

4.3. PRIMERJAVA MED TELEVIZIJSKO IN FILMSKO PRODUKCIJO

4.3.1. Pomen besed

SSKJ - Slovar slovenskega knjižnega jezika opisuje besedo „film“ kot (1) „umetniško delo na filmskem traku“ in (2) „ustvarjanje, katerega izrazna oblika je umetniško delo iz slik na takem traku“, poleg tega tudi kot (3) „filmsko proizvodnjo, filmsko industrijo“.

Pomen besede „televizija“ v različnih rabah zajema: (1) vsebinsko produkcijo, njeno programsko zasnovo (2) sistem oddajanja („prenašanje slik negibnih ali gibajočih se bitij, stvari skupaj z zvokom po radijskih valovih na daljavo“, SSKJ), (3) množični medij, (4) posamezno institucijo oz. podjetje in (5) napravo za reprodukcijo vsebine (pravilno „TV sprejemnik“).

4.3.2. Produksijske faze

zajemajo pri filmu produkcijo, distribucijo in prikazovanje. Segment produkcije lahko pri filmu razdelimo na:

- zasnova in nastanek scenarija (producent ponavadi da pobudo za nastanek scenarija, ali pa ga izbere izmed najboljših „na trgu“);
- predprodukcija (oblikuje se filmski projektni načrt in proračun, ki producentu omogoči najem ekipe in tehnologije);
- snemanje (udejanjanje scenarija na filmskem traku in drugih nosilcih);
- postprodukcija (montaža, glasba, posebni učinki, obdelava zvoka ...).

Produkcija predstavlja časovno le približno polovico procesa nastajanja filma. Ko je film narejen, ga distributer posreduje na tržišče, med porabnike (kinematografi, izposoja in prodaja kaset oz. DVD-jev, televizija, vse močnejše tudi internet itd.). Z hitrim razvojem videoreprodukcijskih tehnologij za domačo rabo („home cinema“) se pomen kinematografov kot osrednjih distributerjev filma zmanjšuje (že vse od šestdesetih let 20. stoletja upada prodaja kino kart!). In vendar, kljub razvoju videotek in DVD distribucije, kino ohranja nezanemarljivo vlogo prostora kolektivne izkušnje filmskega izdelka, ki v okolju t. i. „multipleksov“ pridobiva tudi dodatne, večinoma zabavne vsebine in oblike (igre, animacija, zabavišča, odrske vsebine, ples).

TV produkcija zajema predvsem dve fazi: produkcijo in prikazovanje, saj je distribucija v primeru televizije pravzaprav sestavni del faze prikazovanja, saj gre za neposredno distribucijo izdelka v eter. Povečini je omejena na programski koncept posameznega TV programa oz. TV hiše/postaje. Večje TV postaje prodajajo svoje izdelke drugim (praviloma manjšim) postajam, saj si slednje ne morejo privoščiti finančno oziroma organizacijsko zahtevnih produkcij. Prav tako je vse pogostejši pojav prodajanja zgolj avtorskih pravic za koncept oddaje (npr. kvizi, pogovorne oddaje, solo in resničnostni šovi), lahko se prodajo (ali oddajo) tudi posamezni člani ekipe (npr. voditelji, režiserji).

Pomemben **alternativni distribucijski medij** izdelkov TV produkcije je **internet**. Poleg spletnega oddajanja v živo omogočajo dostopnost TV vsebin predvsem spletni arhivi oddaj (npr. BBC www.bbc.co.uk/tv/ ali RTV SLO www.rtvsl.si). Kombinacija TV in WWW omogoča asinhrono in na zahtevo („on-demand“) spremljanje TV oddaj in drugih (različno segmentiranih) vsebin, v tem smislu torej interaktivnost. Z **digitalnim načinom oddajanja** se razširjajo možnosti dodatnih storitev in interaktivnih procesov. **Digitalizacija** zajema in obdelave slike ter zvoka je pomembna tudi zaradi možnosti poenostavitev in boljšega nadzora nad pretokom podatkov znotraj studia oz. TV hiše.

