Voditelj osrednjih informativnih oddaj, ki želi z mimiko in nejezikovnimi sredstvi sporočilo narediti »živo« in se tako odmakniti od pisnega jezika, čeprav je vse do potankosti zapisano, pa je najbolj tipičen primer tovrstnega branja in gledanja v kamero (Tivadar 2011, 492).

Voditelj večernih novic se mora torej za svoj javni nastop pripraviti, z branjem s pomočjo »TV bobna«, z gledanjem v kamero in oči gledalca pa daje vtis zaupanja, verodostojnosti in simpatičnosti (Tivadar 2011, 490). S tem simulira očesni kontakt, ki je značilen za vsakdanji pogovor, čeprav gre v resnici za enosmerni diskurz oziroma simulacijo diskurza na daljavo med virtualnim gledalcem in »govorečo glavo«, ki se pretvarja, da tistega, ki ga nagovarja, dejansko vidi (Laban 2007, 74). Ker je prepogosta uporaba »govorečih glav« televizijskih voditeljev za gledalce dolgočasna, je večina televizijskega novinarskega diskurza zgrajena kot vizualna in jezikovna sintagma (Bignell 1997, 122). Vizualna oblika neposrednega nagovora

od gledalca zahteva, da vstopi v namišljen odnos s podobo na televiziji (Laban 2007, 74). Tovrsten namišljen intimni odnos med gledalcem in televizijsko osebnostjo je moč najbolj zaslediti ravno v tabloidnih televizijskih dnevnoinformativnih oddajah, kjer je ta iluzija še pretirana (Morse 1998, 20).

Zagotovo ni dvoma, da so televizijske dnevnoinformativne oddaje govorjene, vendar so torej predhodno napisane in nato prebrane, pri tem pa zgolj posnemajo pogovorni stil (Laban 2007, 28). Določene značilnosti branega govora je sicer mogoče slušno zaslediti na podlagi stavčne intonacije (enakomerno padanje oz. naraščanje tona in jakosti), poudarkov (najpomembnejše besede), enakomerne hitrosti branja (manj je premorov kot pri ne branem govoru) in povsem tekočega govora (Tivadar 2011, 494). Če strnemo, so dnevnoinformativne oddaje veliko bolj jedrnate in jasneje strukturirane, kot bi bile v pravem pogovornem stilu (Laban 2007, 28).

Voditelji se torej zgolj pretvarjajo, da svoja besedila v spontanem pogovoru z gledalcem prosto govorijo, hkrati pa pri svojem pretvarjanju potrebujejo način, kako bodo svoj navidezno ne bran govor še dodatno poudarili – določene točne številke preverijo na listu papirja, ki ga imajo pred sabo na mizi ali računalniku (Laban 2007, 75–76). Ta konvencija »pogled dol« ohranja domnevo, da imajo voditelji svoja besedila popolnoma v oblasti (Coupland 2001, 424).

Vnaprej napisani monologi voditeljev in uporaba različnih vrst verbalnega nastopanja so le sredstva, s katerimi novice iščejo načine, da bi se povezale s svojo ciljno publiko (Tolson 2006, 70) in bile bliže poslušalstvu oz. gledalstvu (Pirc 2005, 153–159). Televizijske dnevnoinformativne oddaje so v nenehnem konfliktu med željo po čim večji neposrednosti ter izražanju avtoritete in reda, kompromis med njima pa je predvajanje vnaprej pripravljene besedila z gibljivi vizualnimi podobami, ki mu sledi neposredni vklop na prizorišče dogodka ter pogovor med voditeljem in novinarjem (Bignell 1997, 91). Da je tudi televizijsko besedilo pri neposrednem vklopu novinarja v dnevnoinformativno oddajo pripravljeno vnaprej, se strinja Labanova (2007, 91), ki bistvo tovrstnih vklopov razume kot »zvijačo«, s katero pri gledalcu ustvarijo vtis, da gleda dogodka, ko se dejansko dogajajo.

Če je konec 20. stoletja še deloma veljalo, da doseg govorjene besede ni ravno velik (Toporišič 2004, 704–705), pa se je danes spremenil odnos do govorjenega jezika (Tivadar 2011, 492–493). S pomočjo enostavno uporabljenih tehnoloških pripomočkov lahko govor

prilagajamo glede na pripravljeno pisno predlogo, s tem pa prihaja v ospredje tudi knjižni jezik in njegova različnost (Tivadar 2011, 492–493). V sodobnem času je v medijih pogosto nemogoče ločiti med javnostjo in zasebnostjo, kar je v mnogih medijih še spodbujano (resničnostni šovi): »In potem dobimo občutek, da je nepomembno, kako govorimo in kaj govorimo. Pomembno je, da govorimo naravno, spontano, zasebno, klepetno« (Tivadar 2011, 489–493).

5.2 IGRANI MEDIJSKI (JAVNI) GOVOR IN VSAKDANJI (ZASEBNI) GOVOR

V Sloveniji je začel sredi 70. let prejšnjega stoletja naraščati trend posnemanja vsakodnevnega (zasebnega) govora v radijskih programih. Pri tem sicer ne gre povsem za prenos vzorcev zasebne govorne prakse v javni govor, pač pa so te le izhodišče, kar pomeni, da medijski govor prevzema značilnosti vsakdanjega govora, vendar govorci nato ta govor prilagodijo (Lengar Verovnik 2010, 77).

O'Keeffe (2006, 1–4) govori o številnih podobnostih in razlikah med vsakdanjim pogovorom in medijskim govorom. Medijski (radijski in televizijski) govor je vnaprej določen tako z lokacijo kot z voditeljem, ki ima hierarhično vlogo, saj odloči, kdaj in kako bo »odprl« interakcijo, gledalec pa na to nima nikakršnega vpliva. Medijska interakcija je asimetrična, v kateri je jasno poudarjena moč voditelja, tj. predstavnika institucije. Medtem je v vsakdanjem govoru odnos moči med sogovornikoma simetričen, lokacija in kontekst izgovorjenih besed pa naključna (O'Keeffe 2006, 1–4). Kontekst in pogoji komunikacije (lokacija, izbor sogovornika, moč) sta torej pri vsakdanjem pogovoru in medijskem govoru povsem drugačna, ključne skupne lastnosti pa se odražajo v izgovorjenih besedah (O'Keeffe 2006, 5). Če lahko pri vsakdanjem govoru govorimo o spontanem govoru kot takem, pa to za medijski »igrani« spontani govor ne velja. Medijski govor v informativni oddaji je institucionaliziran govor, ki je nastop, in ne glede na to, kako pogovoren je, nikoli ne more biti običajen pogovor kot tak (Tolson 2006, 72).

Velik delež javnega govora se je spremenil v povsem igrani govor, kjer sta v ospredju situacija in komika, ki pa že po vsebini zahtevata nekodificirano obliko jezika, torej pogovorni in izrazito stiliziran, zaznamovan jezik (Tivadar 2011, 492).

5.2.1 ZNAČILNOSTI SPONTANEGA GOVORA

Ko govorimo o medijskem govoru, govorimo torej o igranem govoru, v katerem kramljajoča spontanost ni prepuščena naključju (Luthar 1998, 37). Voditelji dnevnoinformativnih oddaj zgolj posnemajo spontani govor, za katerega sicer velja, da udeleženci brez vnaprej pripravljenega besedila sproti tvorijo jezikovne manifestacije (Vitez 2008, 242). V resnici je spontani govor, predvsem zaradi »netekočnosti« govora, ki je posledica govorčevega sprotnega procesiranja govora pod časovnim pritiskom, pa tudi situacijskega konteksta, kaotičen (še posebej, če ga zapišemo) (Miklavčič 2008, 92).

Ker se torej pri spontanem govoru načrtovanje in izvedba izrekanja dejansko dogajata tukaj in zdaj, ima v primerjavi z vnaprej pripravljenimi besedili spontani govor dve ključni posledici (Vitez 2008, 244–250):

1. Odsotnost načrta (morfološka, skladska, leksikalna in pragmatična raven).

Odsotnost govorčevega načrta se v govoru kaže v obliki nezgoščeni govornih formulacij, ki jo predstavljajo naslednji pojavi:

- zaporedno nizanje diskurzivnih povezovalcev oz. mašil (*lej, ne vem, no, sej, ampak*);
- samopopravki in dodane strukture;
- sprotni komentarji lastnega izrekanja;
- specifičen besedni red (netipičen za pisna besedila), ponavljanje naslonk in poudarjanje zaimkov (Vitez 2008, 244–247).

2. Sprotno prilagajanje govorne produkcije reakcijam sogovorca.

V spontani govorni komunikaciji je govorec ves čas pripravljen svoje izrekanje prilagoditi naslovniku; kot najbolj tipični pojavi vzajemnega prilagajanja udeležencev se kažejo diskurzivni obrat, diskurzivna upočasnitev, mimetizem sogovorca (spremljanje sogovorca z medsebojnim mimetizmom na leksikalni in skladski ravni, s čimer pokažemo ne le vsebinsko ujemanje s sogovorcem, ampak nekakšno splošno ujemanje s sogovorcem), spremljanje glavnega govornika (*ja, mhm, mm, aha, aja, a res*) (Vitez 2008, 247–250).

Najpomembnejša sredstva koherence in kohezije spontanega govora so besedilni aktualizatorji, diskurzivni označevalci, napačni začetki, ponavljanja, popravljanja, premori in prekrivni govor (Miklavčič 2008, 92).

5. 3 KRAMLJANJE

Trend kramljanja na komercialnih televizijskih postajah oz. trend »naravnosti in živosti« se je začel že z oddajanjem v živo, pri nas pa se je to zgodilo s pojavom radijske postaje Val 202 (Tivadar 2008). Danes je »prijateljsko kramljanje« povsem običajno v slovenskih informativnih oddajah na komercialnih televizijah, predvsem ko prehajajo od zahtevnejših k lahkotnejšim temam (npr. od informativnih novic 24ur k Športu ali družabni kroniki POP IN). Voditelji večernih poročil »zadovoljno« kramljajo in obenem komentirajo (a manj uradno, pravzaprav zasebno), med glavnima voditeljema in/ali voditeljem oz. urednikom bolj sproščene rubrike je neko zasebno-javno vzdušje. S tem se vzpostavlja navidezno neformalen in prijetno domač vtis (Tivadar 2011, 489–490).

Prispevek o izgredu srbskih navijačev na rokometni tekmi.

Voditeljica po prispevku (skomigne z glavo): »Nič kaj športno obnašanje. Bomo pa s športom nadaljevali tudi mi (pogleda proti voditelju, ki se ji nasmehne), pred tem pa še povabilo h koncu oddaje in še enemu velikonočnemu običaju ...«

Voditelj (z umirjenim glasom): »Nataša, športniki (vzdihne). Imajo v teh prazničnih dneh kaj počitka?«

Voditeljica športa: »Ne, športniki ne poznajo počitka, mi pa tudi ne.« (Planet TV 2013, 30. marec)

Prispevek v rubriki POP IN o ameriški igralki, ki si želi svoje oprsje zavarovati za 5 milijonom dolarjev.

Voditeljica rubrike POP IN po prispevku (obrnjena proti voditeljskemu paru): »Ampak ne bi si jih sama zavarovala, čaka na povabilo zavarovalnice.«

Voditeljica: »Da ne bo stroškov, a ne?«

Voditeljica rubrike POP IN: »Tako je.«

(voditelj ju opazuje, se smehlja, roke ima sklenjene v naročju)

Voditeljica (z nasmeškom): »Hvala lepa, Polona.« (POP TV 2013, 11. marec)

Ob tem je treba poudariti, da so voditelji s slušno-vidnega vidika za gledalce neke vrste vzor oz. model, po katerem se zgledujejo (Luthar 1998, 24). V popularnih novicah se vedno pojavlja tudi konflikt med voditeljevo zavzetostjo in tipičnostjo na eni strani ter potrebo, da voditelj konotira avtoritativnost in objektivno nevtralnost super voditelja ter institucije, ki jo zastopa. Tako se pojavlja nasprotje med kramljajočim voditeljem kot našim človekom, ki sprašuje za nas, in nevtralnim super profesionalcem, ki je jedro »ideološkega učinka« novic zabave (Luthar 1998, 26). Oba diskurza, kramljajoči in nevtralni dokumentarno realistični, soobstaja in se izmenjujeta. Kramljajoči diskurz, sočutje, odnos s sočlovekom in dramatizacija se mešajo z neosebni lingvističnim kodom, vsevedno profesionalnostjo in vizualizacijo, ki konotira takojšnjost, realističnost in tehnološko sofisticiranost novic: hitri

tempo branja, profesionalna garderoba, hierarhični odnos med voditeljem in drugimi glasovi v novicah (Luthar 1998, 27). Connell (1998, 12–13) je, nasprotno od Lutharjeve, prepričan, da pogovorni in poročevalski diskurz v današnjih sodobnih medijih ne obstajata hkrati, temveč pogovorni diskurz vdira v poročevalskega in ga spreminja v »hibridni diskurz« – v kombinacijo opisovalne in pripovedovalne oblike.

Nasprotujoče si oz. dvojne lastnosti, ki naj bi jih imeli voditelji dnevnoinformativnih oddaj, lahko zaznamo tudi v učbeniških navodilih, ki govorijo o vlogi televizijskih voditeljev. Perovič in Šipkova (1998, 96–98) naštevata najbolj značilne zahtevane lastnosti voditelja: avtoritativnost, kredibilnost, jasnost, človeška toplina, izrazita osebnost, dober glas, prijetna zunanost idr.

Vodenje novic v paru (POP TV in Planet TV) velja za bolj prijazen stil televizijskega upovedovanja novic (Thompson 2005, 27), omogoča lažji prehod od tehtnih novic, ki zahtevajo objektivirano in nevtralno avtoriteto, k razvedrilnim novicam in manj pomembnim dogodkom, hkrati pa olajša spremembo diskurza in vloge voditeljev (Luthar 1998, 29–30). Na koncu novic se voditelja prelevita iz vloge voditelja profesionalca v vlogo prijaznega človeka, ki se skriva za televizijsko osebnostjo (Luthar 1998, 30).

Prispevek o gorilah v avstralskem živalskem vrtu, ki so jim pripravili velikonočno presenečenje.

Voditeljica: »No, čisto za konec pa še o tem, da je bila Velika noč praznik tudi za nekatere živali.«

...

Voditelj: »Gorilam so pripravili velikonočno jajce z njim ljubo hrano, z goriljim posladkom, lahko rečemo pokovko z rozinami.«

Voditeljica se obrne k voditelju: »No, posladek pa bo gotovo tudi jutrišnji še en prost dan.« (se nasmejita)

Voditelj: »Z vami bosta Živa in Marko.«

Voditeljica: »Lep večer in lep teden.«

Voditelj: »Nasvidenje.«

Voditeljica: »Srečno.« (Planet TV 2013, 31. marec)

Kramljanje je ob narativizaciji glavno sredstvo ustvarjanja »samoumevnih interpretacij« (Luthar 1998, 31). Poudarjena je voditeljeva vloga prekodiranja besedila, saj lahko gledalcem s spremembami glasu in izrazov na obrazu nakaže, kakšna vrsta besedila prihaja (Jacobs 1996, 384). Kodiranje pomena z obrazno mimiko in glasom voditelja pa je tudi najbolj

implicitna, najmanj očitna in hkrati najbolj učinkovita tehnika ustvarjanja pomena s kramljajočim dialogom (Luthar 1998, 31).

Prispevek o zvončkih.

Voditeljica (v kamero): »Ste vedeli, da so zvončki pravzaprav rastline zime in ne pomladi?«

(voditelja se spogledata in voditelj z obrazno mimiko pokaže začudenje)

Voditeljica (v kamero): »In letos temu res lahko verjamemo.«

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Drži.«

(voditelja se nasmejeta, voditelj prekriža roke, pogleda voditeljico, njegova obrazna mimika kaže, da ji verjame)

Voditeljica nadaljuje (z nasmeškom): »No, skoraj vse o zvončkih boste izvedeli takoj po športu in vremenu.« (se nasmeje in obrne proti voditelju) (Planet TV 2013, 31. marec)

Kramljajoči diskurz v novicah nam omogoča tudi, da novice obravnavamo humorno ali ironično, kramljajoče in jih na ta način tudi razumemo. Občinstvo mora pomen ironije vedno odkrivati za dobresednim pomenom teksta, tako da bere med vrsticami. (Luthar 1998, 32).

Prispevek o novi vladi Alenke Bratušek.

Novinarka (neposredni vklop v oddajo): »Še vedno je največja uganka ravno finančni minister, saj po vseh do sedaj zbranih podatkih, so tisti najbolj strokovno usposobljeni kandidati za finančnega ministra Alenki Bratušek rekli ne.«

Voditelj: »Morda pa bo kdo vendarle rekel da, a ne?«

(smeh voditeljskega para)

Voditeljica (v smehu): »Hvala, Suzana.«

Voditelj (z nasmeškom): »Hvala, Suzana.« (POP TV 2013, 12. marec)

Že uvodni pozdrav voditelja gledalcem lahko razumemo kot enega od načinov personifikacije nagovora, saj njegova simulacija pogovornega diskurza z gledalci poudarja učlovečenje novic (Allan 2004, 93).

Danes je Velika noč, največji krščanski praznik. Kako smo praznovali? (Planet TV 2013, 31. marec)

Kramljanje med voditeljem in impliciranim gledalcem je imitacija konverzacije, pri čemer je potrebno imitirati vtis navzočnosti voditelja, ki ga ni med nami (Luthar 1998, 32). Z vrsto znakov sta ustvarjena skupen čas in prostor: dramatizacija glasu, izmenjava pogledov med voditeljskim parom, humorno ironični pogledi v ekran, imenovanje sovoditelja in drugih članov ekipe z lastnimi imeni, modalnost itd. (Luthar 1998, 33)

Jerca, hvala.

Hvala lepa, Polona.

Hvala, Suzana. (POP TV)

Jasmina, hvala.

Nataša, kakšen pa je bil športni velikonočni konec tedna?

Z vami bosta Živa in Marko. (Planet TV)

Obstaja torej cela vrsta znakov, ki kažejo na to, da voditelj govori iz srca, je pošten, kredibilen, karizmatičen, z osebno privlačnostjo in popolnoma dostopno subjektivnostjo (Luthar 1998, 33). Voditeljeva kramljajoča neposrednost pa je strogo konvencionalno kodirana, noben vizualni kod ni prepuščen naključju (Luthar 1998, 37).

