

OŠ LAVA CELJE



RESNIČNOSTNE ODDAJE SKOZI OČI OSNOVNOŠOLCEV

RAZISKOVALNA NALOGA

Avtorji:

Tim Erjavec, 8. a

Rok Herman, 8. a

Marko Stojanović, 8. a

Mentorica:

Andreja Golouh, prof. raz. pouka

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2010

POVZETEK

Medijske hiše ponujajo pester program televizijskih oddaj. V zadnjih nekaj letih so televizijske zaslone preplavile resničnostne oddaje oz. resničnostni šovi, ki jih spremljajo blišč, visoka denarna nagrada, zvezdnštvo za kratek čas in zanimivi tekmovalci. Le malokdo ne pozna oddaj, kot so *Big Brother*, *Survivor*, *Bar* in *Kmetija slavnih*, zato smo se mi odločili raziskati, kaj o njih menijo mladi.

V naši raziskovalni nalogi smo sprva podrobneje opisali začetke resničnostne televizije in nekatere najbolj priljubljene oz. odmevne resničnostne oddaje, ki so se vrtele pri nas. Za boljše poznavanje žanra resničnostnih oddaj smo prebrali veliko literature in diplomskih nalog, opravili pa smo tudi intervju z Donaldom Rosom, kreativnim direktorjem produkcije resničnostnih oddaj na POP TV-ju.

Nato smo z anketo ugotavljali, kakšno mnenje imajo o resničnostnih oddajah mladi, kako so le-te med njimi priljubljene, bi morda želeli v njih sodelovati, odkrivali pa smo tudi kritične poglede mladih na vedenje nekaterih tekmovalcev. Prišli smo do zelo zanimivih ugotovitev. Mladi resničnostne oddaje dobro poznajo, jih spremljajo, nekateri bi se jih tudi udeležili, vendar si novih resničnostnih oddaj na televizijskih ekranih ne želijo. Ugotovili smo tudi, da se mladi o resničnostnih oddajah v šoli ne bi želeli pogovarjati in da starši velike vloge pri odločitvah, kaj bodo mladi gledali po televiziji, nimajo.

KAZALO

POVZETEK.....	2
KAZALO	3
1 UVOD.....	8
1.1 POSTAVITEV HIPOTEZ	8
1.2 IZBOR IN PREDSTAVITEV RAZISKOVALNIH METOD	9
2 RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA	10
2.1 RESNIČNOSTNE ODDAJE	11
2.2 ZAČETKI RESNIČNOSTNIH ODDAJ	13
2.3 TEKMOVALCI	15
2.4 RESNIČNOSTNE ODDAJE S SLOVENSKIMI TEKMOVALCI.....	16
2.4.1 BIG BROTHER	16
2.4.2 BAR	17
2.4.3 KMETIJA.....	18
2.4.4 SURVIVOR	20
2.4.5 BIG FATHER	23
2.4.6 SANJSKI MOŠKI.....	24
2.4.7 SANJSKA ŽENSKA	26
3 REZULTATI ANKET - KAJ O RESNIČNOSTNIH ODDAJAH MENIJO MLADI.....	28
3.1 Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi	28
3.2 Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi	30
3.3 Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci	32
3.4 Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj	33
3.5 Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?.....	35
3.6 Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj.....	36

3.7 Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?.....	38
3.8 Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev).....	40
3.9 Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih	42
3.10 Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?.....	44
3.11 Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli.....	45
3.12 Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah.....	46
3.13 Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali	47
4 INTERVJU Z DONALDOM ROSOM.....	49
5 UGOTOVITVE DOSEDANJIH RAZISKOVALCEV	51
6 ZAKLJUČEK.....	52
7 LITERATURA.....	53
8 PRILOGA	55

KAZALO SLIK

Slika 1: Zala kliče	13
Slika 2: An American Family	14
Slika 3: Logotip Big Brotherja.....	17
Slika 4: Logotip Bara	18
Slika 5: Logotip Kmetije.....	19
Slika 6: Tekmovalci prve sezone Kmetije	20
Slika 7: Finale Kmetije slavnih	20
Slika 8: Logotip Survivorja.....	21
Slika 9: Zmagovalec Survivorja Aleksandar Krajišnik.....	21
Slika 10: Slovenski tekmovalec Survivorja - Klemen Rutar.....	22
Slika 11: Slovenska tekmovalka Survivorja – Teja Lapanja.....	22
Slika 12: Logotip Big Fatherja.....	23
Slika 13: Logotip oddaje Sanjski moški.....	24
Slika 14: Sanjski moški.....	25
Slika 15: Zmagovalka oddaje Sanjski moški	25
Slika 16: Sanjska ženska prve sezone	26
Slika 17: Prva sanjska ženska druge sezone	27
Slika 18: Druga sanjska ženska druge sezone.....	27

KAZALO TABEL

Tabela 1: Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi	28
Tabela 2: Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi	30
Tabela 3: Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci	32
Tabela 4: Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj	33
Tabela 5: Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?.....	35
Tabela 6: Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj	36
Tabela 7: Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?.....	38
Tabela 8: Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev)..	40
Tabela 9: Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih	42
Tabela 10: Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?.....	44
Tabela 11: Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli.....	45
Tabela 12: Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah.....	46
Tabela 13: Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali	47

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi.....	28
Graf 2: Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi	30
Graf 3: Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci	32
Graf 4: Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj.....	33
Graf 5: Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?	35
Graf 6: Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj.....	36
Graf 7: Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?	38
Graf 8: Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev)	40
Graf 9: Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih.....	42
Graf 10: Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?	44
Graf 11: Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli	45
Graf 12: Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah	46
Graf 13: Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali	47

1 UVOD

Blišč, visoka denarna nagrada, zvezdnštvo za kratek čas in zanimivi tekmovalci - vse to spremlja enega najbolj priljubljenih televizijskih žanrov v zadnjih letih, žanr resničnostnih oddaj. Le kdo ne pozna *Big Brotherja*, *Survivorja* in nenazadnje odmevne *Kmetije slavnih*? Gledalcem resničnostne oddaje oz. resničnostni šovi predstavljajo zabavo, po drugi strani pa v njih iščejo osebo, s katero bi se lahko poistovetili.

Bar, *Sanjski moški*, *Sanjska ženska*, *Big Brother*, *Survivor*, *Kmetija in Big Father* so nedvomno oddaje, ki so si utrle pot tudi na slovensko televizijsko sceno, zato smo se soglasno odločili raziskati, kakšno mnenje imajo o resničnostnih oddajah naši vrstniki, kako so le-te med njimi priljubljene, bi morda želeli v njih sodelovati, pa tudi kako so mladi kritični do vedenja nekaterih tekmovalcev. V medijih je namreč veliko zapisanega, kakšno mnenje imajo o resničnostnih oddajah odrasli, le malo pa, kaj o njih menijo mladi.

1.1 POSTAVITEV HIPOTEZ

Glede na naše raziskovanje smo postavili naslednje hipoteze:

1. Osnovnošolci dobro poznajo resničnostne oddaje, le-te so med njimi zelo priljubljene.
2. Fantje in dekleta gledajo resničnostne oddaje, ker se jim zdijo zabavne.
3. Resničnostnih oddaj se dekleta ne bi udeležila, medtem ko se jih fantje bi.
4. Po mnenju mladih se večina tekmovalcev udeleži resničnostnih oddaj zaradi mamljive denarne nagrade in slave.
5. Osnovnošolci menijo, da njihovi starši ne odobravajo gledanja resničnostnih oddaj, vendar jim kljub temu gledanje omogočajo in jim ga ne prepovedujejo.
6. Osnovnošolci si v šoli želijo več pogovora o resničnostnih oddajah.

1.2 IZBOR IN PREDSTAVITEV RAZISKOVALNIH METOD

Raziskovalne metode, ki smo jih uporabili v naši raziskovalni nalogi, so bile zelo različne. Pobrskali smo po literaturi in prebrali veliko diplomskih nalog, ki so bile izdelane na temo resničnostnih oddaj, osnovnošolce smo anketirali, s kreativnim direktorjem produkcije resničnostnih oddaj na POP TV-ju pa smo opravili intervju.

Anketni vprašalnik je v mesecu novembru reševalo 200 učencev. Nanj je odgovarjalo 100 deklet in 100 fantov iz osmih in devetih razredov Osnovne šole Lava, IV. Osnovne šole iz Celja, OŠ Poljčane in OŠ Šenčur. Vprašalnik je sestavljalo trinajst vprašanj. Učenci so odgovore obkrožili ali jih sami napisali. Rezultate ankete smo nato predstavili s tabelami in grafi.

Intervju z Donaldom Rosom, kreativnim direktorjem produkcije resničnostnih oddaj na POP TV-ju, smo opravili po elektronski pošti. Zastavili smo mu devet vprašanj.

2 RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA

Igor Pribac takole označuje smisel angleškega izraza *reality show*: »Realnost je spet postala resničnost, pravzaprav resničnost, z vsemi težavami, ki sodijo zraven, show pa je, presenetljivo, le prečrkovan v »šov«. Dobili smo »resničnostni šov«, kombinacijo, ki jo sestavljata imenitna beseda iz zakladnice slovenskega jezika – tako imenitna, da je bila njena javna raba do njenega nastanka omejena na redke strokovne zapise, kar pomeni, da je v pogovornem jeziku ni uporabljal praktično nihče – in ki ob ubiranju visokih registrov slovenskega jezika pušča nedotakljiv šov. Zaenkrat se zdi, da se bo izraz prijel, kljub težko izgovorljivi, doslej redko uporabljeni in verjetno tudi slabo razumljivi besedi, ki jo vsebuje.« (2007, 225).