Fazo TV produkcije lahko razdelimo, podobno kot pri filmu, na:

- nastanek programskega predloga (urednik oz. izvršni producent, v sodelovanju z novinarji in drugimi avtorji ter celotno ekipo, navadno da pobudo za novo oddajo, ki jo poprej umesti v programsko shemo določenega programa oz. TV postaje, poskrbi pa tudi za njeno tržno zanimivost; predloge lahko zbira znotraj kolektiva ali celo preko javnega natečaja);
- predprodukcija (iz ideje oziroma sinopsisa se oblikuje scenarij, na katerem temelji televizijski skript, ta pa omogoča izdelavo projektnega načrta, ki vsebuje tudi proračun in producentu

- omogoči načrtovanje virov - oblikovanje ekipe in tehnično, prostorsko ter časovno organizacijo);
- snemanje (udejanjanje zamisli oz. produkcijskega projekta);
- postprodukcija (montaža, segmentacija, glasbena podlaga, posebni učinki, obdelava zvoka ...).

Kot tudi film, je vsaka TV oddaja praviloma **kolektivni produkt**. Uspešne OMB („One-Man-Band“) produkcije so še zmeraj velika redkost. Nezadržen pa je vendarle prodor profila „**video reporter**“, ki naj bi samostojno zasnoval prispevek, posnel in novinarsko ter tehnično obdelal material, vse do končnega izdelka: Poprej sta reportersko ekipo sestavljali praviloma vsaj dve osebi – snemalec in novinar. Tak prispevek se navadno vključi v širšo shemo določene (informativne, športne, zabavne itd.) oddaje, ki jo vodi eden izmed avtorjev prispevkov, ali pa jo avtorji prispevkov vodijo izmenično. Racionalizacija vseh produkcijskih procesov (krčenje ekip, digitalizacija) označuje vse korenitejšje spremembe v aktualnem načinu delovanja TV postaj, od sodelujočih pa zahteva neprestano učenje in prilagajanje hitro se spreminjajočim razmeram (tehnologije, razmere na trgu, kulturni in politični trendi).

4.3.2.1. Čas realizacije

Obdobje od prvotne ideje, ki se porodi avtorju filma pa do prikazovanja filma gledalcem traja v povprečju dve leti, zaradi digitalizacije tehnologij, hitrejših komunikacij in boljše mobilnosti ljudi - in nenazadnje zaradi vse večjega pritiska trga ter konkurence - so vse pogostejše tudi zgolj nekajmesečne produkcije „od ideje do realizacije“. Vsak filmski proizvod je unikaten, postopki pa so do neke mere standardizirani – podobno kot pri televiziji, kjer pa je standardizacija produkcijskih postopkov še močnejša zaradi kratkih produkcijskih časov (serije, tedenska programska shema). Še do nedavnega je bil filmski posel izredno drag in tvegan in še danes okoli 70% filmov finančno propade. Možnosti nižanja produkcijskih (pa tudi distribucijskih – npr. internet) stroškov omogočajo preživetje tudi manjšim produkcijskim skupinam in podjetjem za distribucijo.

Čas realizacije „od zamisli do izvedbe“ je pri televizijski produkciji občutno krajši kot pri filmski. Razlikuje se tudi glede na posamezno zvrst – pregled novic lahko nastane v pičli uri, vendar je pred tem potrebno več ur posameznega novinarskega dela (na daljavo oz. na terenu), vzpostavljena mora biti tudi ustrezna **produkcijska podpora** (priprava studia, opreme, usklajeni in upoštevani protokoli dela itd.). TV nanizanke v lastni („hišni“) produkciji se snemajo sproti, včasih celo glede na odzive gledalcev (velik pomen internetne podpore oz. razširitve ponudbe, npr. v obliki forumov). Kakovosten dokumentarec ali raziskovalni novinarski prispevek lahko nastaja tudi več let, odvisno od **aktualnosti teme in zanesljivosti informacij** (minljivost!). Televizijske oddaje so redkeje unikati (predvsem avtorske oblike – npr. dokumentarec, arhivski prispevek ipd.), pogostejše gre za strukturiranje po predlogi - TV nadaljevanke, novice, kontaktne oddaje, varieteji in solo šovi, tudi športne oddaje itd. Imajo vsi bolj ali manj predvidljive in preverjene strukture (na katere se lahko gledalec zanes). Televizijske hiše (še posebej t. i. „nacionalke“) so pomembni arhivi audiovizualnih dokumentov, ki sčasoma pridobivajo na zgodovinski in kulturni vrednosti.