Televizijski govor, predvsem govor voditelja dnevnoinformativne oddaje, ima pomembno vlogo pri minimiziranju časovnih in prostorskih premikov med novinarskimi besedili ter posledično pri uokvirjanju dogodkov znotraj dogovorjenih kodov (Laban 2007, 63). Danes so dogodki upovedani znotraj referenčnega okvira osebne izkušnje in zdravega razuma (Luthar 1998, 8). Navidezno sproščeno kramljanje je pogosto komentiranje novic, oseb in prispevkov, s čimer voditelji postavljajo diskurzivni in miselni okvir, znotraj katerega gledalci razumejo posredovane informacije. Po mnenju Labanove (2007, 154) populistični diskurz, ki se pojavlja v napovedih in odpovedih novinarskih besedil, pogosto vodi v pretirane poenostavitve, ki z uporabo neknjižnih ali ljudskih besed že mejijo na žaljenje gledalčevega intelekta.

6 ANALIZA GOVORA VODITELJSKEGA PARA

Ko govorim o govoru voditeljskega para, govorim torej o igranem, vnaprej pripravljenem govoru, ki posnema spontani govor. Ugotavljala bom verbalne in neverbalne prvine oz. značilnosti branega govora in kramljanja ter razliko med govorom pri upovedovanju tehtnih in lahkotnejših vsebin.

6.1 OBRAVNAVANE TELEVIZIJSKE ODDAJE

Kriterij za izbor televizijskih oddaj je bila uporaba voditeljskega para v dnevnoinformativnih oddajah na komercialnih televizijah. Slednjih je v Sloveniji kar nekaj, vendar pa vodenje novic v paru poteka le na POP TV (24ur) in Planet TV (Danes).

6.1.1 24UR NA POP TV

Kot lahko preberemo na spletni strani POP TV (POP TV 2013a) 24ur.com, je oddaja 24ur »trend-setter« na področju novic. »Vedno korak pred konkurenti se je namreč prilagajala razmeram na trgu in okusom gledalcev. Z vse večjim obsegom zanimivih in verodostojnih informacij, novimi rubrikami, časovnimi premiki, strukturo informativnih blokov in novinarskih prispevkov, simpatičnim dialogom voditeljskih parov in všečnostjo podobe je postala glavni vir informacij in postavljala trende, ki so jim sledili ostali, tudi nekdanji vodilni konkurenti.« (POP TV 2013a)

Spremljamo jo lahko vse od leta 1995. Že od leta 2007 je na sporedu tudi oddaja 24ur zvečer, leto kasneje so na POP TV začeli s predvajanjem oddaje 24ur popoldne, leta 2010 pa so program dopolnili še z oddajo 24ur ob enih (ki jo sicer v letošnjem letu ukinjajo) (POP TV 2013b). Tako so gledalcem ponudili novice skozi cel dan, pri čemer ima ključno vlogo osrednja dnevnoinformativna oddaja 24ur, ki je na sporedu vsak dan (od ponedeljka do nedelje) ob 19. uri. Pet minut prej je na sporedu Vreme, ki mu sledi oddaja 24ur, in čeprav naj bi se glede na spored začela točno ob uri, se večinoma začne minuto prej, torej ob 18.59. Oddaja v celoti traja 60 minut, do 20. ure, od ponedeljka do petka se poleg novic z voditeljskim parom v njej zvrstijo še oglasi, Vreme, Šport in družabna rubrika POP IN. Čez vikend, ob sobotah in nedeljah, poteka nekoliko drugače, vodi jo le en član voditeljskega para. V soboto eden od para vodi osrednjo oddajo, drug pa rubriko TV Klub. V njej se iz posebnega studia javlja v oddajo, ko napove tematiko rubrike oz. pogovora z gosti. Poleg razlike v vodenju osrednje oddaje je čez vikend spremenjena tudi rubrika POP IN, ki v soboto ni na sporedu, v nedeljo traja dlje, voditeljica pa jo vodi stoje pred zaslonom. Od ponedeljka do

petka voditeljica oddaje POP IN namreč sedi za isto mizo kot voditeljski par. V nedeljo pa je del oddaje 24ur tudi zdravstvena rubrika Vizita.

Vreme, Šport in Vizita so od osrednje oddaje 24ur ločeni z oglasi oz. »jingli« in med voditelji omenjenih rubrik ter voditeljskim parom večinoma ni interakcije. Povezava med njimi je le napovednik voditeljskega para (na koncu oddaje) ter imenovanje voditeljev omenjenih rubrik z lastnimi imeni. Ob koncu oddaje je na sporedu POP IN, pri katerem voditeljica nima svojega ločenega studijskega dela (tako kot ga imajo voditelji Športa, Vremena in tudi Vizite), sedi za isto mizo kot voditeljski par. POP IN se vedno začne z ožjim kadrom voditeljice (bližnji plan), konča pa s širokim kadrom (total), v katerem poleg voditeljice sedi voditeljski par in med njimi (od ponedeljka do petka) vedno poteka sproščen pogovor.

Prispevek o prvi erotični knjigi Braneta Kastelica.

Voditeljica rubrike POP IN: »No in to je samo prva v njegovi erotični trilogiji.«

Voditelj: »To bo zanimivo branje.« (smeh)

Voditeljica: »Ja, če je Brane pisal, gotovo.« (smeh)

Voditelj: »Polona, hvala.« (POP TV 2013, 12. marec)

Voditeljski pari oddaje 24ur se izmenjujejo tedensko. Oddajo vodita Petra Kerčmar in Jani Muhič, drugi par pa sestavljata Darja Zgonc in Edi Pucer. Prav tako se tedensko izmenjujeta voditeljici rubrike POP IN Ota Roš in Polona Jambrek.

6.1.2 DANES NA PLANET TV

Medtem ko je POP TV s svojo oddajo 24ur na tržišču že 18 let, pa je Planet TV nova komercialna televizijska postaja, ki je začela oddajati 5. novembra 2012, ko je bila prvič na sporedu tudi oddaja Danes. Kot so zapisali na svoji spletni strani siol.net (Planet TV 2013a), je njihovo poslanstvo skrb za pestrejšo ponudbo trga: »Informativna oddaja DANES na Planet TV gledalcem posreduje kredibilne, preverjene in aktualne informacije ter gledalcem omogoči, da si sami ustvarjajo svoje mnenje. Osnovno vodilo ekipe DANES je hitro, sodobno in profesionalno.«

Dnevnoinformativna oddaja Danes je bila sprva na sporedu vsak dan ob 18.40, od 9. marca 2013 jo lahko dnevno spremljamo ob 19.30, traja 30 minut. V letošnjem letu so uvedli tudi kratke minutne bloke novic v živo, ki jih vodijo novinarji, 29. aprila pa še eno novost,

desetminutno informativno oddajo Danes, ki je na sporedu od ponedeljka do petka ob 16.30. Kratko in osrednjo dnevnoinformativno oddajo Danes vodijo že prepoznavni in uveljavljeni voditelji (in tudi novinarji), ki večinoma prihajajo iz javne RTV Slovenija, izjema je le Marko Potrč, ki je pred tem že vodil dnevnoinformativno oddajo na komercialni televizijski postaji, in sicer Svet na Kanalu A.

Tako kot na POP TV tudi na Planet TV novice vodi voditeljski par, ki se tedensko (od ponedeljka do nedelje) izmenjuje. Poleg Marka Potrča drug del para sestavlja Živa Rogelj, tedensko pa se izmenjujeta z Jerco Zajc Šušteršič in Tomažem Bratožem. Če smo do sedaj voditelje, ki prihajajo z javne televizije (Jerca, Živa, Tomaž), lahko spremljali kot resne, avtoritativne in jih spoznali zgolj s profesionalnega vidika (drugače je pri Potrču, ki je kot voditelj oddaje *Svet* polnil naslovnice tabloidov, predvsem s svojim partnerskim oz. družinskim življenjem z Lili Potrč, takrat novinarko iste oddaje), lahko na spletni strani Planet TV siol.net dobimo podroben vpogled v celotno življenje voditeljev oddaje Danes (rojstvo, otroške želje, kariera, družina, hobiji ...). Spletna stran POP TV 24ur.com nam medtem ponuja le podatke o profesionalni karieri voditeljev.

Jerca Zajc Šušteršič /.../ Tudi med najljubšo glasbo uvršča latinskoameriške izvajalce, na televiziji spremlja le informativne in dokumentarne oddaje, sicer pa med hobiji izpostavi predvsem šport – obvezno na svežem zraku. "Če drži, kar pravijo, da je smeh pol zdravja, ga je druga polovica pri meni šport," pove Jerca, ki še posebej rada plava in teče ter se z leto in pol staro hčerko Viktorijo Ano odpravi na Šmarno goro. Kariero namreč uspešno združuje z družinskim življenjem in se že veseli hčerkinih bratcev in sestic, ki še pridejo, ko projekt Danes na Planet TV dobro zaživi. (siol.net)

Sestavni del 30-minutne dnevnoinformativne oddaje Danes, ki »temelji na kratkem, dinamičnem in atraktivnem podajanju novic« (Planet TV 2013a), sta tudi Šport in Vreme. Voditelji športnih novic se nahajajo v istem studiu kot voditeljski par. Medtem ko voditelja sedita za mizo, voditelj/-ica Športa stoji ob stenskem zaslonu (wall). Športne novice napove eden od voditeljskega para, sledi širok kader (total), kjer v studiu poleg obeh voditeljev vidimo stoječega voditelja/-ico Športa. Eden od para naveže pogovor na športne vsebine, sledi obrat proti voditelju/-ici Športa, ki mu/ji zastavita vprašanje. Le-ta odgovori in nadaljuje z napovedjo športnih novic, medtem (pri drugi napovedi) sledi ozek kader (bližnji plan) voditelja/-ice.

Po prispevku o tekaškem maratonu:

Voditelj (v kadru vidimo njega in voditeljico): »No, vidte, od gospe Helene se lahko naučimo, kdo ima zadnjo besedo pri hiši, ne. Ženska.« (se smeji in odkimava z glavo)

Voditeljica (se obrne k voditelju, se smeji): »Če smo ravno pri športu (se obrne v drugo smer), Sabina (vidimo širok kader z voditeljico Športa, ki je obrnjena proti voditeljskemu paru), govorili bomo seveda o Planici, pa tudi nekaj o Formuli 1, vidim. Tam se je že zgodil nek mali škandal?«

Voditeljica Športa (obrnjena proti voditeljskemu paru): »Ja, res je. Sebastian Vettel je namreč kljub prepovedi svojega moštva prehitel moštvenega kolega in na koncu zmagal. No, (se obrne stran od njiju, vidimo ožji kader z voditeljico, ki je obrnjena neposredno proti kameri) več o tem pa seveda v športu že čez nekaj trenutkov, zato ostanite z nami.« (Planet TV 2013, 24. marec)

Po končanih športnih novicah (sledijo Vreme ali oglasna sporočila) voditelj/-ica gledalce vedno povabi k ogledu preostalega dela oddaje.

Voditeljica Športa: »Če ostanete z nami, pa boste po vremenu videli zanimive velikonočne običaje.« (Planet TV 2013, 30. marec)

Voditelji vremenske napovedi so studijsko ločeni od voditeljskega para, po Vremenu sledi kader z voditeljskim parom, eden izmed njiju pa se zahvali voditelju/-ici:

Voditeljica vremenske napovedi: »Preživite velikonočno nedeljo kar se da mirno.«

Voditelj: »Špela, hvala.« (Planet TV 2013, 30. marec)

Po Vremenu sledijo novice z lahkotnejšo vsebino, voditelja sta bolj sproščena, prijazna in dostopnejša.

Voditelj: »Čisto za konec še opozorilo. Ta noč bo za eno uro krajša. Ob drugi uri zjutraj bomo prišli na poletni čas in zato urne kazalce premaknili za eno uro naprej.«

Voditeljica: »V Sloveniji uro predstavljamo zadnjih 20 let, saj naj bi tako prihranili nekaj energije /.../ Uro sicer premikajo v 70 državah sveta, a ob različnih dnevih.«

Voditelj: »A da vas ne bomo zmedli.«

Voditeljica: »Mi bomo jutri z vami ob povsem enaki uri, ob pol osmih zvečer.«

Voditelj: »Vidimo se torej jutri.«

Voditeljica: »Lep večer in okusen velikonočni zajtrk.«

Voditelj: »Nasvidenje.«

Voditeljica: »Srečno.« (Planet TV 2013, 30. marec)

Voditeljski par oddaje Danes sedi za mizo (tako kot par v oddaji 24ur), vendar skozi oddajo hodita po studiu, eden od njiju stoji pred stenskim zaslonom, s pomočjo katerega razlaga vsebine novic gledalcem, drugi pa sedi za mizo. Med oddajo se lahko tudi zamenjata in pri novem prispevku voditelj, ki je sedel za mizo, razlaga pri zaslonu, drugi pa sedi. Voditeljskemu paru v studiu se pridružujejo gostje, ki sedijo z njima za mizo (gost je zasukan proti njima).

6.2 ANALIZA BRANEGA GOVORA

Ker voditeljski par ne govori spontano, temveč je njegov govor pripravljen vnaprej in nato prebran, pri tem pa voditelja posnemata spontani govor, me zanima, katere so tiste prvine spontanega govora, ki jih uporabljata. Nesmiselno bi bilo analizirati vse prvine, saj sta voditelja izučena medijska govorca, ki se zavedata pomembnosti svoje javne vloge. Pri igranem govoru načrtno uporabljata le nekatere prvine spontanosti, z namenom, da delujeta bolj domače oz. vsakdanje. Ker izhajam iz definicije A. Z. Vitez (2008, 244–250), ki našteva ključne značilnosti spontanega govora v primerjavi z vnaprej pripravljenimi besedili, bom znotraj teh lastnosti obravnavala tiste, ki jih uporabljata voditelja pri svojem govoru. Z vidika skladnje bi bilo nesmiselno analizirati samopopravke oz. popravljanja, ponavljanja, napačne začetke idr., saj se voditelja zavedata, da je njun govor le imitacija spontanega, pri katerem ne moremo govoriti o sprotnem govoru, ki se dogaja tukaj in zdaj. Smiselno je analizirati leksikalne prvine, ki ju vnašata voditelja (diskurzivni označevalci, prvine na jezikovni ravni oz. odstopi od knjižno jezikovne norme), stavčnofonetično podobo, ki prikazuje značilnosti branega govora (intonacija, poudarki, hitrost branja, tekoči govor), in neverbalne znake, s katerimi ustvarjata vtis navzočnosti in spontanosti (mimika, izmenjava pogledov, govornica telesa, kadri, vizualna podoba).

6.2.1 DISKURZIVNI OZNAČEVALCI

Diskurzivni označevalci (*veš, ja, aha*) imajo vlogo preverjanja pozornosti, hkrati pa so tudi sredstvo označevanja oziroma kazanja različnih vrst udeleževanja in pritrjevanja (Kranjc 1999, 65). Smolejeva (2004) diskurzivne členke kot besedilne povezovalce razdeli v dve skupini, ki se med seboj prepletata, in sicer na členke, ki opravljajo funkcijo modifikacije ter na členke, ki opravljajo funkcijo besedilnega povezovanja. Po Verdonikovi (2006, 6) so diskurzivni označevalci tista jezikovna sredstva, ki imajo predvsem pragmatično vlogo (so manj pomembni za posredovanje vsebine, informacij in predvsem pomembni za razvijanje medosebnih odnosov med sogovornikoma, za organiziranje poteka diskurza ipd.). Diskurzivni

označevalci lahko označujejo prehode med posameznimi tematskimi sklopi (*no, dobro, v redu, okej, prav*), prehod v zaključek pogovora (*dobro, v redu, okej, prav*), na ravni izjave pa označujejo popravljanje (*eee*) ali druge netekočnosti oz. spremembe v strukturi izjave (*eee*) (Verdonik 2006, 13–15).

6.2.1.1 24ur

Pri uporabi diskurzivnih označevalcev sem opazila nekaj razlik v samem govoru voditeljskih parov oddaje 24ur, predvsem pri prehodu na novo tematiko. Medtem ko jih Darja Zgonc in Edi Pucer redko uporabljata, saj prehode večinoma označujeta z vezniki *medtem ko, čeprav, ne samo* idr., pa drugi par, torej Petra Kerčmar in Jani Muhič, najpogosteje uporablja diskurzivni označevalec *no*.

Primeri veznikov, ki jih pri prehodu na novo temo uporabljata Darja Zgonc in Edi Pucer:

Ne samo zima, tudi letošnja sezona gripe in viroz je ...

Medtem ko nova koalicija še oblikuje novo vlado, SDS še naprej ...

Čeprav nas do uradne pomladi loči ...

Primeri diskurzivnega označevalca *no*, ki ga pri prehodu na novo temo pogosto uporabljata Jani Muhič in Petra Kerčmar:

No, zdej pa pogledjmo še enkrat v Črno na Koroškem ...

No, je pa že v prvem krogu veliki met uspel ...

No, junaki v drugem pomenu besede pa so naši tranzicijski tajkuni ...

Oba voditeljska para diskurzivni označevalec *no* pogosto uporabljata tudi znotraj samih napovedi, kjer prinaša neko dodatno informacijo, prav tako pri pogovoru z reporterji in

poročevalci iz tujine, kjer se pojavi na samem začetku vprašanja, ki ga voditelj zastavi reporterju oz. poročevalcu.

Primeri uporabe diskurzivnega označevalca *no* znotraj napovedi voditeljskega para:

... šov. **No**, pod odrom pa še ...

... mestno hišo. **No** in preden se je obračun v vladi ...

... **No**, še zadnji poskus ... **no**, se je pa minister ...

Primeri uporabe diskurzivnega označevalca *no*, ki ga voditelji uporabljajo pri pogovoru z reporterji in poročevalci:

No, kakšne pa bodo njegove naloge ...

No in še ena zanimivost, novi Papež ni bil kajne?

No, pri nas k sreči ... ne?

Zasledila sem tudi pogosto uporabo diskurzivnega označevalca *ja*. Voditelji ga uporabljajo predvsem za izražanje strinjanja oz. dodatno razlago. Primeri:

Ja, vse je enkrat prvič, tudi v Vatikanu.

Ja, vse oči so bile danes uprte ...

Ja, drug drugega obtožujeta ...

Pogosto diskurzivni označevalec *ja* za izražanje pritrditve uporabljajo reporterji, ki se s terena javljajo v oddajo in pogovarjajo z voditeljema. Eden od voditeljskega para reporterju zastavi vprašanje, na katerega novinar v večini primerov najprej odgovori pritrdilno:

Ja Darja, skeptiki se bojijo ...

Ja, Bratuškova je ...

Ja, res je. Kot smo izvedeli ...

Voditelja oddaje 24ur veliko komentirata, predvsem ko se končajo posamezni prispevki. Takrat se v njunem pogovarjanju pojavijo *tako, ja, res je*, ki nakazujejo medsebojno strinjanje. Primeri uporabe tovrstnih diskurzivnih označevalcev v komentarjih voditeljskega para 24ur:

Voditeljica: ... pa tudi o novi slovenski vladi, a ne?

Voditelj: **Tako**.

Voditelj: Upanje umre zadnje, a ne?

Voditeljica: **Res je**.