Resničnostna televizija je pojem, ki ga sestavlja širok spekter zabavnih programov o resničnih ljudeh. Je na meji med informacijmi in zabavo ter med dokumentarnim filmom in dramo. Na začetku se je kategorija resničnostnih oddaj uporabljala za oznako programov, ki »vzpostavljajo red« (*policisti*, »*ujeti*« *pri delu*), razcvet pa je doživela v devetdesetih in na prehodu v 21. stoletje (Hill 2005, po Leskovec 2007).

Pri današnji resničnostni televiziji gre za neko osnovo, ki v oddajah uporablja enake tehnike pripovedovanja, katerim skupna naloga je proizvodnja zabave in za katere je značilno nadzorovanje kamer in filmsko preiskovanje osebnih lastnosti. V ospredju resničnostne televizije so človeške zgodbe in osebne izpovedi (Leskovec 2007).

Resničnostna televizija ponovno definira meje med javnim in zasebnim, saj zasebnost spreminja v medijski dogodek. Z resničnostnimi oddajami se namreč oblikujejo novi javni prostori, ki so povezani s koncepti zabave, pri čemer pa se tudi zasebnost in intimnost preobrazita, saj prihajata zasebnost in intima na plan. Ko je intimnost tekmovalcev resničnostnih oddaj javno razkrita, se gledalcem ni treba niti pritajiti niti jih ni treba biti sram, da vdirajo v tuja življenja. Resničnostne oddaje gledalcem torej omogočajo, da ob gledanju (problemov) drugih neizmerno uživajo in se zabavajo – bolj ko je razkrito, bolj je in bolj nas prevzame (Pušnik 2007).

2.1 RESNIČNOSTNE ODDAJE

Resničnostne oddaje so zelo specifičen televizijski žanr, ki se želi spogledovati z realnostjo. Na prehodu v 21. stoletje so resničnostne oddaje postale televizijski format, ki se je hitro razvijal in nadgrajeval. Gledalci so gledali ljudi, ki so postajali slavni, dobivali nagrade in si izboljševali svoj položaj v družbi (Jakopič 2006).

Pribac pravi, da so resničnostne oddaje pojav, ki redko koga puščajo neopredeljenega, opredeljeni pa so v svojem prepričanju pogosto goreči. Nasprotniki se zgražajo, ljubitelji se navdušujejo, vmesnih poti skorajda ni (2007).

Dejstvo je, da resničnostne oddaje temeljijo na tesno povezanih medsebojnih odnosih. Scenarij je pripravljen tako, da nenehno izziva probleme, ki jih je treba rešiti, pri tem pa se lahko sklenejo prijateljstva, zavezništva, sovraštva ali celo ljubezenska razmerja. Resničnostna oddaja je prava drama, saj je ustvarjanje napetosti, odlaganje konca in spletnje zarot med igralci tisto, kar gledalcem nudi zadovoljstvo. Izposoja si klasično strukturo zgodbe z zapletom, vrhuncem in razpletom. Takšna vrsta pripovedovanja v resničnostnih oddajah je podobna izkušnji običajnega življenja, polnega vzponov in padcev, ki se dogajajo v vsakdanjosti nas vseh. Običajnost je tista, ki privlači gledalce, saj v reakcijah likov na zaslonu merijo sami sebe, ko verjamejo, da gledajo resnično življenje, kakršno imajo tudi oni sami, in ko si v mislih ali na glas razlagajo svoj scenarij: *»Če bi bil jaz na njegovem mestu...«* Torej ni naključje, da so v resničnostnih oddajah ključni prav tisti trenutki, ko pride do razkritij značajev, ko se nekdo izpostavi kot to, kar je, ali to kar neprestano poslušamo v resničnostnih oddajah: *»Ne igram, od vsega začetka ne igram!«* in *»Jaz sem tukaj to, kar sem.«* Za gledalce so vsekakor najmikavnejši nepričakovani nesporazumi. Ti večinoma temeljijo na konfliktih, ki se vzpostavijo med dobrim in zlim (Pušnik 2007).

Primarni cilj resničnostnih oddaj je vsekakor zabava in ne razsvetljenje. Kljub temu da nekateri ustvarjalci resničnostnih oddaj trdijo, da določeni formati doprinašajo družbeno vrednost, je resničnostni žanr kot celota oblikovan za zabavno vrednost (Kilborn 2003, po Leskovec 2007).

Zanimivo primerjavo resničnostnih oddaj z živalskim vrtom ponudi Olivier Razac, ki pravi, da tisti, ki kažejo svoja telesa, svoje vedenje in svoj način življenja, bi naj bili kot živali v kletkah, ki jih zvedavo opazujejo milijoni nevidnih televizijskih gledalcev. Vendarle Razac poudari, da v resničnostnem šovu ne gre za to, da bi z ljudmi ravnali kot z živalmi, ampak da tako predstavljene ljudi kakor živali izoblikujejo po vnaprej zamišljeni podobi. Posameznike v resničnostnih oddajah neprestano snemajo in jih kažejo v prostoru, blizu gledalčevem naravnem domu. Tekmovalci vzbujajo zanimanje za odzive in značaje anonimnežev, s katerimi se je mogoče identificirati. Ponuja spektakel »resničnih ljudi«, potopljenih v majhne intrigue in spletke, ki razkrivajo njihovo globljo naravo (Razac 2007).

Mnogi predpostavljajo, da resničnostne oddaje promovirajo demokracijo, saj takšna oblika oddaje gledalcem dopušča, da lahko sami glasujejo, izražajo svoja mnenja in se odločajo, kaj oz. koga želijo gledati. V nekaterih deželah po svetu so z resničnostnimi oddajami prvič množično glasovali na tak način; na Kitajskem so v resničnostni oddaji *Super Girl* prejeli kar 8 milijonov glasov. Pri nas sta *Bar 1* in *Bar 2* beležila več klicev, kot je glasovalo volilcev na referendumu o RTV leta 2005 (504.925 glasov) in celo več, kot se jih je udeležilo volitev v Evropski parlament leta 2004 (461.879 glasov). Le v zadnjo oddajo *Bara 2* je npr. prispelo 269.577 glasov, *Bar 1* pa je v finalni oddaji beležil 323.000 in vsega skupaj približno 750.000 glasov. Z ekonomskega vidika je produkcija resničnostnih oddaj v primerjavi s produkcijo fikcije ali filma poceni, televizijskim mrežam pa prinaša tudi lepe izkupičke. Če malce špekuliramo npr. o izkupičku *Bara* glede na tedenski zaslužek v *Baru*, število klicev v sobotnih oddajah, število prodanih kartic za dostop do ogledov prenosa v živo in glede na količino prodanega oglasnega medijskega prostora, se nam ni potrebno preveč namučiti, da bi ugotovili, da vse skupaj zneso več 100.000 evrov. A ta podatek za resničnostne oddaje ni nikakršna pogruntavščina, saj so resničnostne oddaje narejene in predvajane v najbolj gledanih terminih zato, da televizijskim mrežam dvigujejo gledanost, jim priskrbijo zveste gledalce in prinašajo dobiček (Pušnik 2007).

2.2 ZAČETKI RESNIČNOSTNIH ODDAJ

Ob koncu devetdesetih let prejšnjega stoletja je beseda realnost postala značilnost za večino televizijskih žanrov. Za televizijske ustvarjalce je to postalo zagotovilo za visoko gledanost, za gledalce pa užitek gledanja novih televizijskih žanrov. Televizijski ustvarjalci so gledalcem pričeli ponujati resničnostne oddaje, ki so prinesle dramo za gledalce, izzive za tekmovalce v oddajah in seveda nagrade. Gledalci resničnostnih oddaj so spremljali običajne ljudi, ki so postajali slavni, dobivali nagrade in si izboljševali svoj položaj v družbi (Jakopič 2006).

Mnogi kot izumitelja resničnostnih oddaj štejejo Alana Funta, ki se je že davnega leta 1947 domislil *Skritega mikrofona*, ki je nato leto kasneje prerasel v *Skrito kamero*. *Skriti mikrofon* je bil prvič na sporedu 28. junija 1947 ob 19:30 na ameriškem ABC radiu. Funt je po različnih neuspehih prišel do ideje, ki jo je sam poimenoval »*najbolj neumna oddaja na radiu*«. S prenosnim snemalnikom je svojo oddajo posnel na ulici in nastajale so oddaje v slaščičarni, parku, pri zobozdravniku ... Funt je osebam, ki so bile vključene v potegavščine, plačal 15 dolarjev. Iz njegovih oddaj pa sledi tudi znameniti stavek »*You're on Candid Microphone!*« (»*Ste na skitem mikrofONU!*«). Oddaja se je kasneje preselila na televizijo in ker je imela velik uspeh z relativno majhnimi sredstvi, ima posnemovalce še danes. V Sloveniji je velik uspeh s skritim mikrofonom, ki so ga predvajali na Radiu Center, doživel igralec Matjaž Javšnik, kasneje pa 11-letna Zala (Jakopič 2006).