4.3.3. Scenarij

Pred samim filmskim scenarijem (ang. „screenplay“) nastane **sinopsis** – idejna predloga, kratka vsebina oz. zamisel filma. V sinopsisu se na kratko opiše osrednje dogodke in like, kje nastopajo, kdaj, kaj in zakaj se v filmu zgodi itd. Nato se avtor ideje (sam ali v timu) loti pisanja celotnega **scenarija** - dogodke razdeli na prizore in jih opiše jezikovno razumljivo in vizualno predstavljivo. Utemelji tudi dialoge, in jih razdeli do te mere, da delujejo realistično - „živo“. Zamisli si potek prizora in ga na kratko oriše. Pri povprečnem scenariju pomeni tipkana stran okrog minuto filma – scenarij celovečernega filma bi naj obsegal okrog sto strani. Struktura scenarija navadno ustreza strukturi dogodkov, kakor jo poznamo še iz časa grške tragedije – dramski trikotnik: dogajanje se lahko znajde na vrhuncu enkrat ali večkrat zapored, pred njim poteka zaplet, po njem pa razplet dogajanja. T. i. dramski vozli, ki dogajanje dodatno za- in razpletajo skrbijo za posebno (mikro)dinamiko filma – odvisno od njegovega žanra (npr. v dokumentarnem filmu zapletov skoraj ni, prevladuje enakomeren pripovedi način). **Snemalna knjiga** (ang. „storyboard“) je tehnično obdelan scenarij po posnetkih, podoben je stripu ali fotostripu. Pogosto jo izdela režiser, da ekipi (snemalcem, igralcem) lažje vizualizira prostorske pozicije igralcev, scene itd. Opiše tudi osnovne podatke, ki omogočajo asinhrono snemanje materiala glede na optimalno izrabo virov (različne lokacije, posebne sposoja opreme itd.): zaporedno številko posnetka, trajanje, plan, postavitev kamer, luči itd.

V primeru TV produkcije gre navadno za trofazni proces od **sinopsisa** (okvirna ideja), preko **scenarija**

(podrobnejši potek, besedilo) do **televizijskega skripta** (tehnikalijske, napotki za snemanje). Zasnovo scenarija oziroma produkcijske predloge (skript) lahko umestimo na daljici med poloma **invencije** (kreativne, nove oblike in vsebine) in **konvencije** (znane, ustaljene strukture in vsebinski vzorci TV izdelkov). Močno konvencionalne oblike imenujemo televizijske „žanre“, pri katerih lahko tako producent (in vsa ekipa) kot gledalec računa z večjo mero določenih, nespremenljivih vsebinskih ter strukturnih elementov. Temeljijo na ustaljenih formulah produkcije – zasnova zgodbe, liki, okolje, načini snemanja in montaže, kostumi, scenografija ipd. (Glej poglavje 4.3.6.2.)

4.3.4. Družbeni pomen

Film je še zmeraj osrednji **prenašalec zgodb** – človeških usod (posameznih, kolektivnih), zgodovinskih (ne)resnic, kratkočasnih vsebin itd. Poprej so to vlogo opravljali ustno izročilo, literatura, gledališče, zgodovinoписje, in film je pogosto nekakšna kombinacija njihovih funkcij. (Funkcijo zabave in sprotnega informiranja je prevzela TV). Vse bolj se film uveljavlja tudi kot posredovalni, pa tudi **komentatorski in refleksivni medij kultur(e)** – ločenih etnografsko (npr. Romi, Židje), geografsko (prikazujejo npr. „življenje v oddaljenih deželah“), subkultur znotraj posameznih družb (npr. kultura mladih), njihovih manjšin (npr. istospolno usmerjeni, matere samohranilke, priseljenci). Statistično najpogostejša raba (kot namen potrošnje) filma je seveda **zabava in kratkočasje**. Vendar pa film kot avtorski izdelek (t. i. „umetniški“ ali „avtorski“ film) pomembno prispeva k predstavljanju **drugačnih, svežih pogledov na svet**, življenje, resničnost... Družbeno pomembna sta tudi (produkcijsko) **neodvisni** in (vsebinsko/oblikovno) **eksperimentalni film**.