Voditeljica: Lepo jo je bilo videti in slišati, a ne?

Voditelj: **Ja, res**.

Pogosta je tudi uporaba diskurzivnega označevalca *zdaj*, in sicer v povezavi s časovno dimenzijo, ki jo izraža prislov *zdaj*:

V Rimu **zdaj** pozdravljam Jerco Kos.

Gremo **zdaj** ponovno v Državni zbor.

Zdaj pa še enkrat v Vatikan.

Redkeje sem opazila pojavljanje diskurzivnih označevalcev *mm*, *am*, *eee*, *eeem*, in sicer le takrat, ko je pri javljanju reporterjev oz. poročevalcev nastala nepredvidljiva situacija, v kateri voditelja nista mogla uporabiti svojega vnaprej pripravljenega govora, temveč sta ga morala prilagoditi. V teh primerih so torej diskurzivni označevalci pokazatelji netekočnosti oz. sprememb v strukturi izjav voditeljev:

Primer javljanja poročevalke v živo, ko so nepričakovano izvolili Papeža, čeprav voditelja napovesta, da novi Papež še ni izvoljen:

Voditelj: »... Dim je črn, kar pomeni, da voditelja niso izvolili (enakomerna hitrost govora), čeprav (upočasnen govor), meni se zdi, da je dim bel **eee**, no glasovanja (hitrejši govor) če je dim slučajno črn, se bodo ponavljala ...«

Poročevalka: »Tudi mi zdaj tukaj vidimo, da je dim res bel ...« (nadaljuje z opisom postopka, ki bo sledil, vmes pove, kdaj naj bi Papeža prvič videli na balkonu)

Voditelj: »Jerca, kdaj pa bomo videli novega Papeža, kdaj se bo pokazal na balkonu **eeem**, kdaj bomo videli, kdo sploh je?« (zastavi vprašanje, na katerega mu je poročevalka ravnokar odgovorila)

Poročevalka: »No, kot že rečeno ...« (ponovno ponovi) (POP TV 2013, 13. marec)

6.2.1.2 DANES

Na Planet TV oba voditeljska para diskurzivne označevalce (*no*, *tako*, *zdaj* itd.) pogosto uporabljata za označevanje prehodov med posameznimi temami, najpogostejša pa je uporaba diskurzivnega označevalca *no*, ki sem ga v vsaki oddaji večkrat zasledila. Primeri:

No, čisto za konec pa še o tem, da je bila Velika noč praznik tudi za nekatere živali.

Tako, zdaj pa se selimo ...

Zdaj pa dobra novica za vse voznike.

Diskurzivni označevalec *no* voditelja uporabljata tudi znotraj posamezne napovedi prispevka, ko govorita izmenjujoče, pri tem pa označevalec služi predvsem kot dodatna pojasnitev:

... ob zadnjih aferah s hrano. Slovensko meso ... **No**, drugače pa je z zelenjavo ...

... spoznalo za krive in jim izreklo zaporne kazni. **No**, na sodbo so se pritožili ...

... danes je namreč materinski dan ... **No**, biti mama je lepo, vendar ...

Diskurzivni označevalci omogočajo tudi preverjanje in zagotavljanje, da sta se sogovornika sporazumela. Pri tem lahko zaznamo povezanost diskurzivnega označevalca *ne, dobro, v redu* z diskurzivnimi označevalci *ja, mhm, aha, res je*. Na Planet TV opazimo tovrstno uporabo diskurzivnih označevalcev pri intervjujih v studiu ter pogovoru med voditeljema in reporterjem na terenu. Primeri:

Dobro. Naj ostane ...

Dobro, ampak vendarle ...

Mhm.

Res je. No, kakšna pa so ...

Pogosta je uporaba diskurzivnega označevalca *ja*, ki ga uporabljajo tako voditelji kot reporterji pri javljanju s terena. Po uvodnem vprašanju voditelja reporter pogosto odgovori pritrdilno z diskurzivnim označevalcem *ja*, nato pa nadaljuje poved. Primeri:

Ja, na Ljubljanskem barju so bregove že ...

Ja, poslanci so zeleno luč dali še ...

Ja, Tina je v rojstni kraj ...

Zasledila sem tudi uporabo diskurzivnega označevalca *zdaj*, ki ima poleg že omenjene vloge prehoda med tematikami tokrat drugo vlogo, povezano s časovno dimenzijo, ki jo izraža prislov *zdaj*:

Zdaj pa v studiu gostimo ... (pred tem je prispevek o isti temi, o kateri nato govori gost)

Zdaj pa pogledimo na Ciper ... (pred tem je prispevek o finančni krizi na Cipru)

Pri pogovoru med intervjuvancem v studiu in voditeljema, reporterjem na terenu in voditeljema ter med pogovorom voditeljskega para, ko eden izmed njiju stoji pred stenskim zaslonom (kjer besedilo upoveduje s pomočjo grafike, pri tem pa pogleduje proti sovoditelju, nato na zaslon in proti kameri), sem zasledila diskurzivna označevalca *eee* in *mm*, ki ju pripisujem temu, da je voditelj postavljen v situacijo, ko ima besedilo sicer vnaprej pripravljeno, vendar je obrnjen proti reporterju oz. intervjuvancu in teksta na bobnu ne vidi. Diskurzivna označevalca *eee* in *mm* tako označujeta netekočnosti oz. spremembe v strukturi izjave voditelja:

In v Tini na Koroškem je tudi naša novinarka Sanja Hrgota. **eee** Sanja, tam močno dežuje v tem trenutku ... (pogovor voditeljice z reporterko)

... **eee**, kaj pa je s simboliko ... (pogovor voditeljice z intervjuvancem v studiu)

...je mlajša za pet let. **Mm**, povprečna starost predlaganih ... (pogovor med voditeljema, ko voditeljica stoji pred zaslonom in je zasukana proti voditelju, nato pa se obrne neposredno proti kameri, med tem prehodom slišimo *mm*)

6.2.2 POIMENOVANJE ČLANOV ODDAJE Z LASTNIMI IMENI

6.2.2.1 24ur

Voditeljska para oddaje 24ur novinarje na terenu, ki se javljajo v oddajo, vedno poimenujeta z lastnimi imeni. Pogosto jih identificirata že pred javljanjem, ko jim zastavita vprašanje, prav

tako jih pogosto poimensko naslovita tudi med pogovorom, vedno pa se jim po koncu javljanja zahvalita. Primeri voditeljevih poimenovanj novinarjev na terenu z lastnimi imeni:

Pa tudi v Pozitivni Sloveniji so že ... Vera, kaj pa bodo ključne ... Hvala lepa. Še se bomo slišali, Vera (POP TV 2013, 13. marec).

Suzana, so se v Virantovi stranki ... Suzana, kaj pa dejstvo ... Suzana, hvala za enkrat (POP TV 2013, 13. marec).

In v Vatikanu je seveda tudi naša Jerca Kos. Jerca, zdaj ... Jerca, kdaj pa ... Jerca, hvala (POP TV 2013, 13. marec)..

Tudi novinarji na terenu voditelje pogosto naslovijo z lastnim imenom:

Torej Darja, to je ...

Darja, Edi.

Torej, res je Petra.

Z lastnimi imeni voditelja poimenujeta tudi voditelje ostalih rubrik (*Šport, Vreme, POP IN*) in novinarje, ki se nahajajo v studiu:

... Martin, kaj je bilo tako nujnega ...

... Podrobnosti ima Jana Morel.

Hvala lepa, Polona.

Voditeljski par, ki ga sestavljata Jani Muhič in Petra Kerčmar, pogosto z lastnimi imeni napove tudi novinarja, ki ga nato spremljamo v prihajajočem prispevku. Pri Darji Zgonc in Ediju Pucerju sem ta način poimenovanja novinarjev redko zasledila. Primeri:

... in danes seveda oba krivdo zavračata. Tanja Volmut (POP TV 2013, 19. marec).

... je dobil zeleno luč poslancev. Katarina Matejčič (POP TV 2013, 19. marec).

... je ujela policija. Več pa Jure Brankovič (POP TV 2013, 19. marec).

6.2.2.2 DANES

Tudi voditeljska para oddaje Danes pogosto poimenujeta ostale člane oddaje (sovoditelja, reporterje, novinarje, voditelje Športa in Vremena) z lastnimi imeni. Reporterje vedno poimensko naslovita, pred tem se obrneta na zaslon, kjer gledalci vidimo reporterja, nato pa mu zastavita vprašanje. Pri napovedih prispevkov pa voditelja pogosto napovesta vsebino, nato dodata še ime novinarja.

Primeri voditeljevih imenovanj novinarjev na terenu z lastnimi imeni, preden jim zastavita vprašanje:

Tam je tudi Anja Markovič. Anja, so ljudje ostali celo do koncerta? (Planet TV 2013, 23. marec)

Živa Ivačič pa spremlja razmere. Živa, ali voda že kje ogroža stanovanjske hiše? (Planet TV 2013, 31. marec)

In, Teja Šabor, minister Mahor, zdej že nekdanji minister, če se ne motim, do nadomestila plače ni upravičen, ga bodo pa dobivali nekateri ministri odhajajoče vlade? (Planet TV 2013, 25. marec)

Primeri imenovanj novinarjev z lastnimi imeni po koncu napovedi prispevka:

... odgovoril pa ni niti na to, na kakšen način se bo lotil sanacije bank. Gašper Petovar (Planet TV 2013, 19. marec).

... v bližini Žužemberka, kjer denarja za postavitev mrež, s katerimi bi ustavili zemljo, ni. Sanja Hrgota je bila tam (Planet TV 2013, 30. marec).

... Ukrepe nove vlade bodo ocenjevali šele po tem, ko bo ta dejansko kaj naredila. Erik Blatnik (Planet TV 2013, 20. marec).

Primeri imenovanj voditeljev Športa, Vremena in drugega voditeljskega para:

... Slovenci so danes vsaj tako navdušeno pozdravljali naše športnike, če ne slučajno še bolj, a ne Luka? (Planet TV 2013, 19. marec)

Sabina, kaj pa slovenski nogomet? (Planet TV 2013, 25. marec)

... in Marko, to je tista ... (Planet TV 2013, 20. marec)

Medtem ko se voditelja na POP TV novinarjem na terenu po prispevku zahvalita in jih poimenujeta z lastnim imenom, pa takšnega načina zahvaljevanja novinarjem na Planet TV ne uporabljajo. Pogosto pa se voditeljski par zahvali voditeljem vremenske napovedi in Športa:

Jasmina, hvala.

Špela, hvala.

Hvala, Nataša.

Voditelji s poimenovanjem novinarjev in drugih članov ekipe z lastnimi imeni le-te dvojno identificirajo, saj njihova primarna identifikacija praviloma vedno poteka prek vizualnih podob (telopov oz. napisov na TV zaslonu), z verbalnim imenovanjem pa jih še dodatno izpostavljajo in posebljajo.

6.2.3 NORME BRANEGA KNJIŽNEGA DISKURZA

6.2.3.1 24ur

Prvi del oddaje 24ur zajema resnejše teme, pri katerih je govor voditeljev večinoma tekoč, enakomeren in brez posebnosti oz. odstopov od knjižno jezikovne norme. V uvodnem delu se voditelja veliko pogovarjata z reporterji, ki se v oddajo javljajo z različnih lokacij. Pogovor je usklajen, tekoč, udeleženci drug drugemu pritrjujejo. Pri upovedovanju tehničnih vsebin se torej kažejo vsi znaki branega govora.

V posameznih primerih, ko so bile teme nekoliko lahkotnejše, vendar še vedno dovolj pomembne, da so bile uvrščene v prvi del oddaje (izvolitev novega Papeža, uspeh Tine Maze), pa je bil pogovor med voditeljema bolj sproščen, zasledila sem tudi znake spontanega govora, tj. prekrivni govor:

Po prispevku o novem Papežu:

Voditeljica: »In Teja (se obrne, vidimo novinarko pred stenskim zaslonom), ali je tudi ...«

Novinarka (obrnjena proti voditeljskemu paru): »No, glavna načela (se obrne proti kameri, ožji kader, novinarka govori v kamero) so revščina ...«

...

Novinarka: »Res je. Študiral je kemijo ... zanimivo, njegov navijaški klub (se obrne k voditeljskemu paru) se imenuje Santos oz. Svetniki.«

Voditeljica: »Tudi zelo zgovorno.«

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Zanimiv življenjepis, ne?«

Voditeljica: Hvala lepa, Teja.«

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Hvala.« (POP TV 2013, 14. marec)

Znaki spontanega govora se torej kažejo le v zadnjem delu pogovora oz. nastopa novinarke, ko le-ta zaključi s svojim branim govorom, voditelja pa nato pokomentirata upovedano vsebino, se ji zahvalita, pri tem nista obrnjena proti kameri, temveč proti novinarki, in takrat sledi prekrivni govor. Nato se obrneta proti kameri, nadaljujeta z branim govorom, kjer vsak upoveduje svoj del besedila in znakov spontanega govora ne zasledimo več.

Kot je za brani govor značilno, se voditelji pri upovedovanju vsebin držijo pravil knjižno jezikovne norme, zasledila pa sem tudi nekaj primerov uporabe prvin vsakdanje govornice (*zdej, prou, tejele*), in sicer med pogovorom voditelja z novinarjem oz. reporterjem ter med

prehodom na novo novico. Gre pravzaprav za dele govora, ki predstavljajo most med branim in prosto govorjenim govorom, zaradi česar se pojavljajo odmiki od knjižne izreke oz. oblikoslovja:

Primeri uporabe *zdej* namesto *zdaj*:

Zdej pa gremo pred SD ...

Zdej pa v Vatikan ...

No, zdej pa pogledjmo v Črno na Koroškem ...

... a se **zdej** zapleta pri zemlji ...

Primer izraza *tejle* v napovedi, ki jo voditelj prebere z resnejšim tonom:

Slovenski kontrolorji so po dvajsetih letih čakanja ... novo delovno okolje v **tejle** sodobni stavbi ... (POP TV 2013, 19. marec)

Primer uporabe *prou* namesto *prav* pri pogovoru voditelja z reporterko:

Ja, Vera, **prou** neverjetno je, kako se politika ... (POP TV 2013, 19. marec)

Zasledila sem primer, ki jasno nakazuje, da voditelj pri svojem vnaprej pripravljenem govoru sledi normam branega knjižnega diskurza, nato pa je zaradi nepričakovane situacije primoran svoj govor prilagoditi, in takrat se kažejo značilnosti spontanega govora. Gledalci so med govorom voditelja spremljali sliko v živo s prizorišča (izvolitev novega Papeža, slika dima iz kapele), med njegovim povsem tekočim govorom je prišlo do nepričakovane izvolitve Papeža in voditelj je moral svoj govor prilagoditi. Tema se je nato nepričakovano nadaljevala skozi celo oddajo, ko sta se morala voditelja ves čas nepripravljeno pogovarjati s poročevalko, in pri tem sem zasledila značilnosti spontanega govora (nepravilen vrstni red, premori, prekrivni govor, neknjižno izrazje), predvsem pri voditelju, ki se med oddajo ni uspel skoncentrirati.

Medtem pa so ostale napovedi voditeljskega para, ki so sledile med javljanji v živo in so bile pripravljene vnaprej, potekale brez posebnosti in v vseh je bilo moč razbrati značilnosti branega govora.

Voditelj: ... Dim je črn, kar pomeni, da Papeža danes niso izvolili, čeprav (upočasnjem govor), meni se zdi (premor), da je dim bel **eee, no**, glasovanja, če je dim slučajno (dvigne glas, hitreje govori) črn, se bodo ponavljala, dokler eden izmed kandidatov ne bo zbral večine (premor), **no** (upočasni govor), zdaj pa tudi iz režije potrjujejo, dim je bel, imamo torej novega Papeža (povzdignjen glas).«

...

Voditeljica (po pogovoru z reporterko): »Še se bomo torej slišali. Če ne prej, v naši večerni oddaji, ko bomo imeli bistveno več podatkov in bomo že vedeli ime.« (ne dokonča stavka, čigavo ime bomo izvedeli, v napisanem besedilu bi bila njena poved neustrezna)

Voditelj in voditeljica istočasno: »Zdaj pa znova« (se spogledata, ne vesta, kdo je na vrsti)

Voditeljica (gleda voditelja, upočasnjen govor): »Znova na (premor, mu pokima, voditelj z roko zamahne proti njen, ji prepusti besedo) domače politično prizorišče.«

Voditelj: »Tako je.«

Voditeljica (mu vskoči v besedo): »Nova nastajajoča vlada ne bo imela ... (gledata v kamero, enakomerna hitrost, tekoč govor, brez napak nadaljujeta napoved) (POP TV 2013, 13. marec)

Po štirih ločenih prispevkih (dogajanje v vladi, novi ministri, astronomi, snežne razmere):

Voditelj (resen): »Zdaj pa spet v Rim (voditeljica ga pogleduje z nasmeškom). Pred nekaj minutami se je iz dimnika sikstinske kapele (se nasmeje, ker se je prej zmotil) povalil bel dim, kar pomeni, da je Rimskokatoliška Cerkev dobila novega poglavarja (spet resen).«

(sledi javljanje reporterke po telefonu)

Voditeljica: »Jerca, hvala za zdaj. Seveda se bomo ponovno vrnili v Vatikan.«

Voditelj: »**Mamo** pa tudi druge zanimive zgodbe, takoj po oglasih.« (upočasnjem govor, je nasmejan, voditeljica ga pogleduje z nasmeškom). (POP TV 2013, 13. marec)

Po rubriki *POP IN*:

Voditeljica: »Hvala lepa Polona. Seveda pa še naprej spremljamo dogajanje v Vatikanu, kjer čakamo na besede (se obrne k voditelju, roke razpre proti njemu) habemus papam, a ne?«

Voditelj: »Tako je. Sicer pa bomo v (namesto o) evforiji, ki vlada v Vatikanu, govorili tudi v večerni oddaji. Pa tudi (se ustavi, obrne k voditeljici, stegne roko proti njen, zmotil se je, začel je brati njen tekst), **ja, oprost**.« (se nasmeje)

Voditeljica (obrnjena proti voditelju): »Pa tudi o novi slovenski vladi, a ne?« (še vedno gleda njena, mu pomaga sestaviti govor)

Voditelj: »Tako.«

Voditeljica (se obrne proti kameri): »Ki se ta trenutek še sestavlja.«

Voditelj (tekoče, hitro, glasneje): »V športu pa o Tini Maze, ki je zaradi ...« (POP TV 2013, 13. marec)

Da gre za vnaprej pripravljen in nato bran govor voditeljev, kažejo tudi napake pri samem upovedovanju besedil, ko voditelji nepravilno preberejo posamezno besedo, se tega zavedajo, jo še enkrat pravilno izgovorijo ter nadaljujejo z govorom. Gre torej za nadziran govor, saj tovrstnih popraviljanj v spontanem govoru sploh ne bi bilo. Tudi Verovnikova ugotavlja, da se govorci pri fonemskih in oblikoslovnih lapsusih ne popravljajo vedno, saj se na mestu, kjer bi bil potreben zgolj slovnični, ne pa tudi vsebinski popravek, zanašajo na poslušalca, ki bo opravil potrebno korekcijo ali inferiranje (Verovnik 2010, 240–241).