Slika 1: Zala kliče

Vir: http://beta.finance-on.net/pics/cache_F9/F94ZS_zala_xx.1211122853.jpg, 20. 2. 2010.

Med začetke resničnostne televizijske oddaje uvrščamo tudi oddajo *An American Family* iz leta 1973. Gre za serijo, kjer so člane družine Loud snemali sedem mesecev, po televiziji pa prikazali 12 ur njihovega življenja. Serija je imela 12 epizod, ki so bile povzetek 300 ur posnetega videomateriala. V seriji so gledalci lahko spremljali postopek ločitve staršev, najbolj izpostavljen pa je bil sin Lance, 20-letni homoseksualec, ki se je pogosto oblačil v ženske obleke in bil naličen. Lance je bil prvi javno deklarirani gejevski lik na televiziji in je zato postal nekakšna gejevski ikona. Serija je bila navdih za ameriško postajo MTV, ki je leta 1992 pričela predvajati oddajo *Real World*, v kateri je sedem mladostnikov, ki se med seboj niso poznali, skupaj živelo v stanovanju tri mesece, njihovo življenje pa so neprestano snemale kamere. *Real World* na začetku ni privabil dovolj občinstva. Šele leta 1994 je verzija *Real World: San Francisco* postala prepoznavna in visoko gledana. V tej sezoni sta nastopila dva »zloglasna« karakterja, Pedro Zamora in Puck. Zamora je bil eden prvih homoseksualcev, ki je na televiziji priznal okuženost z aidsom. *Real World* je kasneje postal osnova za vse kasnejše resničnostne oddaje. Nizkoprorračunska drama z resničnimi ljudmi v neobičajnih okoliščinah, snemanimi s kamerami 24 ur na dan, je postala nova smernica in kulturni fenomen ameriške in evropske TV-producije, ki je svoj namen - visoko gledanost in dobiček - hitro upravičila (Jakopič 2006).

Resničnostna televizija devetdesetih let je tako začela prikazovati zasebnost kot obliko *entertainment* (zabave). Najuspešnejša in glavni model resničnostnih televizijskih oddaj je postala oddaja *Big Brother*, serija, ki so jo sproducirali Nizozemci in licenco kmalu prodali tudi na ameriško tržišče. Oddaji *Big Brother* so sledile podobne oddaje, med njimi pa so bile najuspešnejše *Survivor*, *Popstars in Taxi Orange* (Jakopič 2006).



Slika 2: *An American Family*

Vir: <http://www.current.org/prog/prog90-20L.gif>, 20. 2. 2010.

2.3 TEKMOVALCI

Scenarij resničnostnih oddaj šteje predvsem izbor takih tekmovalcev, ki jih bodo ljudje želeli gledati. Logika izbiranja tekmovalcev temelji na iskanju vsakdanjih obrazov in običajnih ljudi, ki so dobri govorniki, pogosto samo zagledani, odprti in sposobni izraziti čustva in ustvariti dramo. Izbrani so takšni tekmovalci, na osnovi katerih bo zaradi njihovih različnih osebnosti lahko prišlo do drame, ko bodo postavljeni skupaj. V tem smislu se sprejemnaje kandidatov za resničnostno oddajo ne razlikuje kaj dosti od sprejemnih izpitov na igralskih akademijah, saj v obeh primerih uspejo tisti kandidati, ki izražajo boljšo sposobnost dramatiziranja (Pušnik 2007).

Mnogi nastopajoči med odločitvami za udeležbo v resničnostni oddaji navajajo tudi željo po novih dogodivščinah in po zabavi, da bi doživeli enkratno in nepozabno življenjsko pustolovščino pred televizijskimi kamerami. Najti svoje sanje pred kamerami in jih uresničiti pred milijonskim občinstvom postaja cilj življenja mnogih ljudi (Pušnik 2007).

Ali se udeleženci v resničnostnih oddajah prikažejo v realni podobi, ali imajo v zavesti, da so v vsem, kar počnejo, pod stalnim nadzorom in kljub temu ne spremenijo svojih reakcij in ravnanja? »Zdi se namreč, da je draž ogledovanje tega, kar se dogaja v odnosih med udeleženci, prav v tem, da opazujemo pristno čustvovanje in ravnanje ljudi, ki so jih potegnili z ulice.« (Pribac 2007, po Leskovec 2007)

Dejstvo je, da so sodelujoči v resničnostnih oddajah pogosto stereotipi različnih identitet, ki naseljujejo sodobno medijsko kulturo – lezbijka ali gej, črnc, heterogeni samec, 20-letni/-a belec ali belka, žrebec, pocestnica, sramežljiv samotar (Leskovec, 2007).

2.4 RESNIČNOSTNE ODDAJE S SLOVENSKIMI TEKMOVALCI

Slovenske medijske hiše so gledalcem na televizijskih zaslonih ponudile veliko resničnostnih oddaj, ki so bile izdelane v slovenski ali tuji produkciji. Mi smo se odločili, da predstavimo naslednje oddaje: *Big Brother*, *Kmetija*, *Bar*, *Sanjski moški*, *Sanjska ženska*, *Big Father in Survivor*.

2.4.1 BIG BROTHER

Naslov resničnostne oddaje *Big Brother* je povezan z romanom Georga Orwella z naslovom *1984*, čeprav gre za dve povsem različni izhodišči. V romanu je »Veliki brat« skrita, nevidna oblast v vlogi nadzora, opazovani posameznik pa žrtev oziroma ujetnik. V oddaji *Big Brother* pa gre za tekmovanje, kjer zmagovalec prejme visoko denarno nagrado. V prvi sezoni nemške oddaje *Big Brother* je denarna nagrada znašala 125.000 evrov. Tekmovalci *Big Brotherja* pristanejo na trimesečno osamitev in se naselijo v posebno zgrajeno hišo za snemanje takšne oddaje. V hiši je nameščeno 28 kamer in 32 mikrofonov, ki 24 ur dnevno snemajo vsak del hiše. Pet snemalcev snema kandidate skozi 55 zatemnjenih oken, da jih tekmovalci ne morejo videti. Sedem kamer je nameščenih na stalnem položaju, devet jih iz režije vodijo računalniško. V temi snemajo 4 infrardeče kamere. Tekmovalci imajo v hiši samo najnujnejše stvari za preživetje, nimajo pa televizije, telefonov, časopisov in interneta. Omejeno imajo tudi dnevno količino tople vode na 80 litrov. Gledalci lahko proti plačilu v živo spremljajo tekmovalce na spletni strani. Vsak teden stanovalci izberejo dva sostanovalca za izselitev (*nominacije*), gledalci pa preko SMS-sporočil oz. telefona stanovalca izločijo. Tisti, ki ostane do konca, prejme denarno nagrade, ki je različna od sezone do sezone (Nahtigal 2008).

V Sloveniji smo si na Kanalu A lahko ogledali dve sezoni *Big Brotherja*. V prvi sezoni je zmagal Andrej Novak, Slovenec, ki živi na Golden Coastu v Avstraliji. Najstarejša tekmovalka prve sezone je bila sedaj 41-letna Suzana Jakšič, ki se je letos udeležila tudi *Kmetije slavnih*. Zmagovalec druge sezone je bil tekmovalec Naske Mehić iz Sevnice. V

prvi sezoni je bilo število vseh tekmovalcev 17 (priključilo se je 5 rezerv), v drugi pa 16 (priključile so se 4 rezerve). Znesek, ki ga je prejel tekmovalec prve sezone, je znašal 75.000 evrov, v drugi pa 92.000 evrov. Voditeljica obeh sezon je bila Nina Osenar. Tekmovalci druge sezone so prebivali v isti hiši kot tekmovalci prve sezone, vendar je bila hiša popolnoma prenovljena. Hiša Big Brother je bila v drugi sezoni razdeljena na dva dela, zato so se morali tudi stanovalci razdeliti, in sicer na gospodarje in podložnike (Nahtigal 2008).



Slika 3: Logotip Big Brotherja

Vir: http://www.fpp.uni-lj.si/files/users/studentska.organizacija/big_brother_logo.jpg, 20. 2. 2010.

2.4.2 BAR

Licenčna oddaja *Bar* je bila prva zares interaktivna resničnostna oddaja na programih slovenskih televizij. Slovenski *Bar* je bil zasnovan po uspešni licenčni oddaji švedske produkcijske hiše Strix iz leta 2000. Serija je bila prvo sezono na Švedskem na vrhu lestvice gledanosti. *Bar* sodi med največje svetovne uspešnice resničnostnih oddaj. Predvajali so ga v 56 državah vključno s Slovenijo. Po vzoru uspešnice *Big Brother* so producenti naredili umetno okolje za tekmovalce, saj je 12 tekmovalcev živelo v posebej za snemanje prirejenem stanovanju v centru Ljubljane, šest deklet in šest fantov pa je moralo delati tudi v baru v sosednji ulici. Za sodelovanje oddaje se je prijavilo več kot tisoč mladih, po posebnih selekcijah in pogovorih s psihologi pa so jih izbrali 12. V *Baru* je nastala skupnost, saj so udeleženci tri mesece živeli skupaj, spali, kuhali, jedli in seveda

delali v baru, kjer so organizirali posebne dogodke, tekmovanja ipd. Oddaja je bila na sporedu vsak dan razen ob nedeljah. Ob torkih so gledalci izglasovali enega tekmovalca za opravljanje posebne naloge, ob sredah pa so morali tekmovalci v rubriki *Plusi in minusi* predlagati dva kandidata za izključitev iz oddaje. O dokončnem slovesu so odločali gledalci s telefonskim in SMS glasovanjem v posebni, daljši sobotni oddaji, ki je potekala v živo iz lokala. Poleg tega da so slovenski gledalci prvič lahko spremljali dogajanje pred TV ekranom, so lahko dogajanje spremljali tudi v živo na spletu (ob dodatnem plačilu). Uporabniki so za določeno plačilo dobili svoje uporabniško ime in geslo, s katerima so si lahko ogledovali že objavljene oddaje ali pa dogajanje v živo. Za obiskovalce je bil bar odprt od enajste ure dopoldan in do poznih večernih ur (Nemec 2006).