Filme pogosto (a vse redkeje!) gledamo v okviru televizijskega programa kot distribucijskem mediju filma. Poleg zabave in kratkočasje bi naj bila osrednja družbena vloga **televizije** izobraževalna, poučna – vendar to vse bolj velja le za t. i. „državne“ televizijske postaje, zavezane nacionalni izobraževalni agendi (pri nas RTV Slovenija). Pomembna družbena vloga televizije je tudi **posredovanje političnih vsebin** (npr. „Parlamentarni. kanal RTV“, soočenja kandidatov) in **oblikovanje javnega mnenja** nasploh. Nezanemarljivo vlogo ima televizija tudi na področju trženja – **televizijski oglasni prostor/čas** je eden najpomembnejših ekonomskih dejavnikov, tako za televizijske hiše, kot tudi za ponudnike izdelkov in storitev (naročniki oglasnih vsebin). Televizijske hiše navadno nudijo tako izdelavo („od zamisli do realizacije“) kot prikazovanje oglasnega spota – reklame. Televizija je pomemben dejavnik vzdušja in komunikacije **v družinskem, domačem okolju** (tudi kot nadomestek za tradicionalno „ognjišče“, ponekod tudi za „okno v svet“), izjemnega pomena je tudi v **kulturi mladih**. Vse večjo težo pridobiva tudi kot **dodatni vir informacij in zabave na javnih mestih** (lokali, izložbe). **Problematika prikazovanja nasilja, spremembe človekove samopodobe in podpraznega oglaševanja** preko TV je še posebej pereča pri otrocih in mladini, nezanemarljiv je tudi pojav **odvisnosti od gledanja televizije**.

4.3.5. Produkcijska ekipa in vloge

4.3.5.2. Film

Producent navadno zbere denar za snemanje in je odgovoren za organizacijo celotnega procesa produkcije (od logistike opreme in ljudi, do priprave lokacije, pridobivanja dovoljenj itd). Pomaga mu (glede na zahtevnost projekta) eden ali več izvršnih ali nadzornih producentov. V ameriški filmski produkciji ima producent močno vlogo in vpliva na končni izdelek, na njegovo vsebino in obliko, skrbi predvsem za njegovo promocijo in tržni obstoj. V evropski produkciji ima glavno besedo režiser, producent pa mu v glavnem pomaga pri realizaciji njegove zamisli in vodenju produkcijske ekipe. Evropski produkcijski način zadobiva vse več potez ameriškega („tržnega“, „holivudskega“), vendar tudi ameriška produkcija izkazuje vse več potez evropskega („avtorskega“, „umetniškega“) filma. Producent je odgovoren za finančni uspeh filma (razmerje med porabljenim denarjem in kakovostjo filma v fazi produkcije in nato distribucija filma).

Režiser je vodja celotne filmske ekipe. Odgovoren je za vsebinsko, oblikovno in „umetniško“ kakovost končnega izdelka. Scenarij naj bi združil s tem, kar v produkcijski proces prinesejo drugi soavtorji – igralci, snemalci itd. Režiser izbere filmsko ekipo (snemalce, montažerje, igralce itd.). Pri večjih filmskih projektih režiserju pomagajo mnogi pomočniki (**asistenti režije**), ki skrbijo za opremo in pozicijo kamer, mikrofонов, pravilno sosledje snemanja itd. **Tajnik režije** skrbi tudi za doslednost kostumov, prostora, zornih kotov itd. in beleži potek snemanja (kadri). Pri izboru igralske ekipe pogosto pomagajo strokovnjaki za t. i. „kasting“. Pod režiserjevo taktirko so seveda tudi **maskerji, frizerji, rekviziterji, kostumografi in ostali dragoceni člani podporne ekipe...**

Vodja snemanja (angl. „director of photography“) izbere snemalno opremo in nato vodi snemanje slike

(navadno sam vodi prvo, osrednjo kamero, in daje navodila drugim snemalcem), zvoka (tu lahko pomaga mojster zvoka in njegova tehnična ekipa - „**tonci**“) in razsvetljavo (tu lahko pomaga mojster svetlobe in njegovi pomočniki „**lučkarji**“). Skupaj z režiserjem poiščeta lokacije, prave perspektive in kote posnetkov, uskladiata gibanje kamere itd. Odgovoren je za kvaliteto slike, pogosto tudi zvoka, zato predlaga režiserju optimalne rešitve glede na tehnične in okoljske pogoje.