Primeri:

... tudi letošnja sezom, sezona gripe je ... (POP TV 2013, 14. marec)

... Korošica je pravi fenom, fenomen ... (POP TV 2013, 16. marec)

... se dogaja vzporedno z motokli, motociklističnimi ... (POP TV 2013, 17. marec)

To pa seveda skrbi tudi za nekatere (premor), to pa je skrb tudi za nekatere slovenske ... (POP TV 2013, 18. marec)

6.2.3.2 DANES

V prvem delu oddaje *Danes* so predstavljene resnejše tematike, kjer večjih posebnosti in odstopanj v govoru voditeljskega para nisem zasledila. Njun govor je tekoč, sledi knjižno jezikovni normi, nastop je brezhiben in skrbno pripravljen vnaprej, kar je opazno tudi pri uporabi kadrov. Voditeljica posamezni stavek pove v bližnjem kadru, se obrne in govor nadaljuje v širšem kadru (skupaj z voditeljem, srednji bližnji plan), govor ostaja tekoč, obrazna mimika pa povsem sovpada tako z govorom kot s kadrom.

Tudi v oddaji *Danes* sem zasledila primere, ko je voditelj zdaj zamenjal z *zdej*, kar pripisujem vplivu osrednjeslovenskega narečja. Prav tako kot na 24ur se je to zgodilo vedno, ko voditelj ni bil neposredno obrnjen proti kameri, temveč se je pogovarjal z reporterjem ali sovoditeljem, ki je stal pred velikim zaslonom.

Primeri:

No, **zdej** pa se selimo v Črno na Koroškem ...

Zdej pa lahko gremo od slik k besedam.

... minister Mahor, **zdej** že nekdanji ...

Pogosto se pojavlja tudi poudarjanje osebnega zaimka *mi*, ki bi bilo v zapisanem besedilu neustrezno. V večini primerov ga voditelja uporabljata kot prehod na novo temo in tudi za dokazovanje gledalcem, kaj so (skupaj z novinarji) počeli in kje so bili, z namenom, da gledalcem predstavijo vse pomembne dogodke. Primeri poudarjanja osebnega zaimka *mi*:

Mi pa bomo v zadnji minuti oddaje precej glasni ...

Mi bomo jutri ...

Bomo pa s športom nadaljevali tudi **mi**.

Mi smo bili na tekmi ...

Tudi v oddaji Danes sem zasledila minimalno število nepravilno prebranih in nato popravljenih besed, ki kažejo, da je govor voditeljev bran. Izjema je le Živa Rogelj, pri kateri so napake pogostejše, kar pripisujem temu, da nima toliko izkušenj v vlogi voditeljice dnevnoinformativne oddaje kot ostali voditelji, saj je na Planet TV prvič nastopila v tej vlogi. S tem se strinja tudi Rogljeva: »Sama sem imela najmanj kilometrine v smislu vodenja, zato se moram žal učiti na svojih javnih napakah.« (Rogelj 2013)

Primeri napak in popravkov voditeljice, ki jih v spontanem govoru ne bi popravljala:

... množica pozdrav (se popravi) pozdravlja ... (Planet TV 2013, 19. marec)

... ki ji mora zaupati (se popravi), ki ji morajo zaupati tudi ... (Planet TV 2013, 20. marec)

V Plamenici je bil (pogleda na list, premor) sanjski (poudari) zaključek sezone (nato nadaljuje suvereno) ... (Planet TV 2013, 24. marec)

6.2.4 STAVČNOFONETIČNA PODOBA

Stiki med jezikovnimi pojavnostmi v govoru niso zgolj posledica odvisnosti med posameznimi strukturami, temveč so tudi v tesni povezavi s koherenco govornega sporazumevanja kot končne osmislitve vsakršnega govornega dejanja (Vitez in Zwitter Vitez 2004, 7). Intonacija deluje kot strateška usmerjevalka po dinamiki smisla v govorni izmenjavi. Oblikujejo jo štirje akustični kazalci, to so osnovni ton, jakost, tempo, premori oz. tišine, in vsak izmed njih ima v govoru svojo nalogo, njihovo prepletanje pa v povezavi z drugimi jezikovnimi strukturami gradi govorčevo strategijo pri doseganju komunikacijskega namena (Vitez in Zwitter Vitez 2004, 8). »Nekatere napovedi rada povem hitro, druge počasi, s premorom, poudarkom, čustvom, posamezne zelo neosebno, saj znotraj vsake napovedi gradim dinamiko. Tako so moje napovedi znotraj ene same oddaje povsem različne, in sicer predvsem zato, ker so seveda tudi teme različne. Neko podajanje informacij o tem, kaj so se dogovorili v vladi, je dokaj neosebno, medtem ko lahko v vse druge stvari dodaš veliko več čustev, kar pa zagotovo zahteva tudi drugačno dinamiko. Vsekakor ne moreš vse napovedi prebrati na isti način.« (Rogelj 2013)

Kot ugotavlja tudi Verovnikova (2010, 181), stavčnofonetične prvine torej niso zgolj obrobne, temveč celo ključne prvine analize spontanega govora: »Njihov pomen postane jasen vsakomur, ki bi primerjal transkripcijo brez kakršnihkoli prozodičnih oznak in posnetek transkribiranega govora. Kar se na papirju zdi nekoherenten niz nedokončanih skladijskih zgradb z neustreznim besednim redom in slovničnimi napakami, je lahko ob poslušanju sporočilo, ki je povsem zadovoljivo izpolnilo svoj komunikacijski namen.«

6.2.4.1 24UR IN DANES

Stavčnofonetična podoba sporočila je torej pomemben dejavnik, ki nam pomaga razumeti smisel upovedanega besedila. »Tudi vseh pravljic svojim otrokom ne beremo v istem tonu. Zato skušam v posamezno napoved dodati čustva, vendar pod tistim nivojem, čez katerega ne smeš iti. Včasih tako kar malce oponašam igralce, ker se mi zdi smiselno imeti različno dinamiko in podtone. Zagotovo ne bom nikoli, res nikoli v življenju na isti način prebrala besedilo, ki govori o tem, kaj se je zgodilo v vladi ter novico, da je oče ubil štiri otroke.« (Rogelj 2013)

Poudarjene besede so sicer tiste, ki so vsebinsko najpomembnejše, ali pa tiste, ki nas čustveno vznemirjajo, vendar pa je od vsakega govorca posebej odvisno, katere besede bo poudaril

(Toporišič 2004, 541–542). Kaluža (1982, 23) ob tem dodaja, da sicer res poudarimo to, kar nas najbolj vznemirja oz. se nam zdi najbolj pomembno, vendar pa to drži le v primeru, kadar govorimo o govorniku, ki neposredno ubeseduje govorno sporočilo, medtem ko v primeru uresničevanja ubesedenega sporočila to ne velja povsem.

Tako na POP TV kot na Planet TV sem zaznala slušne prvine, ki so značilne za brani govor: enakomerno naraščanje in padanje tona ter jakosti, poudarki, enakomerna hitrost branja, povsem tekoči govor idr. Pri vseh voditeljskih parih ton enakomerno narašča (pri upovedovanju resnejših vsebin, na primer pri političnih temah, ko razlagajo, kdo je česa kriv, se ton govora dviguje, s čimer stopnjujejo pomembnost dogajanja) oz. pada (pri resnejših temah, kot so npr. snežne razmere na cestah, zaznamo njihovo zaskrbljenost). Hitrost branja pri vseh voditeljih je povsem enakomerna (zelo malo je premorov med branjem), njihov govor je tekoč in jasno strukturiran. Pogosto poudarjajo posamezne besede in v večini primerov se poudarki ne pojavljajo samo glede na pomensko težišče, temveč so del voditeljevega razmerja do povedanega, s katerimi ustvarja dinamiko znotraj posamezne napovedi.

Primeri poudarkov v oddaji Danes, s katerimi voditelj vzpostavlja dinamiko:

Toda najožje vodstvo te stranke in poslanci se s kandidatom še niso srečali in ga ne poznajo. Zato so se pojavila vprašanja, ali za Omerzelom morda stoji Gregor Golobič, ki si je nekoč že prizadeval za nadzor nad telekomunikacijami (Planet TV 2013, 30. marec).

Po več kot sedmih letih iskanja so se strokovnjaki končno odločili, katera izmed 11 možnih tras za obvoznico Škofljica je najboljša. Dolgih sedem let je torej trajal le izbor, a to še ne pomeni, da bo ta obvoznica dejansko zgrajena (Planet TV 2013, 18. marec).

Primer v oddaji 24ur:

Vera, hvala. No, našeta imena niso uradna, mandatarka, kot rečeno, v Državni zbor še ni vložila seznama ministrskih kandidatov (POP TV 2013, 14. marec).

Težko je medsebojno ločiti stavčnofonetične prvine, ki jih uporabljajo voditelji, saj so vse tesno povezane med seboj in slednji jih skupaj z neverbalnimi znaki spretno uporabljajo pri prepričevanju, da govorijo prosto, neposredno gledalcem. Že v prejšnjih poglavjih analize sem skušala v oklepajih prikazati, kaj se v govoru voditeljev dogaja s stavčnofonetičnimi prvinami, saj je bolj smiselno analizirati stavčno podobo tudi v povezavi z odstopanjem od knjižno jezikovne norme, s čimer sem lažje predstavila celotno dogajanje v samem govoru. Tako sem že v zgornjih poglavjih analize prikazala, katere prvine branega govora se pojavljajo, kadar je govor voditeljev tekoč in sledi vnaprej pripravljenem besedilu, ter tudi, katere prvine spontanega govora se pojavijo, kadar pride do nepričakovanih sprememb v besedilu (premor, upočasnen govor, prekrivni govor).

Na Planet TV pa uporabljajo še dodaten znak, ki kaže, da je njihov govor pripravljen vnaprej. In sicer je to uporaba bližnjega kadra, ki nastopi, kadar voditelj govori o pomembnih temah, pri čemer tudi dvigne glas, poudarja posamezne besede, njegova obrazna mimika pa jasno nakazuje njegovo zaskrbljenost, jezo ipd. S tovrstnimi kadri, stavčno intonacijo, poudarki in obrazno mimiko zagotovo pritegnejo pozornost gledalca.

6.3 ANALIZA KRAMLJANJA

*»Biti sproščen do zdrave mere je prav,
ker si povabljen k nekemu v dnevno sobo.«
(Muhič 2013)*

6.3.1 24ur

Kramljajoči diskurz je prisoten v vsaki oddaji 24ur, in sicer sem ga v posamezni oddaji večkrat zasledila. Vedno je prisoten ob koncu oddaje, ko voditeljski par kramlja z voditeljico rubrike POP IN. Pogost je tudi v drugem delu (po 30. minuti), ko sledijo lahkotnejše teme, v nekaj primerih sem ga zasledila tudi v prvem delu oddaje, v kateri so predstavljene resnejše tematike, prav tako je prisoten v prvem delu, ko so teme lahkotnejše, vendar pa so zaradi svoje aktualnosti uvrščene na začetek oddaje (uspeh Tine Maze).

Primeri vsakdanjega kramljanja voditeljskega para z voditeljico rubrike POP IN:

Rubrika se zaključí z informacijo o tem, da so ženskam najbolj všeč uniforme gasilcev in vojakov:

Voditeljica rubrike POP IN (obrnjena proti voditeljskemu paru): »In na tretjem mestu so seveda voditelji.«

Voditelj (jo gleda, začuden): »Ja kje si pa to prebrala, Ota?«

Voditeljica rubrike POP IN: »Eee, izmislila sem si.« (smeh)

Voditeljica: »A morš res ves čas lagt?«

Voditeljica rubrike POP IN: »Bela laž, Petra, te so dobre.«

(smeh vseh treh voditeljev)

Voditelj: »Dovolj, dovolj tračarjenja (umirjen glas). Hvala lepa. Pojdimo raje k preverjenim rečem. V (ožji kader, samo voditeljski par, gledata neposredno v kamero, oba sta resna) oddaji Preverjeno ...« (POP TV 2013, 19. marec)

Rubrika se zaključi z izjavo voditeljice o tem, da je bodoča žena Michaela Jordana končno podpisala predporočno pogodbo:

Voditeljica rubrike POP IN (obrnjena proti voditeljskemu paru): »In ji vseeno ne bo hudega, če se ločita, ji za vsako leto zakona pripada milijonček.«

Voditelj (obrnjen proti voditeljici POP IN-a): »Ja, milijonček, res ji ne bo hudega, sicer pa se mi zdi (se smeje), da bo še vedno prišel bolje čez, kot rečeno po domače, kot pa s tisto bivšo (se obrne k sovoditeljici), kulk ji je že mogu dat?«

Voditeljica (proti voditelju) »150 milijonov (se obrne k voditeljici rubrike POP IN), Ota?«

Voditeljica rubrike POP IN: »Ja, nekaj takega, dobrih 150 milijonov.«

Voditeljica: »Dobrih.«

Voditelj: »Dobro. Ota, tebi pa hvala za enih 150 besed al pa 1000 besed.«

(smeh vseh treh voditeljev)

Voditeljica: »Hvala lepa.« (voditelja se obrneta proti kameri, ožji kader)

Voditelj: »No, v naši večerni oddaji ... (tekoč govor)« (POP TV 2013, 21. marec)

Opazila sem nekaj izjem, ko voditeljski par z voditeljico rubrike POP IN ni pokramljal, in sicer se je to zgodilo takrat, ko jih je v oddaji preganjal čas, saj je prišlo do nepričakovane situacije in sta se voditelja morala med oddajo večkrat v živo javiti na različna prizorišča (izvolitev novega Papeža, rezultati županskih volitev v Mariboru, sestava nove vlade). V teh primerih je voditeljski par voditeljico rubrike POP IN hitro odslovil, ne glede na to, s kakšnim stavkom je zaključila. Slednja jima je namreč v vseh primerih ponudila iztočnico za pogovor, vendar pa sta se ji le zahvalila. Voditeljica tako ni imela nikakršnega vpliva na njiju.

Primeri iztočnic za pričakovan pogovor med voditelji, ki jim ni sledilo kramljanje:

Pred rubriko POP IN sta se voditelja nepričakovano vklopila v parlament, nato sledi POP IN, ki se zaključi s prispevkom o tem, da je britanska princesa Kate dobila brezplačni žeton za vožnjo z novo podzemno železnico:

Voditeljica rubrike POP IN (obrnjena proti voditeljskemu paru): »Roko na srce, verjetno ga ne bi nikoli porabila.«

Voditeljica: »Zanimivo, hvala lepa, Ota.« (na hitro jo odslovi, tudi beseda zanimivo je zgolj dodana brez pomena, bolj ustrezna bi bila *zagotovo* ali pa *res je* ipd.)

Voditelj: »Hvala.«

Voditeljica: »Gremo k napovedi ...« (POP TV 2013, 20. marec)

Primer, ko med oddajo nepričakovano izvolijo novega Papeža in se voditelja skozi celotno oddajo vklapljata v Vatikan. POP IN se zaključí s prispevkom o nastopu skupine Perpetuun Jazzile:

Voditeljica rubrike POP IN (obrnjena proti paru): »No, zapeli pa so pesem skupine Van Hallen, Jump.«

Voditeljica: »Hvala lepa, Polona. (ožji kader). Seveda pa še naprej spremljamo dogajanje v Vatikanu ...« (POP TV 2013, 13. marec).

Zasledila sem tudi zanimiv primer, ki pravzaprav dokazuje, da voditeljici rubrike POP IN voditeljskemu paru ponujata preišljene iztočnice za pogovor in smiselni prehod na novo temo (najpogosteje sledi Šport):

POP IN se zaključí z izjavo voditeljice, da je knjiga Pippe Middleton neuspešna, prav tako pa jo je odpustil založnik:

Voditeljica rubrike POP IN (obrnjena proti paru): »In minili so časi, ko je punca lahko letela na krilih svoje sestre. Kako sem vama dala zdej krasno iztočnico.«

Voditeljica: »Absolutno, za dogodke naprej (nakazuje z rokami) v športu.«

Voditeljica rubrike POP IN: »Imam še eno. Kraljica Planica.«

(smeh vseh treh voditeljev)

Voditeljica: »Bravo.«

Voditelj: »Bravo, Ota.«

Voditeljica rubrike POP IN: »A ne? Sej vem.«

Voditelj: »Hvala, Ota.«

(smeh vseh treh voditeljev)

Voditeljica (v kamero): »Ja, res je (ožji kader). Izvedeli boste vse podrobnosti o tekmi ...« (POP TV 2013, 22. marec)

Primeri kramljanja med voditeljskim parom v drugem delu oddaje, ko sledijo lahkotnejše teme in voditelja po prispevkih pogosto pokramljata:

Po prispevku o uspehu slovenskega podjetja Cosylab:

Voditelj: »Še ena slovenska zgodba o uspehu torej.« (govor je upočasnjen, je nasmejan, se obrne k voditeljici)

Voditeljica (gleda voditelja in mu kima): »Lepo jo je bilo videti, a ne?«

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Ja (se obrne proti kameri), res.«

Voditeljica (nadaljuje v kamero): »No, zgodbo o uspehu pa piše tudi kanadska (dvigne glas, hitrejši govor) pevka Nelly Furtado ...« (POP TV 2013, 14. marec)

Po prispevku o gospe, ki so ji v vrtcu pripravili praznovanje stotega rojstnega dne, prispevek se zaključi z izjavo vzgojiteljice »Če nisi poročen, živiš sto let«.