Slika 4: Logotip Bara

Vir: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/sl/thumb/1/16/Logotip_BAR_II.svg/140px-Logotip_BAR_II.svg.png, 20. 2. 2010.

2.4.3 KMETIJA

Resničnostna oddaja *Kmetija* se je na televizijskih zaslonih prvič pojavila leta 2001, in sicer v skandinavski produkciji. Po uspehu pri Švedih in Norvežanih je licenco za oddajo do leta 2004 kupilo kar 24 držav. *Kmetija* predstavlja preprosto kmečko življenje v prejšnjem stoletju. Načelo *Kmetije* je »nazaj k naravi«, kar pomeni, da mora družina, ki jo načeloma sestavlja šest žensk in šest moških preživeti brez elektrike, tekoče vode, udobja in sodobne tehnologije. Družina vsak teden od gospodarja, ki je tudi lastnik kmetije, dobi naloge, ki jih mora opraviti. Če so naloge dobro opravljene, dobijo nagrado: žival ali druge dobrine, ki jih gospodar pripelje na kmetijo. A vendar živali in dobrine ne prinašajo le veselja, ampak tudi

delo in skrb. Tekmovalci *Kmetije* vsak teden izberejo »glavo družine« oz. vodjo, ki določi hlapca in deklo, ki spita in jesta v skednju. Nositi morata hlapčevska oblačila in opravljati dela kot so zakuriti peč, pomolziti kravo ter opravljati naloge, ki jima jih dodeli glava družine. Ob koncu tedna tekmovalci med hlapcem in deklo izberejo prvega dvobojevalca, izbrani pa si izbere nasprotnika. Dvobojevalca se borita v vlečenju vrvi, znanju ali v spretnosti z žago. Zmagovalec lahko ostane na kmetiji, poraženec pa mora oditi domov. Tekmovalce skozi celotno oddajo spremlja voditeljica (pri nas je to sprva bila Špela Močnik, kasneje pa Anja Križnik Tomažin). Večina epizod *Kmetije* je posnetih vnaprej, le finale je v živo. V finalu se preostala finalista dvobojujeta za denarno nagrado (pri nas je to bilo 50.000 evrov). Gospodar slovenske *Kmetije* je sprva bil Marjan Podobnik, po njegovi smrti pa Vencelj Tušar (Uršič 2009).

Pri nas je bila prva sezona *Kmetije* na sporedu leta 2007. Naslednje leto je sledila druga sezona, njo pa je nasledila *Kmetija slavnih*, v kateri so se slavni Slovenci postavili v vlogo kmetov. V *Kmetiji slavnih* je bilo tudi nekaj sprememb. Slavni tekmovalci so si morali denarno nagrado prislužiti tako, da so za vsako dobro opravljeno delo dobili cekine, vsota cekinov pa je na koncu določila vsoto končne nagrade, ki je znašala 36.300 evrov. Na podlagi oddaje *Kmetija slavnih* je izšla tudi knjiga *Kmetija slavnih norcev*, ki jo je napisala novinarka in ena od tekmovalk Alenka Sivka (Uršič 2009).



Slika 5: Logotip *Kmetije*

Vir: <http://image.24ur.com/media/images///600xX/Jun2008//60145810.jpg>, 28. 2. 2010.



Slika 6: Tekmovalci prve sezone Kmetije

Vir: http://www.genspot.com/Handlers/Photos.ashx?size=L&photo_id=2159, 1. 3. 2010.



Slika 7: Finale Kmetije slavnih

Vir: http://kvak.napovednik.com/index.php/id/6778/kmetija_slavnih-goran_brescanski-artur_stern, 1. 3. 2010.

2.4.4 SURVIVOR

Resničnostna oddaja *Survivor* še ni bila v slovenski produkciji, ogled oddaje pa je Slovincem prvič omogočila televizijska hiša TV3.

Survivor se je odvijal na eksotični lokaciji na Filipinih, ki je pravi kraj za čustvene napetosti in psihološke spletke tekmovalcev. Višina denarne nagrade je v primerjavi z drugimi resničnostnimi oddajami višja, saj je nazadnje znašala kar 100.000 evrov (Hill 2007, po Leskovec 2007).

V šovu tekmuje enajst deklet in enajst fantov. Ti se razdelijo na dva plemena, ki se v različnih tekmovanjih merijo v moči, vzdržljivosti, domiselnosti, sposobnosti skupinskega

dela, preizkusu motoričnih sposobnosti in preizkusu volje. V *Survivorju*, ki je bil plod srbske produkcije, sta tekmovala tudi Klemen Rutar in Teja Lapanja, ki sta zastopala Slovenijo (<http://www.siol.net/survivor.aspx>, 1. 3. 2010).



Slika 8: Logotip Survivorja

Vir: http://img.siol.net/09/321/633940532686850149_logo%20survivor.jpg, 1. 3. 2010.



Slika 9: Zmagovalec Survivorja Aleksandar Krajišnik

Vir : http://www.siol.net/splosno/survivor/tekmovalci/zadnji_prezivali_v_survivorju_je_aleksandar.aspx, 1. 3. 2010.



Slika 10: Slovenski tekmovalec Survivorja - Klemen Rutar

Vir : http://img.sirol.net/09/294/633917309659853269_klemen%20rutar.jpg, 1. 3. 2010.



Slika 11: Slovenska tekmovalka Survivorja – Teja Lapanja

Vir: http://img.sirol.net/09/294/633917319061223605_teja%20lapanja.jpg, 1. 3. 2010.

2.4.5 BIG FATHER

Resničnostna oddaja *Big Father* je nastala kot plod sodelovanja otroškega in mladinskega programa RTV Slovenija in fundacije Z glavo na zabavo. *Big Father* se od po vsem svetu popularnega *Big Brotherja* razlikuje v tem, da ni licenčna oddaja, temveč le povzema ideje *Big Brotherja*. Gre namreč za nadaljevanje antipivske akcije, kateri v čast bolj ali manj neznani Slovenci v "inovativni" oddaji na nacionalni televiziji tedensko pametujejo o tem, kako preživeti mladost brez drog, škodljivih medijev in potrošništva. *Big Father* mladih ne zapira v konzerve in iz njih ne dela vodljivih klonov. Rdeča nit je bila drugje, in sicer na štiri tisoč kilometrov dolgem potovanju v zakotnih krajih in vasicah, na katerega so se odpravili štirje mladostniki in »iskali« vpliv resničnostnega šova *Big Brother*. Za režiserja Bojana Dovrtela je bila to ena najboljših izkušenj, tako njega kot druge člane ekipe pa je najbolj navdušilo to, da ima *Big Brother* vpliv prav na vsakem koraku. *Big Father* naj bi torej bila »pametna« različica *Big Brotherja*. Pravila v *Big Fatherju* so podobna kot v *Big Brotherju*, le da v *Big Fatherju* nimajo omejene količine tople vode in omejenega gibanja (http://www.fundacija.zzgnz.si/media/publicMessage/Big_Father_spet_na_Televiziji_Slovenija.pdf, 2.3. 2010)

A bolj ko se *Big Father* skuša oddaljiti od *Big Brotherja*, bolj mu je podoben. Počne to, kar mu njegovi ustvarjalci najbolj očitajo: mladim prek zaigrane resničnosti skuša oprati možgane. Štirim udeležencem odvzame mobitele, internet in TV, tako kot *Big Brother* jim ukazuje, kaj naj storijo in kam naj gredo, tako kot *Big Brother* jim marsikaj prepoveduje in skromno nagraduje. Najhuje pa je to, da *Big Father* v nasprotju z *Big Brotherjem* neprestano pridiga o tem, kako je on bolj zdrav, bolj moralen in sploh boljši od *Velikega brata*. (http://www.mladina.si/tebnik/200844/veliki_oce_vam_tezi, 2. 3. 2010)



Slika 12: Logotip Big Fatherja

Vir: <http://www.bigfather.si/index.php>, 1. 3. 2010.

2.4.6 SANJSKI MOŠKI

Oddaja *Sanjski moški* je bila na televiziji prvič prikazana leta 2002, in to v produkciji televizijske hiše ABC. *Sanjskega moškega* lahko uvrstimo med oddaje tekmovalnega značaja, saj sodelujoče med seboj tekmujejo za pozornost in naklonjenost glavnega akterja, ki je hkrati glavna nagrada. Podrobneje lahko oddajo uvrstimo med t. i. »*dating game show*«, saj je cilj oddaje, da si glavni akter najde partnerico za resno zvezo, tekmovalke pa prav tako. Koncept oddaje temelji na družbenem eksperimentu, v katerem lahko opazujemo obnašanje skupine tekmovalcev, ki tekmujejo za pozornost glavnega akterja, prav tako pa tudi njegove reakcije. V Sloveniji je bila oddaja *Sanjski moški* prikazana leta 2004. Vlogo sanjskega moškega je prevzel takratni 31-letni Damjan Alidžanovič iz Kranja, solastnik uvoznega podjetja, zagret športnik (ljubitelj kriketa, golfa in planinarjenja) in strasten ljubitelj odkrivanja novih dežel (www.sanjskimoski.com 2004, po Potrata 2006).