Montažer je odgovoren za kompozicijo posnetkov (dramsko strukturo) in vizualni ritem filma. Posneti material sestavi v končni izdelek. Sam lahko poskrbi za **glasbeno podlago in zvočne učinke**, ali pa to vlogo prepusti drugim strokovnjakom oz. avtorjem. Posebne učinke lahko prepusti kolegum (tudi **animatorjem**, npr. pri mešanih žanrih), kar je posebej pomembno pri digitalni obdelavi posameznih posnetkov in filma v celoti.

Igralci skrbijo za čim boljšo pripravo na vlogo (psihologija in fiziologija lika, jezik, dialog). Medsebojno se morajo dobro uskladiti, „uigrati“ se morajo ne le v svojo vlogo, temveč tudi v delovno okolje in skrbeti za čim boljše vzdušje v (pogosto številni) igralski ekipi. Soočati se morajo tudi s problemi hierarhije vlog...

Predvsem pri avtorskem filmu mnoge od navedenih vlog sovpadajo, se mešajo in kombinirajo. Režiser je pogostoma tudi koproducent, (so)avtor scenarija, celo (so)avtor glasbe itd. (npr. Alejandro Amenábar v filmu „Morje v meni“), včasih poprime tudi za kamero ali zvočno mešalno mizo...

4.3.5.2. TV

Vloga producenta je danes v TV produkciji vse pogostejše pomešana s tradicionalno vlogo urednika (v ameriškem načinu produkcije bolj, manj pa v evropskem), pa tudi s tradicionalno vlogo režiserja. V evropskem načinu TV produkcije ima pomembnejšo vlogo **režiser**, ki skupaj s producentom (oziroma producentsko skupino) jamči za kontinuirano kakovost produkcije – pomaga mu tudi asistent režije. Režiserska vloga naj bi se bolj osredotočala na avtorsko - vsebinsko in strukturno plat izdelka, producenta pa na organizacijsko plat produkcije (prostori, časovnica, tehnologija, sodelujoči). Vloga producenta je odvisna tudi od velikosti TV hiše oziroma podjetja – nekateri producenti npr. nadzorujejo celotne programe ali vsaj segmente programov, skrbijo za ohranjanje kakovosti in rednost/zanesljivost produkcije v kratkih časovnih intervalih (npr. „tedenske oddaje“), manj pa se ukvarjajo s samim procesom ustvarjanja izdelka. Njihova vloga se ponekod pokriva tudi z **uredniško** funkcijo (npr. „urednik otroškega programa“), ki naj bi obsegala odgovornost in odločanje za programsko in vsebinsko zasnovo. Uredniška vloga je pogosto povezana tudi z **redaktorsko**, ki naj bi zajemala predvsem vsebinsko izbiro in urejanje materiala za določen prispevek.