Voditeljica (gleda voditelja, se smeje): »No, zaenkrat sva na dobri poti.« (glasen smeh)

Voditelj (proti voditeljici): »Če pa si, doživiš še kaj več, morda?«

Voditeljica (proti voditelju): »Potem bo treba kej spremenit, ne? Zdaj pa (v kamero) resno obvestilo (oba se povsem zresnita). Zaradi naraščanja števila obolelih z okužbami dihal ... (nadaljujeta tekoče, resno, neposredno v kamero)« (POP TV 2013, 15. marec)

Napoved zadnjega dela oddaje:

Voditeljica (v kamero, tekoče, enakomerna hitrost): »In tudi smeh je, pravijo, pol zdravja. In tega obljubljata Vid in Pero v svojem ... razkrivamo pa tudi njuno prvo gostjo. Je velika dama, fotografom ne kaže desnega profila in napolnila je Stožice. Skriti gost pa (se obrne k voditelju, zniža glas, upočasnjen govor), Jani, morda ti kej več o tem?«

Voditelj (gleda navzdol, zelo hitro govori): »Jst nism nikoli nč na črno gradil, mam vse papirje.« (ironija na prispevek o črni gradnji novega ministra, ki je bil na začetku oddaje)

Voditeljica: »No prou, bomo videli in preverili, seveda.« (se obrne proti kameri)

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Prsežem.«

Voditeljica (nadaljuje): »Pustimo se presenetiti. Tako kot se seveda tudi pri vremenu. In Katja Jevšek ima besedo.« (se naglas smeje) (POP TV 2013, 22. marec)

Primer kramljajočega diskurza med voditeljema v prvem delu oddaje, ki se začne s prispevkom o uspehu Tine Maze. Reporter se v živo javlja v oddajo in prehitro napove Tinin govor, saj je še ni na odru, zato voditelja kramljata med seboj, napovesta druge prispevke, med katerimi pa se nato večkrat vklopita na prizorišče:

Po uvodnem prispevku o Tini Maze in javljanju reporterja v živo:

Voditeljica (se smeje): »Čakamo.«

Voditelj: »Čakamo, ja. Gašper, hvala lepa. Jst sm prepričan, da treninga, da pride na oder, ne potrebuje, ne? Zagotovo se še ... Petra, izvoli.«

Voditeljica: »Hvala lepa. No, niti vreme torej Slovencev ni ustavilo ...« (POP TV 2013, 18. marec)

Po prispevku o dogajanju v vladi:

Voditelj (obrnjen proti voditeljici): »Petra, zdej pa bo.«

Voditeljica (proti voditelju): »Tako je (se obrne proti kameri). Tina je v tem trenutku namreč stopila na oder in gremo neposredno s sliko seveda tja. Gašper?«

...

Voditeljica (proti voditelju): »No, na govor Tine (se nasmeji) bo vseeno treba še počakati (se obrne proti kameri).«

Voditelj (ji vskoči v besedo): »Glede na to, koliko je uspehov, veš.«

Voditeljica (mu vskoči v besedo): »Tako.«

Voditelj (nadaljuje): »Je treba vse naštet.«

Voditeljica (mu vskoči v besedo): »Bravo.«

Voditelj (nadaljuje): »Mi pa zdajle še enkrat pogledimo v parlament (sta resna). Več ur je ...« (POP TV 2013, 18. marec)

Kramljanje je torej pogosto prisotno skozi celotno oddajo. Večinoma je povsem tekoče, voditelja smiselno sledita drug drugemu, besede sovoditelja ju ne presenetijo, kar nakazuje, da je njun medsebojni pogovor pripravljen vnaprej. Vendar pa lahko zasledimo tudi prekrivni govor, kar kaže tudi na to, da je v posameznih primerih njun pogovor spontan, s čimer se strinja tudi voditelj oddaje 24ur Jani Muhič (2013): »Pogovor s sovoditeljico je včasih v celoti dogovorjen, včasih pa je dogovorjena le tema.« Nekoliko drugače je pri kramljanju voditeljskega para z voditeljico rubrike POP IN, saj jo voditelja s svojimi besedami pogostokrat presenetita. Zagotovo je vnaprej pripravljena iztočnica oz. zadnji stavek, s katerim zaključi voditeljica rubrike POP IN, saj voditeljski par nanjo smiselno odreagira in ga vedno takoj pokomentira. Tudi Muhič (2013) priznava, da s sovoditeljico že pred začetkom oddaje iščeta odgovore na iztočnico voditeljice POP IN-a: »Če rubriko POP IN zaključijo s kakšno nenavadno, hecno informacijo, se je okleneva kot klop kože in že pred oddajo, a le, če je čas, iščeva odgovore nanjo.« Vendar pa dodaja, da nadaljnji pogovor med njimi ni pripravljen vnaprej, kar po mojem mnenju dokazuje tudi dejstvo, da voditeljski par pogosto preseneti voditeljico POP IN-a, ki v posameznih primerih svoj odgovor ni znala smiselno oblikovati in pokazali so se znaki spontanega govora. »Pogostokrat je ta pogovor res spontan. In tu je treba biti še posebej previden, da v vsej spontanosti ne uide kakšna neumnost, vsebini neprimerna misel, ki nima mesta v informativni oddaji.« (Muhič 2013)

Primer prekrivnega govora, ko je voditeljica osrednje oddaje 24ur vskočila v besedo voditeljici rubrike POP IN, ki tega ni pričakovala:

Po prispevku o novi oddaji Petra Polesa in Vida Valiča, ki se zaključijo s smešno izjavo Polesa:

Voditeljica rubrike POP IN (proti voditeljema): »Za konec pa ,,«

Voditeljica (se začne smejati in ji vskoči v besedo): »Živčni so, živčni.«

Voditeljica rubrike POP IN (nadaljuje): »Ja, so. Seveda, zakaj pa ne. Zdrava trema. eee (premor, voditeljica jo je presenetila, ne ve, kako naj nadaljuje, gleda v liste na mizi, voditeljski par jo gleda in čaka), za konec pa imamo še novico iz, ki so nam jo sporočili iz Gostilne pri Šefu, in sicer za Veliko noč pripravljajo posebno velikonočno razvajanje.« (POP TV 2013, 14. marec)

6.3.2. DANES

Kramljajoči diskurz voditeljskega para je prisoten tudi v vsaki oddaji Danes. Najpogosteje ga voditelja uporabljata za prehod na novo temo, predvsem od resnejših k lahkotnejšim temam.

Primeri:

Po koncu prispevka o izvolitvi novega Papežu in prvi maši, ki jo je spremljala velika množica:

Voditeljica: »No, to, da množica (se obrne k sovoditelju) pozdravlja človeka, ki ga obožuje, smo videli tudi danes v Sloveniji (pogleda sovoditelja, pokima z glavo), ne?« (je nasmejana)

Voditelj: »Res je. Z vsem potrebnim spoštovanjem do Papeža (nakazuje z rokami), ampak Slovenci so danes vsaj tako navdušeno pozdravljali naše športnike (se obrne in vidimo širok kader z voditeljem športa), če ne slučajno še bolj, a ne Luka?« (Planet TV 2013, 19. marec)

Po koncu vremenske napovedi:

Voditelj: »Mam skoraj občutek, da je april letos prišel zelo zgodaj, takšno (miga z rokami) mešano vreme imamo.« (se nasmeje)

Voditeljica (z nasmeškom): »Čisto drugačno mešanje pa so si privoščili v Kranjski Gori. Tam poteka državno prvenstvo v mešanju pijač.« (Planet TV 2013, 19. marec)

Voditelja pogosto zadnji prispevek sproščeno pokomentirata v svoji odpovedi oddaje oz. ga uporabita kot iztočnico pri pozdravu gledalcev, s čimer smiselno povežeta oz. zaokrožita svoj govor.

Po koncu prispevka o mešanju pijač:

Voditelj: »Naj samo šefe prijazno opozorim, da člane komisije jutri ne bo v službo.«

Voditeljica (se naglas zasmije, pogleda voditelja, ki se ji nasmeje, nato pogleda proti kameri): »Mi pa vam priporočamo večerni koktajl, mleko in med (se nasmeji). Lahko noč (se nasmeji in obrne k sovoditelju, nato se skupaj smejeta).«

Po zadnjem prispevku o dobrodelni akciji:

Voditelj: »Ni kaj dodati, Jerca, preprosto lepa gesta.«

Voditeljica: »Bodite z nami v oddaji Danes spet jutri, še nocoj pa v kratkih večernih novicah.«

Voditelj: »Lep večer, nasvidenje.«

Voditeljica: »Srečno.« (Planet TV 2013, 19. marec)

V prvem delu (do cca 20. minute oddaje), ko voditelja predstavljata tehtnejše vsebine (sestava nove vlade, ministrski kandidati, trg nepremičnin, izvolitev novega Papeža ipd.), ne kramljata, opazila sem namreč le nekaj izjem, ko so bili na začetku oddaje prispevki z lahkotnejšo temo,

ki pa so bili v uvodni del uvrščeni zaradi svoje aktualnosti (prispevek o športnem uspehu Tine Maze). V tem primeru sta bila voditelja že v prvem delu bolj sproščena in nasmejana (sicer sta resna), pred prispevkom o Tini Maze je bil le prispevek o novih ministrih, pri katerem sta bila voditelja povsem resna, profesionalna, sledil je prispevek o Tini Maze in voditelja sta bila nasmejana, sproščena, upočasnila sta hitrost govora, zasledila sem tudi odstop od knjižno jezikovne norme (zdej namesto zdaj):

Voditelj: »Naša šampionka je doma ...«

Voditeljica: »No, **zdej** pa se selimo v Črno na Koroškem, ki so jo ljudje danes poimenovali kar Tina na Koroškem.« (nasmešek in pogled proti voditelju)

Voditelj: »... Kakšno je vzdušje?« (nasmejan, maha z rokami, nakazuje zanimanje) (Planet TV 2013, 18. marec)

Kramljanje je bilo vedno prisotno v drugem delu oddaje, kjer so prispevki z lahkotnejšo tematiko. Prav tako je vsak dan prisoten kramljajoči diskurz med voditeljskim parom oddaje in voditeljico Športa. Po koncu zadnjega prispevka pred športnim delom oddaje voditelja s pomočjo kramljajočega diskurza smiselno preideta na športne novice in v pogovor vključita še voditelja Športa. Njihov pogovor je sproščen, voditelji so nasmejani, veliko mahajo z rokami, obrnjeni oz. zasukani so drug proti drugemu. Primeri tovrstnega kramljanja:

Po prispevku o novem Papežu in njegovi prvi maši pred veliko množico ljudi:

Voditeljica: »No, to da množica (se obrne k sovoditelju) pozdravlja človeka, ki ga obožuje, smo videli danes tudi v Sloveniji (pogleda sovoditelja in pokima z glavo, s čimer želi njegovo potrditev), ne? (se nasmehe)

Voditelj: »Res je. V vsem potrebnim spoštovanjem (nakazuje z rokami) do Papeža, ampak Slovenci so danes vsaj tako navdušeno pozdravljali naše športnike (se obrne in vidimo širok kader z voditeljem Športa), če ne slučajno še bolj, a ne Luka?«

Voditelj Športa: »Mogoče jih je bilo malo manj kot pri Papežu.«

Voditelj: »Malo.« (pokaže z roko)

Voditelj Športa: »Bili pa so vsekakor bolj glasni. V Ljubljani je odmevalo ...« (Planet TV 2013, 19. marec)

Po prispevku o novem mariborskem županu in odstranitvi radarjev v Mariboru:

Voditelj: » Medtem ko radarji odhajajo, pa se Slovenija danes veseli prihoda Tine Maze. V tem trenutku je v Črni na Koroškem precej (poudari z glasom in obrazno mimiko, se nasmeje) glasno.«

Voditeljica (se obrne proti njemu): »In to opravičeno. Luka (se obrne proti svoji desni in takrat vidimo širok plan, v katerem stoji tudi voditelj športa), Tina je res lahko zadovoljna, ne samo z rezultati, ampak tudi z zaslužki.«

Voditelj Športa: »Seveda, poudariti pa je treba, da nismo zavistni.« (to pove povsem umirjeno, z enakomerno hitrostjo, istim tonom, kar kaže, da je to vprašanje pričakoval in ima odgovor pripravljen vnaprej)

Voditelj: »Za kakšno kavico še bo, ne? Ne, raje kavice ne, verjetno, a ne?«

Voditelj Športa: »Ne, čaj raje, morda Teekanne.«

Voditelj: »Ja.«

(sledi smeh vseh treh voditeljev, voditelj pa nato nadaljuje z napovedjo športne vsebine, vmes se spremeni kader, vidimo bližnji plan samo z njim) (Planet TV 2013, 18. marec)

Kot lahko razberemo iz zgornjih primerov, je kramljanje med voditelji pogosto tudi humorno obarvano. V omenjenem primeru so se pošalili iz Tine Maze, saj je znano, da je na eni izmed svojih tekem popila preveč kave. Tina pa je tudi obraz oglaševalske kampanje za čaj Teekanne.

Kramljajoči diskurz je vedno prisoten tudi na koncu oddaje, preden se voditelja poslovita od gledalcev.

Po vremenski napovedi:

Voditeljica: »No, morda dodamo še star slovenski pogovor (se obrne proti voditelju, ki se ji smehlja), zelen Božič, bela Velika Noč.« (se nasmeje)

Voditelj: »No, nehaj s pregovori. Jst mislim (se nasmeje in v tistem trenutku se zasmeje tudi voditeljica), da imamo vsi dovolj zime. Celo Rusi, ki so pregovorno trdoživi. V enem izmed ruskih ...« (nadaljuje z vestičko o odganjanju zime v Rusiji, vmes vidimo sliko in nato spet voditelja)

Voditeljica: »... in s tem so skušali priklicati pomlad.«

Voditelj »In potem se bom veselil, če pridejo še k nam. Če ne verjamejo, da imamo še zmeraj zimo, jim lahko kakšen njihov tovornjakar pove, ki je danes verjetno bil na Primorki.« (na začetku oddaje je bil prispevek o zastojih tovornjakarjev na primorski avtocesti)

Voditeljica (se naglas smeje): »Tako je. (smeh) Nasvidenje spet jutri.«

(smeh voditeljskega para in zatemnitev studia) (Planet TV 2013, 18. marec)

Po prispevku o nogometašu Davidu Beckhamu, ki se zaključi z njegovimi tetovažami.

Voditelj (obrnjen proti voditeljici): »Jerca, kaj misliš, kaj pomenijo te črke?«

Voditeljica (obrnjena proti voditelju): »Pojma nimam. Ampak prepričana sem, da je njegove oboževalke zanimalo vse prej kot pa tiste črke.«

Voditelj: »Verjetno res. (se obrne proti kameri) Mi se vidimo spet jutri in hvala za danes.«

Voditeljica: »Lep večer. Srečno.« (Planet TV 2013, 25. marec)

Tudi ko je voditeljica izjemoma oddajo tri dni zaporedoma vodila sama, je po zadnjem prispevku pred odpovedjo oddaje vedno sama pokramljala oz. pokomentirala prispevek.

Po prispevku o festivalu, na katerem se obmetavajo z barvami, da bi priklicali pomlad:

Voditeljica: »Ni kaj, s čiščenjem bodo imeli verjetno kaj precej dela, hvala za vašo pozornost danes, se vidimo spet jutri oziroma še nocoj v kratkih novicah. Lep večer in srečno.« (Planet TV 2013, 27. marec)

Po prispevku o dobrodelnem barvanju pirhov ljubljanskih nogometašev:

Voditeljica: »Ja lepo. No, o Veliki noči bomo ob koncu tedna kar precej govorili. Pridružite se nam ob današnjih oddajah. Lep večer in srečno.« (Planet TV 2013, 28. marec)

Po prispevku o tem, da je nezadovoljni delavec z bagrom prevozil avtomobil svojega nadrejenega:

Voditeljica (z resnim obrazom): »Dvomim sicer, da je to rešilo katero od njegovih težav, je pa res, da so časi za marsikoga med nami precej neprijazni. (nadaljuje z nasmeškom na obrazu) No, naj pa bodo kar se da prijetni vsaj prazniki, ki so pred nami. Mi bomo z vami. Lep večer in srečno.« (Planet TV 2013, 29. marec)

Kramljanje med voditeljema vedno deluje povsem sproščeno in naravno, saj drug drugemu ne vskočita v besedo, se pogledujeta in smejeta, njun govor je pogosto povsem tekoč, nič ju ne zmoti, kar dokazuje, da je njun sproščen pogovor pripravljen vnaprej. Voditelja lahko s posnemanjem le minimalnega števila znakov spontanega govora pri gledalcih vzpostavita vtis vsakdanjega pogovora, vendar pa je po mojem mnenju uporaba teh znakov včasih tudi pretirana in na trenutke moteča za gledalce. Ker voditelja kramljanje vestno uporabljata tudi kot sredstvo za prehod na novo temo (s čimer še dodatno prepoznamo vnaprej pripravljen govor), pri čemer ju spretno spremlja tudi kamera, saj jima kadri povsem smiselno sledijo (ko se voditeljica zasuka v svojo desno, se hkrati zamenja kader, v katerem nato vidimo voditelja Športa ipd.), včasih deluje preveč zaigrano (sploh, kadar se voditeljica na glas smeji humorni izjavi sovoditelja) in izgubi zelen učinek sproščenosti. Voditeljica oddaje Danes Živa Rogelj sicer pravi, da so le nekatere stvari dogovorjene vnaprej in da z voditeljem včasih tudi improvizirata: »Bolj kot gre oddaja h koncu, predvsem pri predzadnji in zadnji odpovedi ter tudi pri prehodu na šport, dobiva s sovoditeljem kakšno idejo ali pa slišiva zanimiv stavek, ki ga hitro pograbiva in uporabiva pri naslednji napovedi. Včasih tako kar malce improvizirava.« (Rogelj 2013) Vendar pa v analizi obeh voditeljskih parov nisem zasledila primerov, kjer bi voditelja improvizirala, zato menim, da so voditeljski pari večinoma vnaprej dogovorjeni, o čem bodo govorili. Kar pravzaprav priznava tudi Rogljeva (2013), ki pravi, da se s sovoditeljem že pred začetkom oddaje dogovorita, kako se bosta obnašala, kdaj se bosta drug drugemu nasmehnila in kdaj pogledala: »Vnaprej predvidevava, kako bova brala.«

6.3.2 ZNAČILNOSTI SPONTANEGA GOVORA

6.3.2.1 24ur

Zasledila sem kar nekaj značilnosti spontanega govora, ki se pojavljajo v kramljajočih diskurzih med voditelji v oddaji 24ur. Člana voditeljskega para se med kramljanjem vedno pogledujeta, njun ton glasu je nižji, hitrost govora je upočasnjena, več je premorov. Poleg prekrivnega govora je pogosta uporaba neknjižnega izrazja. Kadar je kramljajoči diskurz prisoten v prvem delu oddaje, je krajši, bolj strukturiran, manj je pogovornih izrazov. Pri kramljanju v drugem delu pa se pojavlja veliko več odstopov od knjižno jezikovne norme in tudi več značilnosti spontanega govora, ki delujejo pristne in v gledalcu zbudijo občutek, da sta voditelja prijazna in sproščena človeka, s katerima se lahko poistovetimo (voditelja se namreč smejata, njun govor ni več tekoč, s čimer se odmakneta iz prvotne vloge voditelja profesionalca, uporabita pogovorno izrazje, ki je blizu gledalcu ipd.).