Sanjski moški je bil sestavljen iz enajstih oddaj, v katerih smo si lahko ogledali serijo skupnih in individualnih zmenkov. Med petindvajsetimi tekmovalkami si je Damjan izbral Natašo Kirn. V zadnji oddaji ji je v znak solidarnosti podaril diamantni prstan. V Sloveniji smo imeli le eno sezono oddaje *Sanjski moški*. (<http://sanjskimoski.com/index.php> 2004, po Potrata 2006).



Slika 13: Logotip oddaje Sanjski moški

Vir: <http://www.futuraddb.si/file/21404/cutlycewnj.jpg>, 1. 3. 2010.



Slika 14: Sanjski moški

Vir: <http://kvak.napovednik.com/slike/290904d.jpg>, 1. 3. 2010.



Slika 15: Zmagovalka oddaje Sanjski moški

Vir: http://kvak.napovednik.com/natasa_kirn, 1. 3. 2010.

2.4.7 SANJSKA ŽENSKA

Prva sezona oddaje *Sanjska ženska* se je pričela marca 2005. V tej sezoni je bila sanjska ženska Miša Margan. Sistem oddaje je bil enak kot pri oddaji *Sanjski moški*, saj se več tekmovalcev bori za naklonjenost glavne akterke (<http://sanjskazenska.si> 2005, po Potrata 2006).

Druga sezona oddaje se je pričela marca 2006. V tej sezoni so bile opazne spremembe, saj število tekmovalcev ni bilo več 25, ampak le 20. V drugi sezoni so imeli tudi težave s sanjsko žensko Katarino Hrestak, ki je iz osebnih razlogov odstopila. Ustvarjalci oddaje so za naslednico Katarine izbrali Nino Osenar. Koncept omenjene oddaje je bil v Sloveniji presenetljivo dobro sprejet. Ustvarjalci niso imeli težav s premajhnim številom prijav, ampak prej s primernostjo oz. kakovostjo kandidatov in z iskanjem glavnih akterjev. (<http://24ur.com/bin/sz2/front.php> 2005, po Potrata 2006).



Slika 16: Sanjska ženska prve sezone

Vir: <http://ris.vecer.com/RISStorage/links/01/30/59/30/01305930-300.jpg>, 1. 3. 2010.



Slika 17: Prva sanjska ženska druge sezone

Vir: http://kvak.napovednik.com/katarina_hrestak, 1. 3. 2010.



Slika 18: Druga sanjska ženska druge sezone

Vir: <http://www.osebnost.si/static/upl/article/mqnmstzywpqjzqr.jpg>, 1. 3. 2010.

3 REZULTATI ANKET - KAJ O RESNIČNOSTNIH ODDAJAH MENIJO MLADI

3.1 Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 1: Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi

	Fantje	Dekleta	Skupno
Kmetija	92 %	93 %	92 %
Big Brother	82 %	90 %	86 %
Survivor	72 %	65 %	68,5 %
Big Father	44 %	30 %	37 %
Bar	64 %	67 %	65,5 %
Sanjski moški	40 %	57 %	48,5 %
Sanjska ženska	50 %	60 %	55 %
Drugo	5 %	4 %	4,5 %

Graf 1: Poznavanje resničnostnih oddaj med mladimi

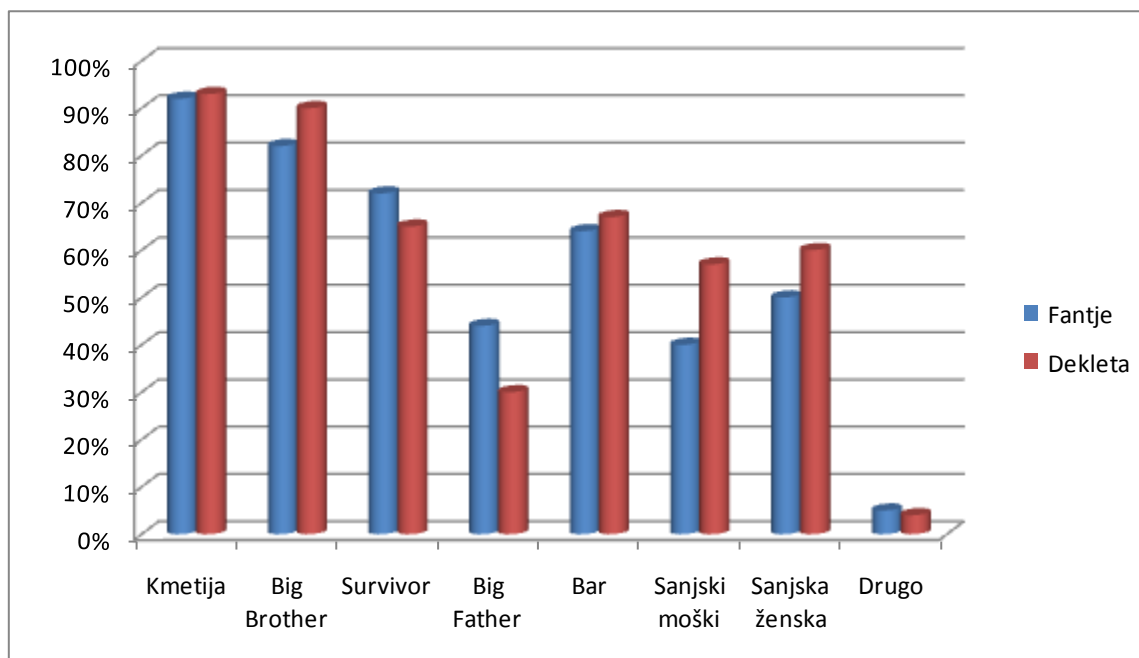


Tabela in graf nam kažeta, da mladi resničnostne oddaje zelo dobro poznajo, saj razen *Big Fatherja* ni resničnostne oddaje, ki je večina učencev ne bi poznala. To potrjuje našo hipotezo, da osnovnošolci dobro poznajo resničnostne oddaje. Opažamo, da mladi najbolj poznajo *Kmetijo*, kar je razumljivo, saj je ravno v času anketiranja naših vrstnikov bila na sporedu *Kmetija slavnih*. Učenci zelo dobro poznajo tudi oddajo *Big Brother*, kljub temu da te ni na sporedu že približno dve leti. Naši vrstniki zelo dobro poznajo še *Survivor* in *Bar*, medtem ko oddaji *Sanjski moški* ter *Sanjska ženska* nekoliko manj. Slednji oddaji sta bili na televizijskih sprejemnikih nazadnje leta 2006, zato je slabše poznavanje omenjenih oddaj razumljivo. Zanimivo pa je, da je tudi *Bar* bil nazadnje na sporedu leta 2006, tako da lahko sklepamo, da oddaji *Sanjski moški* in *Sanjska ženska* nista ne dobro poznani niti ne najbolj priljubljeni med mladimi. Pod odgovor *drugo* so učenci pisali predvsem tuje resničnostne oddaje (*American Top model*, *American Idol*) in nekatere oddaje, ki ne spadajo v kategorijo resničnostnih oddaj (*Ultimate Survival*).

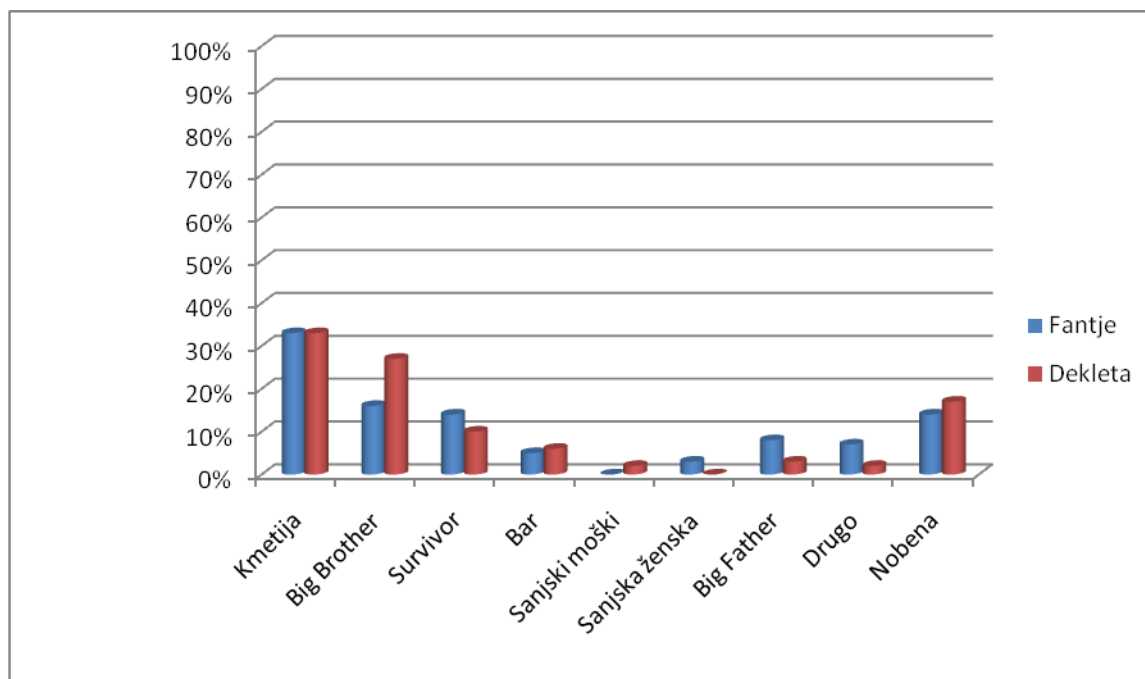
3.2 Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 2: Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi

	Fantje	Dekleta	Skupno
Kmetija	33 %	33 %	33 %
Big Brother	16 %	27 %	21,5 %
Survivor	14 %	10 %	12 %
Bar	5 %	6 %	5,5 %
Sanjski moški	0 %	2 %	1 %
Sanjska ženska	3 %	0 %	1,5 %
Big Father	8 %	3 %	5,5 %
Drugo	7 %	2 %	4,5 %
Nobena	14 %	17 %	15,5 %

Graf 2: Priljubljenost posameznih resničnostnih oddaj med mladimi



Opazamo, da so med osnovnošolci resničnostne oddaje zelo priljubljene, saj le 15,5 % mladim ni všeč nobena resničnostna oddaja. To ponovno potrjuje našo hipotezo, da osnovnošolci dobro poznajo resničnostne oddaje in da so te med njimi zelo priljubljene. Iz grafa ter tabele je razvidno, da sta najbolj priljubljeni resničnostni oddaji *Kmetija* in *Big Brother*, čeprav po priljubljenosti nobena povsem ne izstopa. Najmanj priljubljeni oddaji sta *Sanjski moški* in *Sanjska ženska*, med manj priljubljene pa sodi tudi *Big Father*, kar je bilo v skladu z našimi pričakovanji, saj učenci omenjeno resničnostno oddaje tudi slabše poznajo. Pod odgovor *drugo* so učenci pisali predvsem tuje resničnostne oddaje (*American Top model in American Idol*) in nekatere oddaje, ki ne spadajo v kategorijo resničnostnih oddaj (*Ultimate Survival*). Opazamo, da je *Ultimate Survival* zelo popularen med mladimi, vendar ne sodi med resničnostne oddaje, saj nam prikazuje tehnike preživetja v naravi.

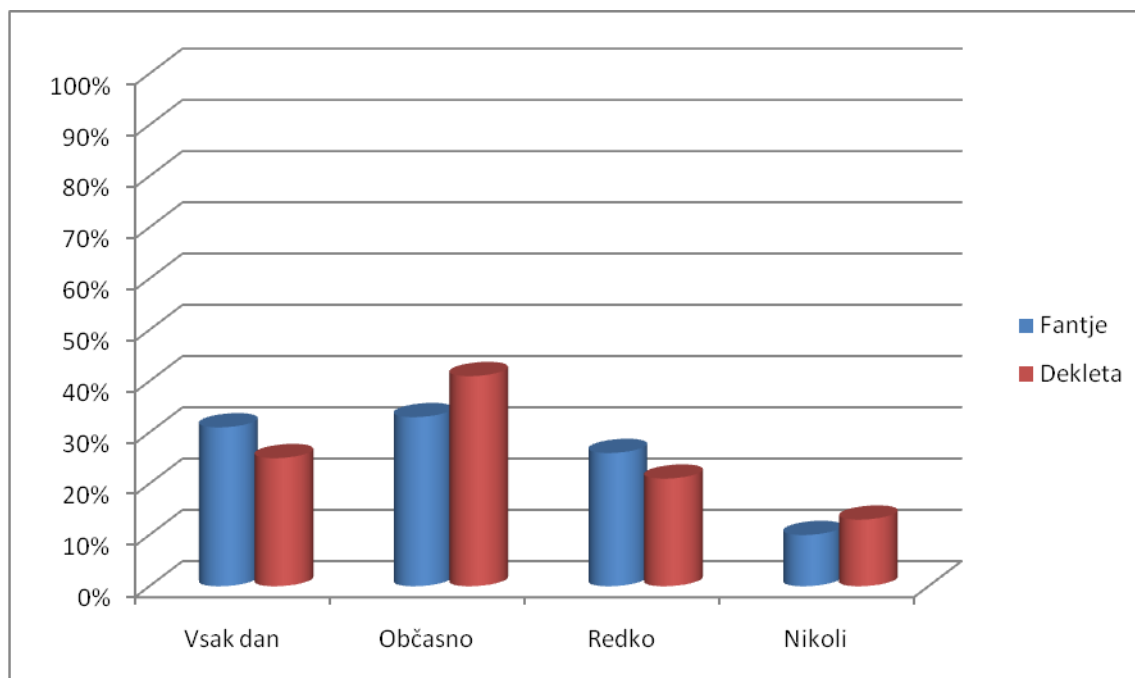
3.3 Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 3: Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci

	Fantje	Dekleta	Skupno
Vsak dan	31 %	25 %	28 %
Občasno	33 %	41 %	37 %
Redko	26 %	21 %	23,5 %
Nikoli	10 %	13 %	11,5 %

Graf 3: Gledanost resničnostnih oddaj med osnovnošolci



Ugotavljamo, da večina osnovnošolcev resničnostnih oddaj ne spremlja vsak dan. Sklepamo, da je to predvsem posledica šolskih obveznosti in ostalih televizijskih vsebin, ki so takrat na sporedu. Za odgovor *nikoli* se je odločilo le 11,5 % osnovnošolcev, kar ponovno potrjuje našo hipotezo, da osnovnošolci poznajo resničnostne oddaje in da so te med njimi zelo priljubljene.

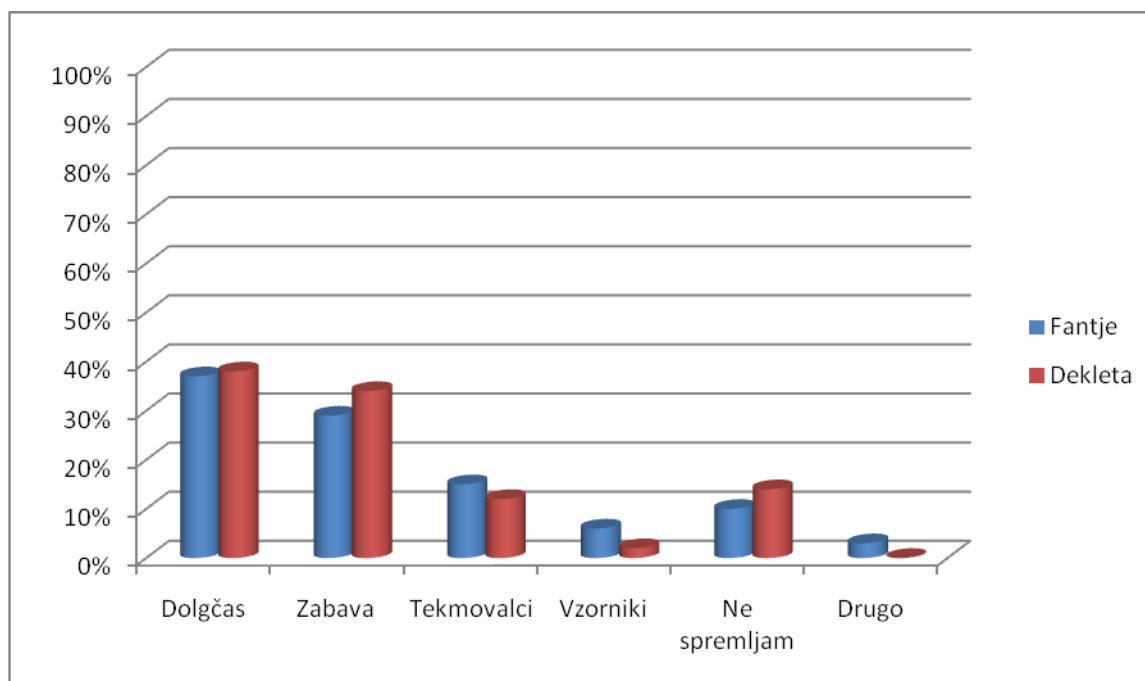
3.4 Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 4: Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj

	Fantje	Dekleta	Skupno
Dolgčas	37 %	38 %	37,5 %
Zabava	29 %	34 %	31,5 %
Tekmovalci	15 %	12 %	13,5 %
Vzorniki	6 %	2 %	4 %
Ne spremljam	10 %	14 %	12 %
Drugo	3 %	0 %	1,5 %