Producenti (posebej v svojih mešanih vlogah – npr. redaktorski, uredniški) danes lahko skrbijo tudi za scenarij oziroma proces razvoja od sinopsisa do televizijskega skripta (ali vsaj za izbiro njegovega avtorja), sceno, izbiro igralske/novinarske zasedbe in tehnične ekipe itd. Zelo pomembna je njihova vloga v t. i. „**srednjem managementu**“ („mid-management“), kjer skrbijo za kakovost izdelka ter delovnega procesa na podlagi ustreznega opredeljevanja kompetenc („*kdo počne kaj, kdaj, pod kakšnimi pogoji, za koliko itd.*“) in si prizadevajo za pozitivno in kreativno delovno klimo. Tako lahko deloma celo ključno posegajo v vsebino in strukturo izdelka. Vse pomembnejša je tudi vloga producenta pri trženju oddaje kot izdelka (znotraj in zunaj TV hiše oz. podjetja). V zahtevnejši TV produkciji poznamo več tipov producentov (npr. **izvršni** – finance in/ali osnutek izdelka, **pomožni, asistent** – pomočnik izvršnega, **nadzorni** – nadzor kakovosti in produkcijske kontinuitete), navadno pa gre za kombinacije teh vlog v eni osebi. V slovenskem prostoru in evropski TV produkciji urednik navadno skrbi za programski vidik, producent in režiser pa za produkcijskega. V ameriški produkciji (območje ZDA in dežele pod njihovim vplivom, torej tudi del Srednje Amerike, JV Azije in nenazadnje evropske TV postaje v ameriški lasti) je oblikovanje programa posamezne TV hiše bolj ali v celoti podvrženo producentu (ki je pogostoma tudi večinski lastnik podjetja), s tem pa vodeno bolj z vidika trženja - tekmovalnih strategij, principov gledanosti, vsestranske politične korektnosti (?) itd.

Montažer je odgovoren za kompozicijo posnetkov in ritem posnete oddaje oz. prispevka, podobno kot pri filmu (le da so produkcijski časi nemalokrat bistveno krajši). Montažo slike v živo izvaja režiser oz. režijska ekipa. Pri obeh vlogah sta pomembna dobro tehnično znanje in obvladovanje orodja na eni ter iznajdljivost in kreativnost na drugi strani. Dodatno montažersko vlogo lahko prevzame tudi **glasbeni opremljevalec**, ki se ukvarja z zvočnim ozadjem, posebnimi zvočnimi učinki ali glasbenimi vložki. Vedno večji pomen imajo tudi pri TV produkciji **grafični oblikovalci** in **animatorji**, ki skrbijo za špice in posebne učinke ter mešano sliko (realni in fantazijski elementi/figure v enem prizoru).

Snemalec oziroma kameraman skrbi za kakovostno slikovno in včasih tudi zvočno gradivo. Večje studijske TV ekipe imajo glavnega ali prvega kamermana (pogosto podpisan tudi kot „direktor

fotografije“) za osrednjo ali kako drugače najpomembnejšo (npr. prenosno - steadycam) kamero, drugega kamermana in več pomožnih snemalcev (npr. za dodatne perspektive). Večino TV oddaj je mogoče „pokriti“ z dvema ali tremi kamerami, kompleksna scenografija pa jih lahko zahteva tudi do deset. „Snemalec“ se uporablja kot splošna poklicna kvalifikacija, v stroki pa njegovo delo označuje samostojno terensko snemanje izven studija. „Kamerman“ pa za razliko od snemalca pomeni režiserju podrejeno vlogo v (navadno studijski) produkcijski ekipi. Osrednja razlika med obema naj bi bila tudi pravica do avtorstva – medtem ko je studijski kamerman pri svojem delu podvržen taktiki režiserja oz. producenta, snemalec na terenu o posnetku (tehniko, estetiko) odloča bolj ali manj samostojno (če seveda odmislimo vpliv terenskega novinarja, poprejšnja navodila režiserja itd.).

Za osvetljavo scene in posnetkov skrbi **oblikovalec luči** („lučkar“ oz. **osvetljevalec** pa izvaja osvetljavo po njegovih navodilih). **Tonski mojster** skupaj s **tonskimi tehnikami** skrbi za ustrezno usklajen (zmešan ali „zmiksani“) zvok na posnetkih. Pomemben del produkcijske ekipe je tudi **oblikovalec scene (scenski delavci)** izdelajo in postavijo sceno po njegovih navodilih, prav tako **kostumograf** oz. **garderober**, **masker**, nenazadnje tudi **podporna ekipa**, ki skrbi za brezhibno delovanje tehnike, dobro počutje vse ekipe (hrana in pijača, toplota, zasebnost), komunikacijo med produkcijskimi skupinami, varnost oseb, prostora in stvari, čistočo itd. Podobno velja tudi za filmsko produkcijo. Pri prenosu TV signala so pomembni tudi **inženirji in vzdrževalci**, ki skrbijo za oddajniški sistem in prenos TV signala (zemeljski, radiodifuzni, analogni/digitalni).