Pogosto so se pojavljali vdori narečnih prvin, ki so se na oblikoslovni ravni kazali predvsem kot samoglasniški upad. Vplivi narečnih prvin, ki sem jih zasledila pri kramljanju v prvem delu oddaje (puščica nakazuje, kakšna je knjižna oblika):

- izpusti samoglasnika:

kr → kar, sm → sem

- vplivi ljubljanskega narečja na ravni leksike:

zdej → zdaj, jst → jaz

Vpliv narečnih prvin pri kramljanju v drugem delu oddaje:

- najbolj pogosti so bili izpusti samoglasnika:

vrjet → verjeti, lagət → lagat, morš → moraš, al → ali, nism → nisem, mam → imam, prsežem → prisežem, naštet → naštet, nč → nič

- kot posledica samoglasniškega upada se je pojavil tudi izgovor nenaglašene deležnika na –l kot [u]:

mogu → moral

- tudi na ravni leksike sem zasledila vpliv osrednjeslovenskega narečja:

kej → kaj, kulk → koliko, prou → prav, zdej → zdaj

Večinoma pa se značilnosti spontanega govora odražajo pri kramljanju v drugem delu oddaje, ko se voditelja pogovarjata z voditeljico rubrike POP IN, predvsem v posameznih primerih, ko nastane nepričakovana situacija. Tako sem zasledila številna ponavljanja, premore, zaporedna nizanja diskurzivnih označevalcev:

Aam, ampak smo pa videli, da je Tina (premor), eee, da so Tino zakrili tudi harmonike, Modrijani, aam, Jan Plestenjak ... (POP TV 2013, 18. marec)

V zgornjem primeru sta se voditelja skupaj z voditeljico oddaje POP IN v živo javljala na prizorišče, kjer so čakali govor Tine Maze (čez celo oddajo so skušali pokazati njen govor, vendar jim ni uspelo), zato je moral voditelj svoj govor oblikovati sproti, bil je torej spontan, kar dokazujejo tudi zgornji diskurzivni označevalci, ponavljanje in premori (ki so značilni za spontani govor).

6.3.2.2 DANES

Medtem ko sem v oddaji 24ur pri kramljanju voditeljev zasledila kar nekaj znakov spontanega govora, za katere menim, da jih zavestno uporabljajo z namenom, da delujejo bolj prijazno in vsakdanje, kar jim tudi uspeva, saj uporabljeni znaki niso moteči za gledalca, temveč se z njimi lahko poistovetimo, pa v oddaji Danes večjega števila znakov spontanega govora nisem zasledila. Pri kramljanju voditeljskega para se sicer pojavljajo nekateri izpusti besed in popravljajna, vendar niso pogosti, pojavijo pa se le v trenutkih, ko voditelja nista obrnjeni proti kameri. Le v teh primerih sem zasledila znake spontanega govora, ki delujejo pristno, hkrati pa lahko opazimo, da je bil pogovor za voditelja nekoliko preveč nenačrtovan, saj se hitro zmedeta, obrneta proti kameri in nadaljujeta s tekočim govorom.

Primer tovrstnega kramljanja, ki sicer kaže znake dejanskega spontanega govora, vendar pa ga po mojem mnenju voditelja nista načrtovala in sta bila zato nekoliko zmedena:

Po vremenski napovedi:

Voditelj: Jaoo, spet do nižin (se obrne k voditeljici), sneženje.« (odkimava z glavo)

Voditeljica (ga pogleda): »Groza.«

Voditelj: »Ni v redu.« (stiska ustnice)

Voditeljica: »No, **smo vam ob koncu** (z dlanjo proti kameri) **pripravili** še nekaj podob, ki se vam bodo zagotovo vtisnile v spomin in ki so precej lepše, a ne? (pogleda sovoditelja). Recimo ta fotografija (oba se obrneta nazaj proti zaslonu za njima, kjer vidimo fotografijo) otrok s Filipinov.«

Voditelj: »**Tale, na primer** (se obrne proti kameri) **je, ta za nama** (pokaže z rokami, vidimo, da se je nekoliko zmedel) **aaa, otrok s Filipinov** (izpustil je samostalnik), ki so bili tako nasmejani, da so prepričali (vidimo fotografije in slišimo voditeljev govor, ki postane povsem pravilen in tekoč) ... (Planet TV 2013, 20. marec)

V večini primerov pa voditeljska para načrtovano kramljata oz. skušata z uporabo le nekaterih znakov posnemati spontani govor. Njuno kramljanje deluje kot obvezni del oddaje, vendar pa je v nekaterih primerih za gledalce preveč vsiljeno. Voditeljski par, ki ga sestavljata Jerca Zajc Šušteršič in Tomaž Bratož, v kramljanje vnaša le minimalno število vsakdanjega pogovora, kot je pogledovanje drug proti drugemu, nasmešek, počasnejši govor in nižji ton glasu, medtem ko se oba voditelja strogo držita knjižno jezikovne norme. V nobenem primeru nisem zasledila uporabe pogovornega izrazja, prav tako se njun govor nikoli ne prekriva, daljših premorov ni. V posameznih primerih njuno kramljanje z minimalnim številom uporabljenih znakov spontanega govora sicer za gledalca deluje sproščeno, v nekaterih primerih pa je nekoliko preveč zaigrano, da bi lahko bilo prepričljivo. Predvsem pa njun način kramljanja pripisujem dejstvu, da prihajata z javne RTV Slovenija, kjer se voditelji strogo držijo pravil govornega izražanja.

Drugače pa je pri kramljanju voditeljskega para, ki ga sestavljata Živa Rogelj in Marko Potrč. Le-ta namreč pri kramljanju s sovoditeljico uporablja pogovorno izrazje, vendar njegov izbor besed deluje preišljeno, več kot enega pogovornega izraza v posameznem sklopu kramljanja nisem zasledila. Menim, da voditelj zavestno uporablja prvine pogovornega jezika, ki jih je sicer malo, da deluje bolj spontano in pristno. Je namreč izurjen govorec in skozi celotno oddajo spremljamo njegovo slovnično oz. govorno brezhibnost.

Primeri pogovornih prvin, ki jih med kramljanjem uporablja Marko Potrč:

Jst → jaz, mam → imam, fuzbal → nogomet, fino → dobro, vidte → vidite, jaoo

Voditelj torej uporabi le minimalno število znakov spontanega govora, s katerimi deluje pristno, prijazno, sproščeno, kar gledalci opazimo in nas z njimi tudi prepriča, vendar pa mu sovoditeljica pri tem včasih težko sledi. Slednja namreč deluje nekoliko bolj zadržana, sicer skuša sproščeno sodelovati v pogovoru, z nasmeškom pogleduje sovoditelja, vendar pa je v posameznih primerih njeno kramljanje preveč zaigrano, kar je lahko za gledalce tudi moteče.

6.4 ANALIZA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Argyle v Fiske (1990, 68–69) opisuje deset kodov neverbalne komunikacije človeškega telesa: telesni kontakt, proksemika, orientacija v prostoru, videz, premiki z glavo, obrazna mimika (televizijski voditelji morajo znati kontrolirati mišice obraza, njihov izraz mora biti prilagojen dogodku, o katerem poročajo), geste, drža telesa, očesno gibanje in neverbalni aspekt govora (glasovne karakteristike, kot so višina, razpon, resonanca in tempo govora, stokanje, momljanje). Pogovor kot prvotna oblika množičnega komuniciranja poleg dvogovora torej pomeni izmenjavo gest, pogledov, modifikacij v glasu, s čimer lahko dosežemo posebno atmosfero oz. šarm. Dober govornik je namreč tisti, ki sporoča tako z govorom kot tudi s svojim telesom, pri tem pa očara poslušalce (Ule 2005, 399). Neverbalne geste so torej dopolnilo verbalne komunikacije, saj služijo kot podpora govoru (s pomočjo glave in telesa besedam dajemo pomen, nakazujemo pomembne dele), s pomočjo specifičnih gest lahko komuniciramo emocije (na primer mahanje s pestjo v večini kultur pomeni jezo ali grožnjo), njihov namen pa je tudi izražanje imidža in odnosa (ljudje, ki imajo podobne interese oz. zanimanja, pogosto podzavestno prevzamejo geste in telesne gibe drug drugega v prostoru) (Stanton 1996, 42–43). Gledalci vse neverbalne kode prepoznajo iz vsakdanjega življenja in televizijski kodi si zgolj sposojajo simboliko iz družabnega življenja zato, da bi to življenje lahko na novo interpretirali (Luthar 1998, 27). Muhič (2013) se strinja, da neverbalna komunikacija napovedi doda noto oz. občutke: »Tudi s tem v napoved dodaš samega sebe.«

6.4.1 24UR IN DANES

Tako na POP TV kot na Planet TV voditelji pri upovedovanju besedil spretno uporabljajo številne neverbalne kode, skladne z verbalnim delom vsebin (obrazna mimika, gibanje rok oz. telesa, izmenjujoči pogledi med voditelji ipd.), s katerimi gledalcem nakazujejo, kakšne vsebine sledijo oz. na kakšen način jih naj razumejo. Neverbalna komunikacija ima tako pomembno vlogo skozi celotni oddaji na obeh analiziranih televizijskih postajah. Tako pri resnejših kot lahkotnejših temah, pri branem govoru in kramljanju, voditelji svoj govor nadgrajujejo z neverbalnimi znaki. V analizi govora in kramljanja sem zabeležila (pri danih

primerih sem v oklepajih nakazala, kakšna je mimika in telesna govorica voditeljev pri posameznih upovedovanih vsebinah), na kakšne načine voditelji uporabljajo obrazno mimiko in govorico rok oz. telesa. Kadar govorijo o resnejših temah, je njihov obraz resen, obrazne poteze (gibanje oči, obrvi, ustnic) so toge, pogosto kimajo oz. odkimavajo z glavo. Ko govorijo o lahkotnejših vsebinah, je njihov obraz sproščen, nasmejan.

Neverbalna komunikacija pri branem govoru in kramljanju (POP TV in Planet TV) se razlikuje predvsem v govorici telesa, saj sta pri branem govoru voditelja obrnjena neposredno proti kameri, pri kramljanju pa drug proti drugemu oz. se pogledujeta in obračata proti kameri. »Proti koncu, ko se teme rahljajo, ko sledijo družabna srečanja, se lahko nasmejimo in gledamo drug drugega.« (Rogelj 2013). Tudi govorica rok je nekoliko drugačna, saj imata voditelja pri branem govoru roke večinoma na mizi, pri poudarjenih besedah jih povzdigneta proti kameri, pogosto pa jih eden od para sklene v naročju, s čimer nakaže resnost, pomembnost dogajanja. Pri kramljanju je gibanje rok precej pogosto, saj jih voditelja prosto oz. sproščeno gibata, z njimi nakazujeta (npr. ko voditelj reče »čisto malo«, to nakaže tudi z rokami) in se nagibata drug proti drugemu. Najpomembnejši neverbalni znak, ki nakazuje prehod od resnejših k lahkotnejšim vsebinam in obvezen del vsakega kramljajočega diskurza, pa je nasmešek.

Obrazna mimika je zagotovo eden najpomembnejših elementov neverbalne komunikacije. »Z obrazom, gibanjem ustnic, odpiranjem in zapiranjem oči lahko v napoved dodaš veliko sebe, pri čemer še vedno ne greš preko osnovnega namena podajanja informacij.« (Rogelj 2013) Že v napovedniku oddaje Danes, v katerem voditelja vedno napovesta tri ključne prihajajoče prispevke, ima obrazna mimika velik pomen, saj s pomočjo nasmeška oz. strogosti na obrazu gledalcem pokažeta, kakšni prispevki sledijo oz. kako jih naj razumejo. Pri napovedi oddaje voditelja govorita izmenično, vsak pove eno poved. Tako na primer voditeljica napove prispevek z nasmeškom na obrazu, takoj za njo pa sledi voditelj, ki je povsem resen, in zato se tudi voditeljica takoj zresni.

Napovednik oddaje:

Voditeljica (z nasmeškom na obrazu, vesela, zadovoljna): »Slovenski orli zavladali Planici.«

Voditelj (resen, strog, zaskrbljen): »Zgodaj zjutraj sta v prometni nesreči umrli dve mladi dekleti.«

Voditeljica (resna): »S pomladjo se je začel mesec pomladnih akcij.« (Planet TV 2013, 23. marec)

Medtem ko je uvodna špicaa v oddaji Danes zelo kratka in se oddaja skoraj takoj začne s prvo napovedjo voditeljskega para (pred tem vidimo uvodni kader studia, ko se kamera približa voditeljema, že začneta z govorom), pa je v oddaji 24ur precej daljša. Voditelja napovesta več prispevkov, tudi kadrov je več, saj med napovedjo eden od voditeljskega para sedi za mizo, drugi pa stoji pred stenskim zaslonom. Napovedi prispevkov sicer niso vedno izmenične, pogosto en voditelj napove več prispevkov hkrati, vendar pa vedno v posameznem kadru vidimo le enega člana para, nato sledi širok kader (total), v katerem vidimo voditeljico, ki prisede k voditelju. Sledi jingl, voditelja se pred začetkom oddaje pogovarjata, obrnjena sta drug proti drugemu, vidimo cel studio (total), namesto njunega pogovora slišimo glasbo, sledi glas, ki napove, kaj in koga gledamo, nato pa vidimo bližnji kader, voditelja se zasukata proti kameri in začneta z govorom. Gledalci tako spremljamo, kako se voditelja iz sproščene pogovora prelevita v resni, odgovorni osebi, ki nas neposredno nagovarjata. Opazila sem, da voditelj Jani Muhič v primerih, ko sedi za mizo, voditeljica pa stoji pred stenskim zaslonom, vedno vstane, ko voditeljica pride do mize, ji pridrži stol, in šele, ko ona sede, se ji na svojem stolu pridruži še sam. Voditelj se tako pokaže kot uglajen, prijazen, spoštljiv do voditeljice, in takšnega ga vidijo tudi gledalci. Povsem isto je počel žal že pokojni voditelj Matjaž Tanko, ki je pred Muhičem sestavljal moški del voditeljskega para s Petro Kerčmar in gotovo se Muhič trudi to početi kot njegov dosledni naslednik. Kot pravi tudi Muhič (2013), je na televiziji takšen, kakršen je v resnici: »Če si takšen, kakršen si, torej iskren, to gledalke in gledalci čutijo.«

V oddaji 24ur voditelja med tehničnimi temami pogosto (med vsako daljšo napovedjo prispevka) pogledujeta drug proti drugemu. Ko voditelj nagovarja gledalce, ga voditeljica resno pogleda, nepremično pogleduje par sekund, nato se obrne nazaj proti kameri (obratno nato počne voditelj med govorom voditeljice). »Nesmiselno je nepremično gledati v kamero, ko govori sovoditelj. Tudi ko klepetamo ob kavi, gledamo sogovornika. Vedno gledamo tistega, ki govori. Samo tako lahko sodeluješ v pogovoru, če gledaš v stran, si ignorant in si pač misliš svoje, midva s Petro pa poslušava drug drugega.« (Muhič 2013) Medtem ko voditelja oddaje 24ur tehniko izmenjujočih pogledov (s čimer gledalcem še dodatno zbuja vtis navzočnosti voditelja v skupnem času in prostoru) uporabljata skoraj v vsaki napovedi tehtnejših besedil, pa sem jo v oddaji Danes le redko zasledila (največ trikrat v posamezni oddaji), in sicer samo pri voditeljskem paru, ki ga sestavljata Jerca Zajc Šušteršič in Tomaž Bratož. Marko Potrč in Živa Rogelj te tehnike ne uporabljata. »Midva z Markom se od začetka ne gledava, ker govoriva resne novice in v tistem trenutku nagovarjava gledalce, ne

drug drugega. Govoriva torej resne stvari in zato je potrebno človeku zreti v oči, če želiš, da informacija pride do njega.« (Rogelj 2013)

Voditeljska para oddaje Danes pa pogosto uporabljata tehniko upovedovanja vsebin, ko eden od para stoji pred stenskim zaslonom, na kateri je grafika (povezana z vsebino upovedanega besedila), drugi pa sedi za mizo. Pogosto sta voditelja sprva zasukana drug proti drugemu in si medsebojno zastavljata vprašanja. Voditelj, ki sedi za mizo, je obrnjen proti voditeljici ob zaslonu, gledalci pa ga vidijo le v hrbet. Voditeljici zastavi vprašanje, ta mu nato razlaga vsebino, obrnjena je torej proti voditelju, hkrati pa ga tudi poimensko poimenuje (... *Marko, to je ta ...*) Šele ko mu odgovori na vprašanje, se obrne, v tistem trenutku se spremeni tudi kader (iz totala v kader z voditeljico in velikim zaslonom) in šele takrat neposredno nagovarja gledalce. Skupaj s samim pogovorom med voditeljema in neverbalno komunikacijo (gledalci voditelja vidijo le v hrbet) gledalcem dajeta vtis, da res sodelujeta pri reševanju oz. razkrivanju posameznih tem, da sta vpletena vanjo, jo raziskujeta za gledalce in jim nato to vsebino predajata. Opazila sem tudi, da imajo voditelji pri nastopanju pred stenskim zaslonom v roki daljinec, s katerim upravljajo grafiko. Med svojim govorom pogledujejo proti zaslonu in nato v kamero ter obratno, pri tem pa klikajo gumb in menjajo grafiko. Pogosto se zgodi, da voditelji (ko morajo grafiko zelo hitro menjati) med svojim tekočim govorom pritisnejo na gumb in grafika se zamenja, pri tem pa sploh ne pogledajo na zaslon. Lahko sklepamo, da gre za natančno pripravljen nastop, saj voditelj natanko ve, pri kateri besedi mora klikniti in grafiko zamenjati.

Na POP TV to tehniko upovedovanja vsebin pred stenskim zaslonom voditelji redko uporabljajo. Kadar jo, pa vidimo le enega od voditeljskega para, ki pred zaslonom upoveduje vsebino, medtem se grafika premika, vendar pa voditelj nanjo ne pogleduje (daljinca nima on), ves čas gleda neposredno v kamero in nagovarja gledalce, nato pa sledi prispevek. Pogosteje pred stenskim zaslonom vsebine upoveduje novinar, ki mu eden od voditeljskega para zastavi vprašanje (širok kader), nato ta razlaga gledalcem (ožji kader), ko konča, se mu voditelja zahvalita (širok kader) in nadaljujeta z novo temo (ožji kader). Redkeje med njimi poteka daljša interakcija.