Graf 4: Razlogi za spremljanje resničnostnih oddaj



Graf in tabela nam prikazujeta, da osnovnošolci spremljajo resničnostne oddaje predvsem zaradi dolgčasa, nekoliko manj pa, ker bi se jim zdele zabavne. To vsekakor kaže na pomanjkanje kvalitetnih, zabavnih in zanimivih televizijskih vsebin v večernih urah, ki bi

bile namenjene osnovnošolcem. Menimo, da če bi bil takrat ob istem času na sporedu zanimiv film ali kakšna druga bolj zanimiva oddaja, bi tisti, ki gledajo resničnostne oddaje zaradi dolgčasa, rajši pogledali film oz. oddajo. To potrjuje našo hipotezo, da osnovnošolci spremljajo resničnostne oddaje, ker se jim zdijo zabavne. Ugotavljamo tudi, da čeprav 13,5 % osnovnošolcev spremlja resničnostne oddaje zaradi tekmovalcev, jim ti večinoma niso vzorniki, saj le 4 % mladih v njih vidi vzor. Pod odgovor *drugo* so osnovnošolci (fantje) pisali: *zato, da se mi ni potrebno učiti, zato ker resničnostne oddaje spremljajo moji vrstniki.*

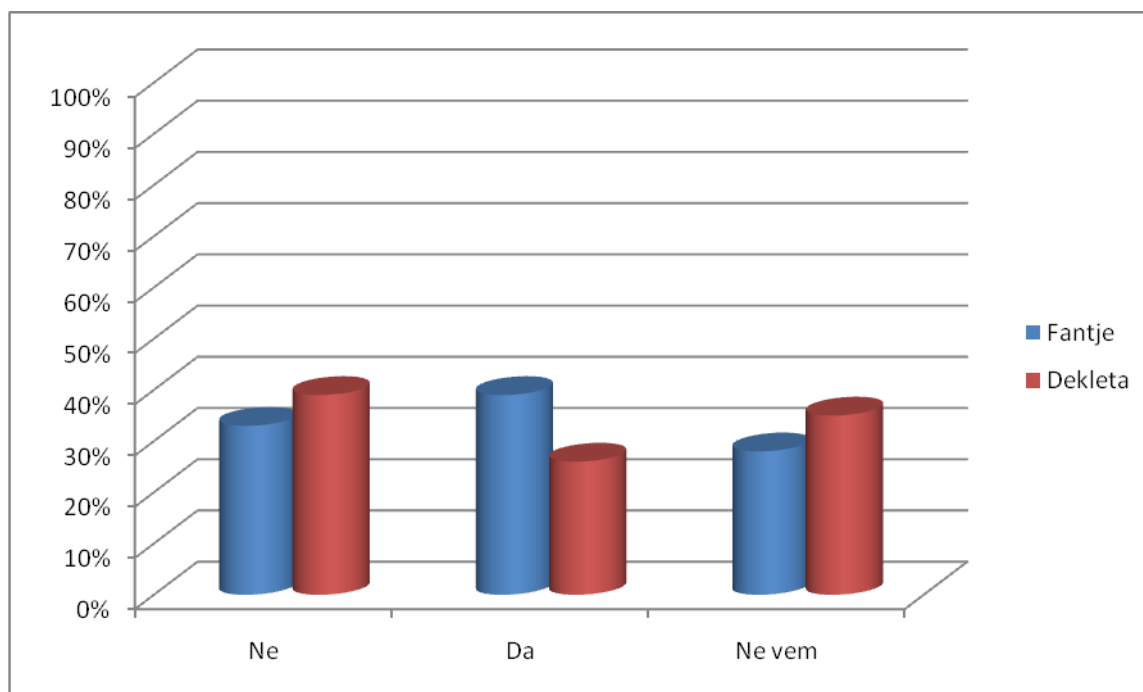
3.5 Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 5: Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?

	Fantje	Dekleta	Skupno
Ne	33 %	39 %	34,5 %
Da	39 %	26 %	32,5 %
Ne vem	28 %	35 %	31,5 %

Graf 5: Ali si osnovnošolci želijo še več resničnostnih oddaj na televiziji?



Iz grafa je razvidno, da si mladi ne želijo še več resničnostnih oddaj. Zanimiv se nam zdi podatek, da kar 28 % fantov in 35 % deklet ne ve, ali si želijo več resničnostnih oddaj ali ne. Morda so neopredeljeni zato, ker ne poznajo vseh resničnostnih oddaj, ki še obstajajo, morda jim niso všeč tematike resničnostnih oddaj, tekmovalci in njihovo vedenje, ali pa bi ob istem času raje imeli na sporedu kakšen film oz. drugo oddajo.

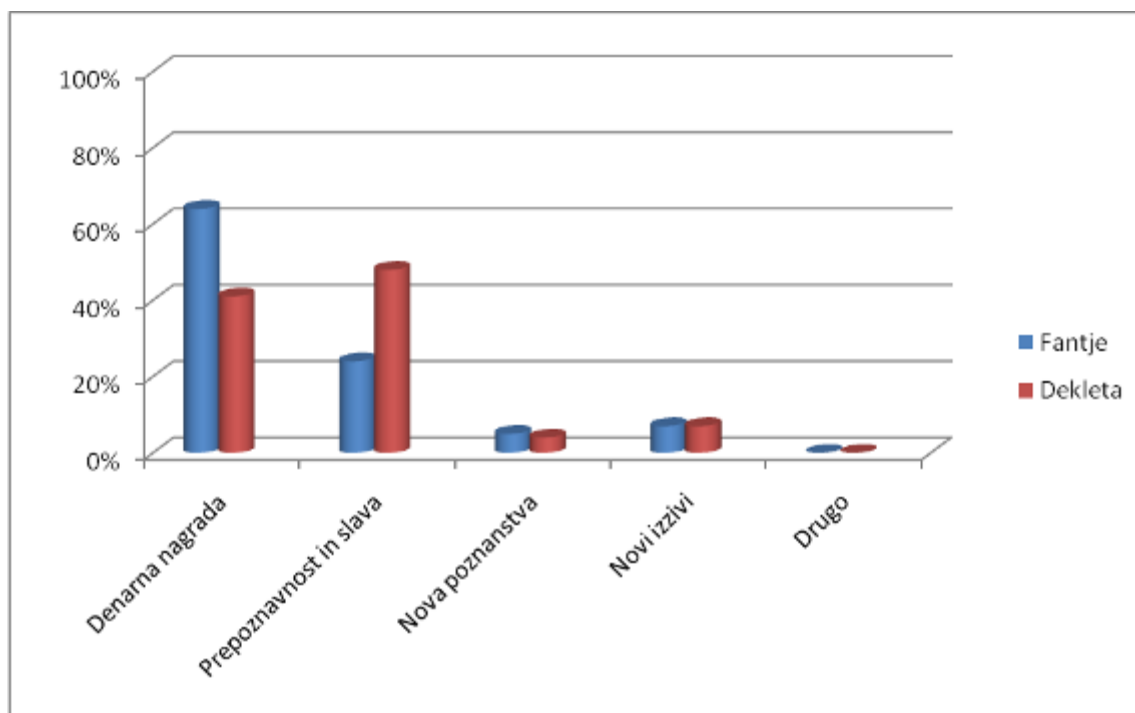
3.6 Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 6: Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj

	Fantje	Dekleta	Skupno
Visoka denarna nagrada	64 %	41 %	52,5 %
Večja prepoznavnost in slava	24 %	48 %	36 %
Nova poznanstva	5 %	4 %	4,5 %
Novi izzivi	7 %	7 %	7 %
Drugo	0 %	0 %	0 %

Graf 6: Razlogi, ki po mnenju osnovnošolcev prepričajo tekmovalce, da se udeležijo resničnostnih oddaj



Po mnenju osnovnošolcev tekmovalce za sodelovanje v resničnostnih oddajah prepričata visoka denarna nagrada ter večja prepoznavnost in slava. To potrjuje našo hipotezo, da se po mnenju osnovnošolcev tekmovalci udeležijo resničnostnih oddaj zaradi mamljive denarne nagrade in slave. Graf nam prikazuje razliko v mnenju deklet in fantov. Fantje v večini menijo, da je glavni razlog, da se tekmovalci udeležijo resničnostnih oddaj, visoka denarna nagrada, dekleta pa menijo, da je to prepoznavnost in slava. Le redki učenci so se odločili za odgovor *nova poznanstva* in *novi izzivi*.

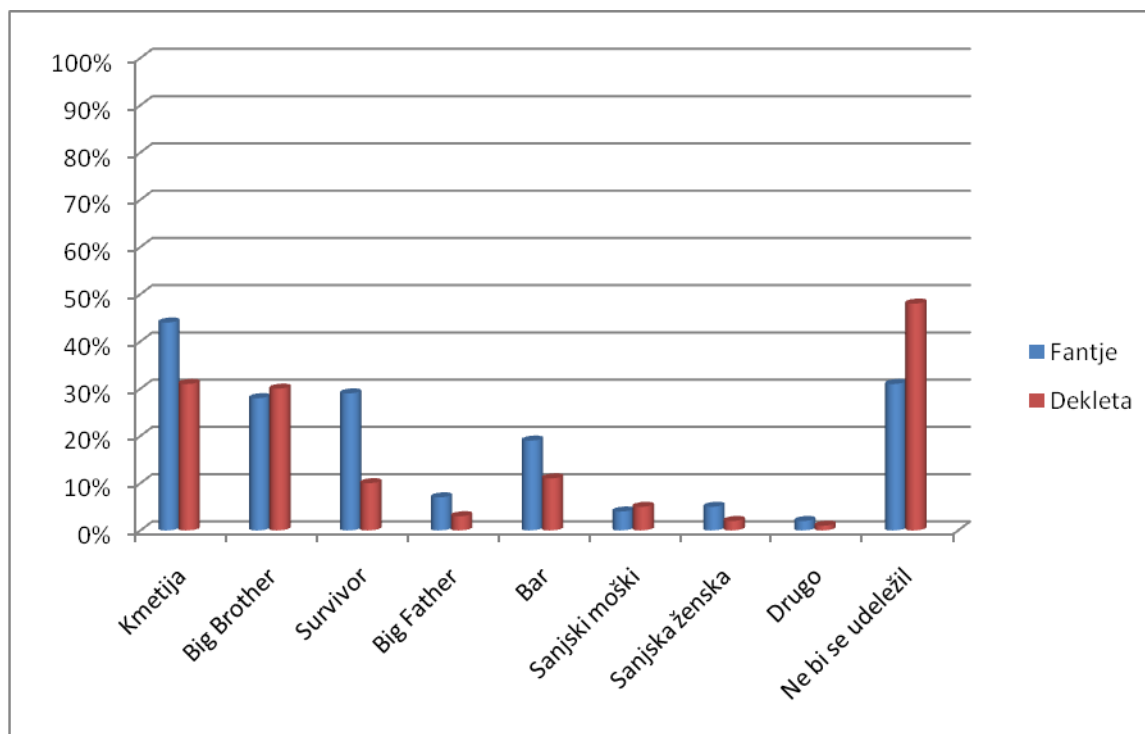
3.7 Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 7: Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?