Avtorji prispevkov so povečini **novinarji**, nekateri od njih postanejo tudi **voditelji** oddaj. Za voditeljstvo ni nujno potrebna novinarska izobrazba (čeprav je navadno velika prednost), bolj so pomembni sposobnost nastopanja in vodenja pogovora ter nenazadnje fotogeničnost in simpatičnost oziroma karizma kot zapleten skupek lastnosti. Pri zasnovi oddaj, včasih pa tudi v procesu snemanja, pogosto sodelujejo **zunanj strokovnjaki** (npr. zgodovinarji in drugi znanstveniki pri dokumentarnih zvrsteh). Pomembno vlogo igrajo tudi zunanji **gostje v studiu**, ki so bodisi znana imena in obrazi ali „brezimni slehniki“, ki se vključujejo v oddaje posamezno kot sogovorniki, tekmovalci ali kolektivno kot navzoča publika - ali pa nenazadnje kot „žrtve“ šova (npr. skrita kamera). **Igralci** so povečini profesionalci, v produkcijsko bolj razvitih okoljih (v Sloveniji praviloma ne) se posamezni igralci specializirajo za posamezne vloge (karakterni igralci) ter nastopajo izključno na televiziji (ne pa tudi na filmu ali v gledališču).

4.3.6. Oblike, zvrsti, žanri

4.3.6.1. Film

Ločimo celo vrsto filmskih **zvrsti** glede na različne kriterije:

Npr. glede na **dolžino**:

- Dolgometražni film (celovečerni): več kot 80 min
- Srednjemetražni: 30 do 80 min
- Kratkometražni: do 30 min
- Spot ali klip (npr. reklamni, glasbeni)

Glede na **produkcijski način** (pogosto institucijska produkcija, blizu TV):

- Izobraževalni in poljudnoznanstveni film
- Potopisni film
- Arhivski film

Glede na **oblikovne značilnosti**:

- Alternativni oz. eksperimentalni film (oblikovna inovativnost, „filmske subkulture“)
- Animirani film
- Igrani

Žanr (genre) obravnava vsebino filma z vidika oblike in vsebine oz. t. i. „filmske estetike“. V žanre navadno uvrščamo samo igrane avtorske filme.

- Akcijski filmi
- Kriminalke
- Melodrama (osnovna tema je ljubezen)

- Westerni
- Glasbeni
- Legende in pravljice
- Filmski romani
- Komedije
- Burleske
- Zgodovinski spektakli
- Vojni filmi
- Grozljivke
- Znanstveno fantastični
- Animirani (celovečerci)
- Erotični
- ...

4.3.6.2. TV

Ločimo celo vrsto TV produkcijskih **zvrsti glede na različne kriterije**:

- glede na tematiko
- glede na ciljno populacijo (generacijska opredelitev, subkulture, skupine s posebnimi potrebami)
- dolžina: dolgo- / srednje- / kratkometražne oddaje (težko določljiva minutaža, navadno do 10, med 10 in 30 in več kot 30 minut)
- avtorstvo: samostojno / kolektivno / redkeje institucijsko
- fikcijske / nefikcijske zvrsti
- posnete oddaje / oddaje v živo
- vsebinska zgradba: pripovedna / nepripovedna (manj povezana, nelinearna struktura - „mozaik“)
- programski kontekst („prvi“, „drugi“ program, specializirane TV postaje in programi)
- ...

Izbor najvidnejših TV oblik ter tipični primeri iz slovenskega in mednarodnega prostora (večinoma vsebujejo večje ali manjše deleže večih zvrsti):

- Otroške in mladinske oddaje – zabavne/poučne (Radovedni taček, Živžav, Pod klobukom, Štafeta mladosti)
- Animirane nanizanke (South Park, Simpsonovi, Bizgeci), primarno za odrasle
- Risanka (Smrkci, Telebajski), primarno za otroke
- Pogovorne oddaje in intervjuji – izključno pogovor (Polnočni klub)
- Soočenja (Trenja, Tarča)
- Resničnostne nanizanke (Cops - „policijski vsakdan“)
- Resničnostni šovi (Bar, Dirka)
- Kvizi (Milijonar, Najšibkejši člen)
- Reklamni spoti (organizirani v reklamni blok)
- Reklamne oddaje (Stop Shop, TV prodaja)
- Glasbeni spoti, pogosto organizirani v:
- Glasbene oddaje (Sobotna noč, Videospotnice)
- TV drama (različne teme, navadno v obliki nanizanke: medicina, detektivske oblike, pravo, sci-fi, akcijske, zgodovinske, limonada)