Vsi voditeljski pari na obeh televizijah veliko pogledujejo na liste, ki jih imajo pred seboj. Tomaž Bratož (Planet TV) jih poleg pogledovanja tudi veliko prečrtava. Na POP TV pa sem zasledila kar nekaj primerov, ko sta imela voditelja pri napovedi posameznega prispevka liste

zložene na mizi, nato pa so bili (po koncu prispevka) položeni drug ob drugemu, prav tako pa jih voditelja tudi veliko prelagata. S to konvencijo pogledovanja na liste, prečrtavanja in prelaganja ustvarjajo vtis, da imajo besedila povsem pod nadzorom (Coupland 2001, 424). Vendar pa imajo listi tudi vlogo opore, saj se voditelji lahko zanesejo na njih, kadar se v oddaji nepričakovano pokvari boben. Kot pravi Živa Rogelj, se ji je to pri vodenju oddaje Danes že večkrat zgodilo. »Velikokrat se nam je že zrušil boben in takrat so papirji tisti, ki jih moraš imeti, drugače pravzaprav nimaš teksta. Približno se sicer spomniš, kaj moraš povedati, vendar pa se včasih nenačrtovano zamenja vrstni red ali pa se kakšna sprememba prehitro odvije in takrat se lahko izgubiš. Zato pač moraš imeti papirje.« (Rogelj 2013) Da voditelji nanje pogledujejo iz potrebe, se strinja tudi Muhič, saj lahko tako preveri, kdaj je na vrsti in »da si pogledam kakšno besedo, predvsem tuje ime ali priimek, ime kraja, pokrajine, ki mi dela težave.« (Muhič 2013) Voditelji imajo torej tudi na listih pred seboj jasno zapisan potek oddaje, prehod med voditeljema, svoj govor ipd., kar zagotovo dokazuje, da je njihov govor pripravljen vnaprej in šele nato prebran, pa čeprav se trudijo, da bi deloval spontano. »Ne le, da deluje, da je spontan, temveč je lahko spontan, če aktivno sodeluješ pri pripravi napovedi. Če ti jo napišejo drugi, s svojimi besedami, pa si le avtomat, bralec. Voditelj pa to zagotovo ne sme biti.« (Muhič 2013)

Zagotovo pa je pomemben neverbalni kod tudi vizualna podoba voditeljev. Slednji so namreč na obeh analiziranih televizijskih postajah prikazani kot profesionalci, kar odražajo tudi njihov make up, pričeske in oblačila. Voditeljski par vedno sestavljata enakopravna člana, ki izmenično podajata novice, njuna usklajenost in brezhibnost pa je izražena tudi v njunem usklajenem videzu. Obleka voditeljice namreč vedno barvno sovпада s suknjičem voditelja.

Primeri barvne usklajenosti garderobe voditeljskega para v oddaji *24ur*:

Voditeljica: Oranžen suknjič in bela majica Bel suknjič in bela majica Roza suknjič in črna majica	Voditelj: Siv suknjič, bela srajca in oranžna črtasta kravata Črn suknjič, bela srajca in črno-bela kravata Črn suknjič, črna srajca in roza črtasta kravata
---	---

Primeri barvne usklajenosti garderobe voditeljskega para v oddaji *Danes*:

<p>Voditeljica:</p> <p>Bel suknjič in bela majica</p> <p>Črno-bel (zaprt) suknjič</p> <p>Bela obleka, bež broška in bež pas</p>	<p>Voditelj:</p> <p>Črn suknjič, bela srajca in modra kravata</p> <p>Črn suknjič, bela srajca in črna kravata</p> <p>Črn suknjič, bela srajca in bež kravata</p>
---	--

Voditeljski par vedno sestavljata moški in ženska, pri čemer je eden starejši, drugi mlajši, razlikujejo pa se tudi njihove osebnosti, eden od para je bolj vihrav in glasen, drugi bolj umirjen. Kot pravi voditelj oddaje 24ur Jani Muhič, vodenje oddaje v paru poveča dinamiko, pri tem pa sta »ženski obraz in stas nepogrešljiva« (Muhič 2013) Ustvarjalci dnevnoinformativnih oddaj skušajo z dobro premišljeno izbiro voditeljskih parov karakterno, generacijsko in po spolu zadovoljiti čim širši krog populacije ciljnih gledalcev.

7 ZAKLJUČEK

V vsaki analizirani dnevnoinformativni oddaji na komercialnih televizijskih postajah POP TV in Planet TV je bilo prisotno kramljanje med voditeljskim parom, kot sem predvidela v uvodni tezi, in sicer je vedno potekalo na koncu oddaje, ko se voditelja iz vloge profesionalca spremenita v vlogo prijaznega človeka (Luthar 1998, 30). V oddaji 24ur sta oba voditeljska para na koncu vedno pokramljala z voditeljico družabne rubrike POP IN, le izjemoma sta se zaradi nepričakovane situacije pri poročanju novinarjev v živo (izvolitev novega Papeža, rezultati županskih volitev v Mariboru, sestava nove vlade) voditeljici le zahvalila in nadaljevala s svojim govorom, pa čeprav je slednja pričakovala pogovor z njima in jima zanj ponudila tudi iztočnico. Kramljajoči diskurz je bil pogost tudi v drugem delu oddaje (po 30. minuti), ko so sledile lahkotnejše teme, prav tako sem ga v posameznih primerih zasledila v prvem delu, v katerem so predstavljene tehtnejše tematike, pojavil pa se je tudi v primerih, ko so bile na začetku oddaje lahkotnejše teme, ki pa so bile v uvodni del uvrščene zaradi svoje aktualnosti (uspeh Tine Maze).

V oddaji 24ur je bilo torej kramljanje med voditeljema pogosto prisotno skozi celotno oddajo. V večini analiziranih primerov je bilo povsem usklajeno, njun govor je bil tekoč, smiselno sta sledila drug drugemu. V posameznih primerih pa sem zasledila tudi značilnosti spontanega govora, in sicer prekrivni govor, popravljanje, ponavljanje in diskurzivne označevalce, kar kaže na to, da je kramljanje med voditeljema v določenih primerih pripravljeno vnaprej, v nekaterih pa je deloma spontano. To priznava tudi voditelj oddaje 24ur Jani Muhič (2013), saj je po njegovih besedah pogovor s sovoditeljico včasih v celoti dogovorjen, medtem ko je v nekaterih primerih vnaprej dogovorjena le tema. Pri kramljanju voditeljskega para z voditeljico družabne rubrike POP IN pa sem pogosto zasledila prekrivni govor (vseh treh voditeljev), popravljanja, ponavljanja, premore in diskurzivne označevalce, iz česar je razvidno, da je kramljanje med njimi deloma spontano. Prvi oz. začetni del ni spontan, temveč dogovorjen vnaprej, saj voditeljica rubriko vedno zaključi z zanimivim stavkom, s katerim voditeljskemu paru ponudi iztočnico za pogovor. Le-ta nanjo vedno takoj smiselno odreagira, voditeljica ju namreč nikoli ne preseneti, kar nakazuje, da voditeljski par že vnaprej ve, s čim bo govor zaključila. Tudi to ugotovitev analize potrjuje Muhič (2013), saj pravi, da že pred začetkom oddaje s sovoditeljico iščeta odgovore na iztočnico voditeljice POP IN-a. Nadaljnji pogovor med njimi se nato pogosto odvija spontano, kar dokazuje tudi dejstvo, da voditeljski par v pogovoru velikokrat preseneti voditeljico POP IN-a, saj v kar nekaj primerih svoj govor oz. odgovor ni znala smiselno oblikovati.

Da kramljanje med voditeljskim parom v oddaji 24ur deluje spontano, zadostuje že minimalno število znakov vsakdanjega pogovora, kar se zavedajo tudi voditelji oddaje 24ur, ki se z nasmeškom, pogledovanjem drug proti drugemu, prekrivnim govorom in uporabo nekaterih pogovornih izrazov (ki so po mojem mnenju povsem sprejemljivi in nemoteči) približujejo gledalcem.

Kramljajoči diskurz voditeljskega para je prisoten tudi v vsaki oddaji Danes. Oba voditeljska para zadnji prispevek sproščeno pokomentirata v odpovedi oddaje oz. ga uporabita kot iztočnico pri pozdravu gledalcev. Tudi takrat, ko je voditeljica izjemoma oddajo tri dni zapored vodila sama, je po zadnjem prispevku pred odpovedjo oddaje vedno sama pokomentirala prispevek. Kramljanje med voditeljema je prisotno tudi v drugem delu oddaje, kjer so predstavljene lahkotnejše tematike, medtem ko v prvem delu (do cca 20. minute) voditelja večinoma ne kramljata, opazila sem namreč le nekaj izjem, ko so bili v prvem delu oddaje prispevki z lahkotnejšo temo, ki pa so bili v začetni del uvrščeni zaradi svoje aktualnosti (prispevek o športnem uspehu Tine Maze). Oba voditeljska para kramljanje pogosto uporabljata za prehod na novo temo, predvsem od tehtnejših tem k lahkotnejšim. Prav tako je vsak dan prisoten kramljajoči diskurz med voditeljskim parom in voditeljem Športa. Po koncu zadnjega prispevka pred športnim delom oddaje voditelja s pomočjo kramljajočega diskurza smiselno preideta na športne novice in v pogovor vključita še voditelja Športa. V vseh analiziranih primerih je bilo kramljanje med njimi povsem tekoče, brez prekrivnega govora, premorov, voditelji so smiselno odgovarjali drug drugemu, se medsebojno pogledovali, nič jih ni zmotilo v pogovoru. Vse naštetu govori hkrati tudi o tem, kako je njihov sproščen pogovor dejansko pripravljen vnaprej. To glede na analizirano gradivo dokazuje tudi dejstvo, da voditeljski par kramljanje uporablja kot sredstvo oz. način prehoda na nov prispevek. Voditelji uporabljajo le nekatere značilnosti spontanega govora, kot so pogledovanje drug drugega, nasmešek, upočasnen govor, minimalno število pogovornih prvin, vendar pa za razliko od POP TV, kjer gledalec njihovo kramljanje prepozna kot spontano, na Planet TV v posameznih primerih deluje preveč zaigrano, da bi lahko bilo prepričljivo.

Medtem ko voditeljski pari v oddaji 24ur v kramljanje vnašajo prvine vsakodnevnih govorice, s katerimi gledalca dodatno prepričajo, da je njihov pogovor spontan, sproščen, pa sem prvine vsakdanjega pogovora v oddaji Danes zasledila le pri enem voditeljskem paru, zato zavračam

tezo, da so v kramljajoči komunikaciji prisotne prvine pogovorne govorice. Pri voditeljskemu paru, ki ga sestavljata Jerca Zajc Šušteršič in Tomaž Bratož, pogovornih prvin namreč nisem zasledila. Njuno kramljanje je sicer bolj sproščeno kot njun bran govor, voditelja sta nasmejana, vendar pa se tudi med kramljanjem strogo držita knjižno jezikovne norme, s čimer pa izgubita želeno spontanost oz. sproščenost, kar prepozna tudi gledalec. Z izjemo Marka Potrča so voditelji oddaje Danes privzeti z javne televizije, kar je zagotovo okoliščina, ki je ne gre prezreti. Marko Potrč pa prihaja s komercialne televizije Kanal A in njegovo kramljanje s sovoditeljico je podobno kramljanju voditeljskih parov na POP TV. Menim, da voditelj zavestno uporablja prvine vsakodnevne govorice, ki jih je sicer malo, vendar pa z njimi pri gledalcu doseže občutek spontanosti.

Pri branem govoru voditelji, tako kot sem predvidela v tezi, spretno uporabljajo neverbalne znake (obrazna mimika, gibanje rok oz. telesa, izmenjujoči pogledi idr.), ki so povsem skladni z verbalnim delom vsebin, z njimi pa gledalca še dodatno prepričajo, da govorijo prosto, iz srca. Kadar voditelji govorijo o resnejših temah, je njihov obraz resen, obrazne poteze (gibanje oči, obrvi, ustnic) so stroge, pogosto kimajo oz. odkimavajo z glavo. Ko govorijo o lahkotnejših temah, je njihov obraz sproščen, nasmejan. Pri branem govoru sta voditelja obrnjena proti kameri, saj neposredno naslavljata gledalce in jim zreta v oči. Njune roke so večinoma na mizi, pri poudarjenih besedah roko povzdigneta proti kameri, pogosto pa jih eden od voditeljskega para sklene v naročju, s čimer nakaže resnost, pomembnost dogajanja. Tako Muhič (2013) kot Rogljeva (2013) se strinjata, da jima neverbalna komunikacija omogoča, da v napoved vključita samega sebe. V analiziranem gradivu se je pokazalo tudi, da so tako na POP TV kot na Planet TV voditelji konstruirani kot vsevedni (Luthar 1998, 19), z vrsto znakov pa sta ustvarjena skupen čas in prostor (imitacija navzočnosti voditelja): dramatizacija glasu, izmenjava pogledov med voditeljskim parom, imenovanje sovoditelja in drugih članov ekipe z lastnimi imeni, modalnost itd. (Luthar 1998, 33)

Analiza branega govora je pokazala tudi, da se pri upovedovanju tehtnih vsebin kažejo vsi znaki branega govora, da ne gre za spontani govor pa dokazujejo tudi nepravilno prebrane besede z bobna, ki jih voditelj takoj nadzirano popravi oz. pravilno prebere, nato pa nemoteno nadaljuje z upovedovanjem preostalega besedila. Tovrstnih napak pri spontanem govoru sploh ne bi bilo. Sicer se voditelji tudi z branim govorom skušajo približati gledalcem (neverbalna komunikacija, diskurzivni označevalci, minimalno pogovorno izrazje), kramljanje pa je tisto, ki jim omogoča, da se spremenijo v prijazne, sproščene, gledalcem dostopnejše osebe. Da

voditeljski par pri gledalcu doseže učinek spontanosti, lahko v kramljanje vnese le minimalno število znakov vsakdanje govornice, kot so diskurzivni označevalci, prekrivni govor, seveda skupaj z neverbalno komunikacijo (gibanje telesa, rok, nasmehi), uporaba pogovornega izrazja pa le še poveča vtis spontanosti, ki ga ustvarjata voditelja.

Dejstvo je, da voditeljska para na POP TV zgolj sledita že uveljavljeni in preverjeni žurnalistični praksi pripovedovalca novic, saj je oddaja 24ur, kot ugotavlja že Lutharjeva (1998, 19), adaptacija sheme teletabloidnih novic. Po drugi strani pa se Planet TV s svojo oddajo Danes še išče, saj imajo voditeljski par, ki prihaja z javne televizije, kar se nedvomno odraža v njunem govoru in odnosu do gledalcev, in par, ki posnema »prakso« POP TV-jevega kramljanja z gledalci in deluje veliko bolj sproščeno, prijazno in dostopnejše od kolegov, ki vsak ponedeljek za njima sedeta na voditeljska stola in nagovarjata iste gledalce. Morda bi bilo v prihodnje smiselno raziskati, v kateri format to oddajo sploh umestiti, če upoštevamo tudi to, da medtem, ko privzeta voditelja z RTV Slovenija ne odstopata od svoje profesionalnosti, novinarji med njunimi napovedmi prestopajo vse meje, ko npr. o smrti mladih deklet poročajo z njunih grobov, kjer lahko s križev razberemo celo njihova imena.

8 LITERATURA

1. Allan, Stuard. 2005. *News culture*. New York: Open University Press.
2. Atkinson, Joe. 2011. Performance Journalism: A Three-Template Model of Television News. *International Journal of Press/Politics* 16 (1): 102–129.
3. Bašič Hrvatin, Sandra in Marko Milosavljevič. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
4. Bašič Hrvatin, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis: perspektive javne RTV*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
5. Benedičič, Jaka. 2011. *Format dnevnoinformativne oddaje 24UR od nastanka do danes*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
6. Bignell, Jonathan. 1997. *Media semiotics: an introduction*. New York: Manchester University Press.
7. Branston, Gill in Roy Stafford. 1996. *The Media Student's Book*. London: Routledge.
8. Bučar, Bojko, Zlatko Šabič in Milan Brglez, ur. 2000. *Navodila za pisanje: seminarske naloge in diplomska dela*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
9. Butler, Jeremy. 2002. *Television: critical methods and applications*. Mahwah: L. Erlbaum.
10. Coupland, Nikolas. 2001. Stylization, Authenticity and TV News Review. *Discourse Studies* 3 (4): 413–442.
11. Dahlgreen, Peter. 1995. *Television and the Public Sphere*. London: SAGE Publications Ltd.
12. Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
13. Fiske, John. 1990a. *Introduction to communication studies*. London: Routledge.
14. --- 2003b. *Television culture*. New York : Routledge.
15. Franklin, Bob. 1997. *Newszak and News Media*. London: Edward Arnold.
16. Goffman, Erving. 1981. *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
17. Hartley, John. 1992. *Tele-ology: Studies in television*. London, New York: Routledge.
18. Jacobs, Ronald N. 1996. Producing the news, producing the crisis: narrativity, television and news work. *Media, Culture & Society* 18 (3): 373–397.
19. Kaluža, Ludvik. 1982. Vprašanja besedilne fonetike. *Naš govor* (1): 21–37.
20. Kavčič, Bojan in Zdenko Vrdlovec. 1999. *Filmski leksikon*. Ljubljana: Modrijan.

21. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
22. Kranjc, Simona. 1999. *Razvoj govora predšolskih otrok*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
23. Laban, Vesna. 2007a. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
24. --- 2007b. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
25. Lengar Verovnik, Tina. 2009a. Specifike jezikovnih izbir novinarjev v radijskih novinarskih dvogovornih žanrih. *Teorija in praksa* 46 (6): 785–801.
26. --- 2010b. *Radijski novinarski dvogovorni žanri kot okvir jezikovnih izbir novinarjev: doktorska disertacija*. Ljubljana.
27. Luthar, Breda. 1992a. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
28. --- 1998b. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
29. --- 2008c. *Proizvodnja slave: politika v popularni kulturi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
30. Medved, Zoran. 1998. Gledanost informativnih oddaj upada. *Medijska preža* (3). Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/03/radio/> (18. april 2013).
31. Mittell, Jason. 2004. *Genre and television: from cop shows to cartoons in American culture*. London: Routledge.
32. Morse, Margaret. 1998a. *Virtualities: television, media art, and cyberculture*. Indianapolis: Indiana University Press.
33. --- 2004b. News as performance: The image as event. V *The Television Studies Reader*, ur. Robert Clyde Allen in Annette Hill, 209–225. London, New York: Routledge.
34. Muhič, Jani. 2013. Intervju z avtorico. Ljubljana, 7. maj.
35. O'Keeffe, Anne. 2006. *Investigating Media Discourse*. London: Routledge.
36. Pantti, Mervi. 2010. The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. *European Journal of Communication* 25 (2): 168–181.
37. Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.
38. Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan.
39. Planet TV. 2013a. *Danes na Planet TV*. Dostopno prek: http://www.siol.net/planet-tv/oddaje_in_serije/danes/o_oddaji/o_oddaji_danes.aspx (27. april 2013).

40. --- 2013b. *Voditelji informativne oddaje danes*. Dostopno prek: http://www.siol.net/planet-tv/oddaje_in_serije/danes/voditelji/predstavitev_voditeljev.aspx (26. april 2013).
41. POP TV. 2013a. *24UR*, 26. april. Dostopno prek: http://www2.24ur.com/bin/article.php?article_id=3150162 (26. april 2013).
42. --- 2013b. *Zgodovina*. Dostopno prek: http://pro-plus.si/slo/pro_plus/zgodovina/ (26. april 2013).
43. Rogelj, Živa. 2013. Intervju z avtorico. Ljubljana, 9. maj.
44. Skrivarnik, Petra. 2011. *Primerjava značilnosti spontanega in branega govora na komercialnih radijskih postajah in javnem servisu*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
45. Skubic, Andrej E. 2005. *Obrazi jezika*. Ljubljana: Študentska založba.
46. Smolej, Mojca. 2004. Členki kot besedilni povezovalci. *Jezik in slovstvo* (49) 5: 45–57.
47. Stanton, Nicky. 1996. *Mastering communication*. Houndmills: Macmillan press.
48. Tivadar, Hotimir. 2008a. Pravorečje, knjižni jezik in mediji. V *Slovenski jezik, literatura, kultura in mediji: 44. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*, ur. Mateja Pezdirc Bartol, 24–35. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete.
49. --- 2011b: Vzpostavitev razmerij med govorom in branjem, recitacijo in igranjem. V *Meddisciplinarnost v slovenistiki: Obdobja 30*, ur. Simona Kranjc, 489–495. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. Dostopno prek: <http://www.centerslo.net/files/file/simpozij/simp30/Zbornik/Tivadar.pdf> (12. april 2013)
50. tocnoto.si. 2013. *Vročje: Marko Potrč in Lili Žagar pripravljena na predčasni porod*. Dostopno prek: <http://www.tocnoto.si/vroce-marko-potrc-in-lili-zagar-pripravljena-na-predcasni-porod> (12. april 2013).
51. Tolson, Andrew. 2006. *Media talk: spoken discourse on TV and radio*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
52. Toporišič, Jože. 2004. *Slovenska slovnica*. Maribor: Založba Obzorja.
53. Thornton Caldwell, John. 1995. *Televisuality : style, crisis, and authority in American television*. New Brunswick: Rutgers University Press.
54. Turner, Graeme. 2002. The Uses and Limitations of Genre. V *The Television Genre Book*, ur. Glen Creeber, 4–5. London: British Film Institute.

55. Ule, Mirjana. 2005. *Socialna psihologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Verdonik, Darinka. 2006. *Diskurzivni označevalci v telefonskih pogovorih*. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije.
57. Verovnik, Tina. 2004. Govorjeni knjižni jezik v televizijskih dnevnoinformativnih oddajah: študija primera. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*, ur. Poler, Melita Kovačič in Monika Kalin Golob, 157–173. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
58. Vogrinc, Jože. 2007. Predgovor. V *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*, ur. Vesna Laban, 9–14. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
59. Vitez, Primož in Ana Zwitter Vitez. 2004. Problem prozodične analize spontanega govora. *Jezik in slovstvo* 49 (6): 3–24.
60. Wallis, Roger in Stanley J. Baran. 1990. *The known world of broadcast news: International news and the electronic media*. London: Routledge.
61. Zemljarič Miklavčič, Jana. 2008. Iskanje odgovorov na vprašanje govorjenega jezika. *Jezik in slovstvo* 53 (2): 89–106.
62. zurnal24.si. 2012. *Edi Pucer prvič očka*. Dostopno prek: <http://www.zurnal24.si/edi-pucer-prvic-ocka-clanek-153991> (12. april 2013).
63. Zwitter Vitez, Ana. 2008. O spontanem govoru. V *Spisi o govoru*, ur. Primož Vitez, 241–251. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Priloga A: Intervjuji z voditelji

Priloga A.1: Intervju z voditeljem oddaje 24ur Janijem Muhičem

1. Kako ste se pripravljali na vlogo voditelja informativne oddaje 24ur? Kaj vse je zajemalo izobraževanje?

Moje izobraževanje je bilo kar vseživljenjsko. Že ob prvem srečanju z mediji v srednji šoli, ko sem začel kot spiker na lokalnem radiu, sem se želel podučiti o veščini govora. Ker so mi bile takrat bližje naravoslovne vede in nisem študiral novinarstva, sem svoj govor izpilil na Radiu Slovenija. Sprva sem ga nadgradil prek govornih vaj, nato pa še v njihovi šoli za spikerje, končal sem tudi Šolo retorike, še danes pa nam pri našem delu z nasveti in usmeritvami na pomoč priskoči profesionalc Jure Longyka. Posebnih priprav za vodenje informativnih oddaj na POP TV pa nisem imel, verjetno ravno zaradi izkušenj in že opravljenih izobraževanj.

2. Kaj so prednosti vodenja novic v paru?

Prav gotovo govorno dopolnjevanje, oddaja je zato tudi bolj dinamična. Še ena glava in misli pri pripravi in oblikovanju napovedi zagotovo naredijo oddajo vsebinsko bogatejšo. In ne nazadnje, ženski obraz in stas sta nepogrešljiva.

3. Kako se pripravite na vodenje posamezne oddaje?

Oddajo začne sestavljati urednik že dan prej, voditelj se ekipi pridruži dopoldne, skupaj se pogovarjamo o pomembnosti, vrstnem redu, končna odločitev je nato urednikova. Pa vendar, ko voditelj sodeluje pri sestavljanju oddaje, se mu ves dan v glavi pletejo misli, ideje za navezave, napovedi, za katere pa vsebino prispevajo novinarji, ki osnovne podatke prinesejo s terena, kjer zgodbe in dogajanje neposredno spremljajo. Ko imava s sovoditeljico osnovne podatke, sestaviva napoved, ki pa se lahko z razvojem dogodkov še dopolni in spreminja tudi tekom oddaje.

4. Kako pripravite svoj govor? Si besedila napišete sami in jih nato preberete? Kolikokrat napisano besedilo preberete, da je v oddaji vaš govor tekoč?

Napisano besedilo preberem le nekajkrat, morda dvakrat, a le zato, da bi našel kakšne napake, ne z namenom, da bi ga bolj pravilno prebral. Brez adrenalina namreč ni dobre oddaje, le-ta mora biti tudi pri napovedi, da je res povedana in ne prebrana.

5. Kakšna navodila vam posredujejo uredniki? Kako morate oblikovati svoj govor?

Uredniki ne posegajo v način govora in pripovedovanja napovedi, pač pa postavijo oddajo. Skupaj se pogovarjamo o vrstnem redu in iščemo navezave, urednik pa nato odgovarja za vsebino. Brez osebne note pa napoved ni prava oz. ni tvoja.

6. V oddaji neposredno nagovarjate gledalce, zakaj oz. na kakšen način jih želite nagovoriti?

V oddaji želim ljudem pripovedovati, kaj se je zgodilo in kaj se dogaja. Ko gledalec prižge TV, voditelja povabi v svojo dnevno sobo. In če me nekdo povabi, se z njim pogovarjam, mu pripovedujem. To skušam narediti čim bolj sproščeno, ljudsko. Želim, da me ljudje razumejo, ne maram namreč napovedi, ki jih lahko zasledimo marsikje, v katerih se voditelji z uporabo tujk delajo pametne in zgolj hitro preberejo tisto, kar so jim napisali drugi. Sam tega ne maram in se tudi močno borim proti temu. Tako moje pripovedovanje zahteva tudi kakšno sekundo več v enourni oddaji.

7. Želite, da vaš govor deluje spontan?

Seveda. Ne le, da deluje, da je spontan, temveč je lahko spontan, če aktivno sodeluješ pri pripravi napovedi. Če ti jo napišejo drugi, s svojimi besedami, pa si le avtomat, bralec. Voditelj pa to zagotovo ne sme biti.

8. Koliko je pri govoru pomembna neverbalna komunikacija? Jo zavestno uporabljate?

Vsak človek komunicira tudi neverbalno. Največ neverbalne komunikacije je podzavestne, nezavedne in nanjo težko ali pa sploh ne moreš vplivati. Le zanemarljiv odstotek gest oz. mimike je moč odigrati ali pa jo zatreti že v osnovi. Neverbalna komunikacija napovedi doda noto, občutke. Tudi s tem v napoved dodaš samega sebe.

9. V oddaji velikokrat sproščeno kramljate s sovoditeljico in vaju pogovor deluje povsem sproščen. Vendar je pripravljen vnaprej, a ne? Koliko je to kramljanje med vama z voditeljico in pa tudi z voditeljico rubrike POP IN pripravljeno vnaprej? Vadita pred oddajo? Kolikokrat?

Pogovor s sovoditeljico je včasih v celoti dogovorjen, včasih pa je dogovorjena le tema. Če rubriko *POP IN* zaključijo s kakšno nenavadno, hecno informacijo, se je okleneva kot klop kože in že pred oddajo, a le, če je čas, iščeva odgovore nanjo. Pogostokrat je ta pogovor res spontan. In tu je treba biti še posebej previden, da v vsej spontanosti ne uide kakšna

neumnost, vsebini neprimerna misel, ki nima mesta v informativni oddaji. Sicer pa samega klepeta nikoli ne vadiva.

10. Kakšen je namen tega sproščene pogovarjanja med vami?

Biti sproščen do zdrave mere je prav, ker si povabljen k nekemu v dnevno sobo.

11. Med napovedniki prispevkov z voditeljico velikokrat pogledujeta drug proti drugemu. Zakaj, s kakšnim namenom?

To je neverbalna komunikacija. Včasih to storiš zavestno, večinoma pa podzavestno. Zavestno takrat, ko si predolgo v kadru in ne govoriš. Nesmiselno je nepremično gledati v kamero, ko govori sovoditelj. Tudi ko klepetamo ob kavi, gledamo sogovornika. Vedno gledamo tistega, ki govori. Samo tako lahko sodeluješ v pogovoru, če gledaš vstran, si ignorant in si pač misliš svoje, midva s Petro pa poslušava drug drugega.

12. Pogosto tudi pogledujete na liste, ki jih imate na mizi. Zakaj?

Velikokrat zgolj iz potrebe, da preverim, kdaj sem na vrsti, kje Petra konča, da si pogledam kakšno besedo, predvsem tuje ime ali priimek, ime kraja, pokrajine, ki mi dela težave. Včasih tudi prek slušalke dobiš obvestilo urednika, da naslednji prispevek še ni zmontiran, zato lahko na listih preveriš, kako bo šlo naprej in na hitro poiščeš drugačno navezavo. Lahko pa se tudi teleprompter, na katerem se nahajajo tvoje napovedi, zatakne ali pa je prehitro oz. prepočasen.

13. Kako vidite svojo vlogo voditelja informativne oddaje? Katera je vaša najpomembnejša naloga?

Osnovna, prav gotovo, je povedati gledalkam in gledalcem, kaj se je zgodilo, kaj se dogaja in kaj se še lahko zgodi. Kredibilno, na čim prijaznejši in razumljiv način podati vsebino ljudem, ki ti to dovolijo, ko prižgejo televizor in te povabijo v svoj dom. Če to počneš z veseljem in kolikor se sme in da prijazno, če si ob tem takšen, kakršen si, torej iskren, to gledalke in gledalci čutijo.

Priloga A.2: Intervju z voditeljico oddaje Danes Živo Rogelj

1. Kako ste se pripravljali na vlogo voditeljice informativne oddaje *Danes*? Kaj vse je zajemalo izobraževanje?

Sprva sem bila 15 let novinarka kulturnih vsebin na RTV Slovenija, in sicer najprej v uredništvu oddaje o kulturi, nato pa zadnjih 10 let v informativnem programu. Kasneje sem se odločila, da bom delala samo za informativni program, torej za Dnevnik in Odmeve, tako sem se že v tem času soočila tudi z vlogo voditeljice. Toliko bolj pa sem povezala voditeljstvo in urednikovanje, ko sem urejala Magnet. Nato sem bila kot novinarka že zelo vpeta v informativni program, zjutraj sem hodila na uredniške sestanke in zelo dobro sodelovala tudi z voditelji. Zadnje štiri leta sem sedela v redakciji Odmevov, kjer sem lahko zelo dobro opazovala, kako nastaja celotna oddaja ter predvsem, kako se voditelji pripravljajo nanjo. Ko pa so me povabili na Planet TV, je bil to zame velik izziv, saj sem morala iz javnega servisa prestopiti na komercialno televizijo. Tega preskoka sem se zelo veselila, tudi prehoda iz kulture na politika ter iz vloge novinarke v voditeljico. Seveda me je bilo sprva strah, nato pa sem ugotovila, da se bom lahko zelo veliko naučila od Marka, saj prihaja iz drugega novinarskega sveta kot jaz. Sama sem imela najmanj kilometrine v smislu vodenja, zato se moram žal učiti na svojih javnih napakah.

2. Kaj so prednosti vodenja novic v paru?

Od Marka sem se naučila veliko o vodenju, pripravi tekstov in samem obnašanju. Sploh od začetka je bil zame super šola, saj sem lahko od njega samo črpala, naučil me je namreč, kako postaviti napoved, da ni napisana po STA in da pritegne gledalce. Zapeljal me je v svet komerciale in ljudskosti, kjer je mali človek v ospredju. Še vedno, ko napišem tekst, Marko obrne dve besedi in je veliko boljši. Super je delati z njim.

3. Kako se pripravite na vodenje posamezne oddaje?

Midva z Markom pripravljava vsak svoj tekst, nato sedeva skupaj, da povlečeva nit, da določiva, kdaj se bova pogledala, kako bova kaj povedala in podobno. Nekako predvidevava, kako bova brala.

4. Kako pripravite svoj govor? Si besedila napišete sami in jih nato preberete? Kolikokrat napisano besedilo preberete, da je v oddaji vaš govor tekoč?

To se seveda razlikuje od dneva do dneva. Če se mudi, ni veliko časa, da zaigraš, kako boš nekaj prebral. Seveda pa si tekst vedno prebereš na glas. Moj govor je sicer počasnejši, ker tudi v svojem vsakdanjem govoru tako govorim, saj zraven razmišljam in iščem teme, ki bi jih zagrabila. Tudi berem raje počasneje, ker menim, da me bo gledalec bolj razumel. Tudi, ko gledam druge televizije, nihče ne hiti, da bi si pridobil 10 sekund. Nekatere napovedi sicer rada povem hitro, druge pa počasi, s premorom, poudarkom, čustvom, posamezne zelo neosebno, saj znotraj vsake napovedi gradim dinamiko. Tako so moje napovedi znotraj ene same oddaje povsem različne, in sicer predvsem zato, ker so seveda tudi teme različne. Neko podajanje informacij o tem, kaj so se dogovorili v vladi, je dokaj neosebno, medtem ko lahko v vse druge stvari dodaš veliko več čustev, kar pa zagotovo zahteva tudi drugačno dinamiko. Vsekakor ne moreš vse napovedi prebrati na isti način. Tudi vseh pravljic svojim otrokom ne beremo v istem tonu. Zato skušam v posamezno napoved dodati čustva, vendar pod tistim nivojem, čez katerega ne smeš iti. Včasih tako kar malce oponašam igralce, ker se mi zdi smiselno imeti različno dinamiko in podtone. Zagotovo ne bom nikoli, res nikoli v življenju na isti način prebrala besedilo, ki govori o tem, kaj se je zgodilo v vladi ter novico, da je oče ubil štiri otroke.

5. Kakšna navodila vam posredujejo uredniki? Kako morate oblikovati svoj govor?

Uredniki nikoli ne določajo, na kakšen način naj kaj preberemo. Njihovo navodilo je le, da besedila hitro preberemo. Jaz pa uveljavljam ravno nasprotno, z namenom, da me gledalec ne izgubi.

6. V oddaji neposredno nagovarjate gledalce, zakaj oz. na kakšen način jih želite nagovoriti?

Gledalce želim nagovarjati iz oči v oči, da dobijo občutek, da sem v njihovi dnevni sobi. Želim si zgraditi njihovo zaupanje. Skušam biti verodostojna, prijazna, spoštljiva do svojega sovoditelja in ljudi v studiu. Gledalci pa so seveda tisti, ki to precenijo.

7. Želite, da vaš govor deluje spontano?

Seveda, res pa se v njih vsebinah počutim bolj domače in tiste bolj suvereno, spontano preberem.

8. Koliko je pri govoru pomembna neverbalna komunikacija? Jo zavestno uporabljate?

Zelo rada imam sredozemski, mediteranski način govora z rokami, kar moram v studiu nadzorovati, zato uporabljam svinčnik. Včasih je dobro proti sovoditelju nakazati z roko. Z obrazom, gibanjem ustnic, odpiranjem in zapiranjem oči lahko v napoved dodaš veliko sebe, pri čemer še vedno ne greš preko osnovnega namena podajanja informacij.

9. V oddaji velikokrat sproščeno kramljate s sovoditeljem in vajin pogovor deluje povsem sproščen. Vendar je pripravljen vnaprej, a ne? Koliko je to kramljanje med vama z voditeljem in pa tudi z voditeljem oz. voditeljico Športa pripravljeno vnaprej? Vadita pred oddajo?

Nekatere stvari so dogovorjene vnaprej. Bolj kot gre oddaja h koncu, predvsem pri predzadnji in zadnji odpovedi ter tudi pri prehodu na šport, dobiva s sovoditeljem kakšno idejo ali pa slišiva zanimiv stavek, ki ga hitro pograbiva in uporabiva pri naslednji napovedi. Včasih tako kar malce improvizirava.

10. Kakšen je namen tega sproščenega pogovarjanja med vami?

Midva se rada šaliva drug iz drugega, saj se ne bojiva, da bi nama padla krona iz glave. Sva človeka in ne nekdo, ki bere vse črke iz bobna.

11. Med napovedniki prispevkov se voditelji veliko pogledujejo drug proti drugemu. Vidva s sovoditeljem tega ne počneta, zakaj?

Midva z Markom se od začetka ne gledava, ker govoriva resne novice in v tistem trenutku nagovarjava gledalce, ne drug drugega. Govoriva torej resne stvari in zato je potrebno človeku zreti v oči, če želiš, da informacija pride do njega. Proti koncu, ko se teme rahljajo, ko sledijo družabna srečanja, se lahko nasmejimo in gledamo drug drugega. Zato se midva samo na koncu oddaje ali pa, če je kaj res smešnega v prispevku, nasmehneva drug drugemu. Pogledovanje kot tako pa je le neka forma.

11. Pogosto tudi pogledujete na liste, ki jih imate na mizi. Zakaj?

Zelo velikokrat se nam je že zrušil boben in takrat so papirji tisti, ki jih moraš imeti, drugače pravzaprav nimaš teksta. Približno se sicer spomniš, kaj moraš povedati, vendar pa se včasih nenačrtovano zamenja vrstni red ali pa se kakšna sprememba prehitro odvije in takrat se lahko izgubiš. Zato pač moraš imeti papirje.

12. Kako vidite svojo vlogo voditeljice informativne oddaje? Katera je vaša najpomembnejša naloga?

Ljudem želim na preprost, prijazen in spoštljiv način podajati informacije. To je zame najpomembnejše. Želim, da me gledalci razumejo, da razumejo res vsak stavek. Zato tujko včasih raje nadomestim z domačim izrazom, da se z gledalci res razumemo.