- Tematske informativne oddaje (npr. kulturne, računalniške, kmetijske itd.) urednikovane in vodene, več prispevkov z enega področja (npr. Osmi dan - umetnost, Resnična resničnost - računačništvo, Ljudje in zemlja - kmetijstvo)
- Dokumentarne oddaje in nanizanke (National geographic)
- Turistične in popotniške oddaje (Turistika, Čez planke)
- Športne oddaje (Š - športna oddaja)
- Vsebinske oddaje za interesne skupine in subkulture (avtomobilizem, vrtičkarstvo itd.)
- Sitkomi (Princ z Belaira, Črni gad, Klinika)
- Prenosi pomembnih dogodkov v živo (kulturni, športni, politični dogodki)
- Solo variete (HRI-BAR, Spet doma) – bolj ali manj avtorski pristop
- Mozaične oddaje (Tistege lepega popoldneva, Labirint)
- Verske oddaje (Ozare, Obzorja duha)
- Kulinarične oddaje (Čari začimb)
- Mešane informativne in novinarske oblike (Studio City, Izzivi, Zrcalo tedna)
- Novice (TV Dnevnik, Tednik), pogosto mešane z drugimi informativnimi oz. novinarskimi oblikami
- Posebej prilagojene oddaje (npr. Zgodbe iz školjke)
- Arhivske oddaje
- ...

Sklopi arhiva RTV Slovenija:

- Informativne oddaje
- Izobraževalne oddaje
- Kulturno umetniške oddaje
- Otroške in mladinske oddaje
- Razvedrilne oddaje
- Športne oddaje
- Verske oddaje

VIRI:

Mihaljčič, Zlatko: Neobjavljeno gradivo za predmet „Osnove multimedijev“, tema: „KRATEK UVOD V FILMSKO PRODUKCIJO“ ACADEMIA, 2006. **(Posebna zahvala!)**

Chapman, Jenny in Nigel Chapman: *Digital Multimedia*. Wiley & Sons, Chichester 2004.

Kindem, Gorham: *Introduction to Media Production*. 3. izd. Focal Press, London 2004.

The Encyclopedia of television (The Museum of Broadcast Communications):

www.museum.tv/archives/etv/index.html

RTV Slovenija – www.rtvsl.si

BBC TV – www.bbc.co.uk/tv

SSKJ - <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>

Specifični viri (wikipedia.org):

http://en.wikipedia.org/wiki/TV_production

http://en.wikipedia.org/wiki/Film_crew

http://en.wikipedia.org/wiki/Film_industry

<http://en.wikipedia.org/wiki/Pre-production>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Post-production>

http://en.wikipedia.org/wiki/Distribution_%28film%29

DODATEK: „MOČ MONTAŽE“ - „Sunday Bloody Sunday“ „funny video“ ([screwloose45: rx2008](http://www.youtube.com/watch?v=PXnO_FxmHes)) - http://www.youtube.com/watch?v=PXnO_FxmHes ;

Primerjaj z izvornim besedilom legendarne protivojne pesmi skupine U2 na www.azlyrics.com/lyrics/u2/sundaybloodysunday.html

Nekatere pravice pridržane. Vsebina avtorsko zaščitena po licenci Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/>), ki dovoljuje nekomercialno kopiranje, razširjanje, izvedbo in nadgradnjo ter spreminjanje dela pod pogojem navedbe prvotnega avtorja. V primeru nadgradnje ali spremembe vsebine oziroma oblike je razširjanje dovoljeno le pod enakimi licenčnimi pogoji, ki jih je potrebno navesti. Vsakega od licenčnih pogojev je mogoče spremeniti z dokazljivo privolitvijo avtorja - pETERPurg, 2006.