	Fantje	Dekleta	Skupno
Kmetija	44 %	31 %	37,5 %
Big Brother	28 %	30 %	29 %
Survivor	29 %	10 %	19,5 %
Big Father	7 %	3 %	5 %
Bar	19 %	11 %	15 %
Sanjski moški	4 %	5 %	4,5 %
Sanjska ženska	5 %	2 %	3,5 %
Drugo	2 %	1 %	1,5 %
Ne bi se udeležil	31 %	48 %	39,5 %

Graf 7: Katere resničnostne oddaje bi se osnovnošolci udeležili?



Od vseh navedenih resničnostnih oddaj bi se osnovnošolci najraje udeležili *Kmetije*, saj se je zanjo odločilo 37,5 % mladih, in *Big Brotherja*, za katerega se je odločilo 29 % mladih. To je razumljivo, saj sta ti resničnostni oddaji med mladimi tudi najbolj priljubljeni. Opazamo, da si 29 % fantov želi udeležiti tudi oddaje *Survivor*, medtem ko ta pri dekletih ni toliko priljubljena. Le redki se želijo udeležiti *Big Fatherja*; morda gre vzrok za to iskati v slabem poznavanju te oddaje. Pod odgovor *drugo* so učenci pisali predvsem tuje resničnostne šove (*American Top model*, *America Idol*) in nekatere oddaje, ki ne spadajo v kategorijo resničnostnih oddaj (*Ricki Lake*). Zanimivo pa je, da se kar 48 % deklet ne bi udeležilo resničnostnih oddaj. To delno potrjuje našo hipotezo, da se dekleta ne bi udeležila resničnostnih oddaj, medtem ko se jih fantje bi.

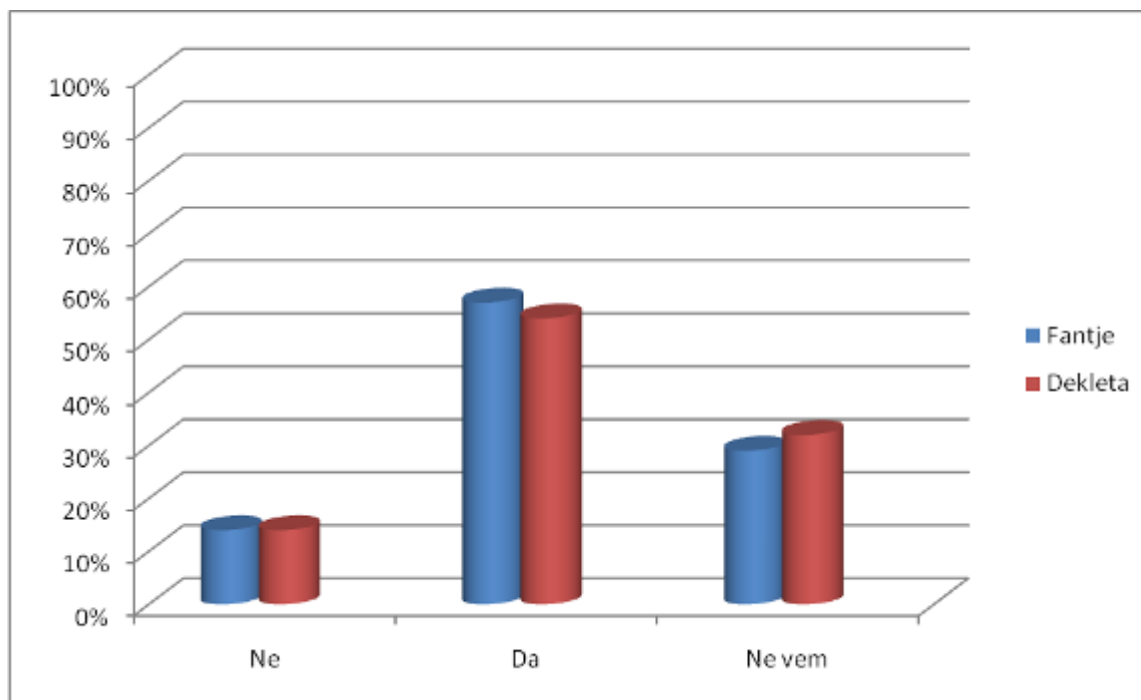
3.8 Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev)

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 8: Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev)

	Fantje	Dekleta	Skupno
Ne	14 %	14 %	14 %
Da	57 %	54 %	55,5 %
Ne vem	29 %	32 %	30,5 %

Graf 8: Odobravanje gledanja resničnostnih oddaj s strani staršev (po mnenju osnovnošolcev)



Ugotavljamo, da se po mnenju osnovnošolcev večina staršev strinja, da njihovi otroci gledajo resničnostne oddaje, saj je le 14 % fantov in deklet odgovorilo, da njihovi starši ne odobravajo gledanja resničnostnih oddaj. To ovrže našo hipotezo, da po mnenju

osnovnošolcev starši ne odobravajo gledanja resničnostnih oddaj. Zanimivo pa je, da kar 30,5 % učencev ne ve, ali njihovi starši odobravajo gledanje resničnostnih oddaj ali ne.

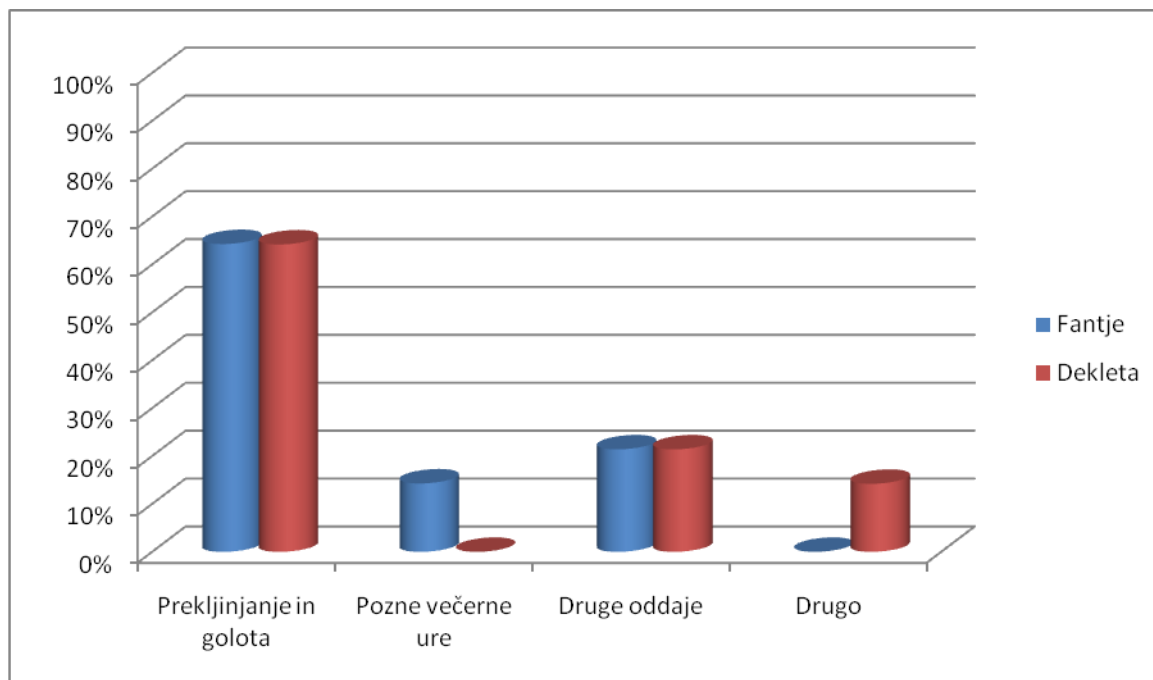
3.9 Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 9: Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih

	Fantje	Dekleta	Skupno
Preklinjanje in golota	64,2 %	64,2 %	64,2 %
Pozne večerne ure	14,2 %	0 %	7,1 %
Druge oddaje	21,4 %	21,4 %	21,4 %
Drugo	0 %	14,2 %	7,1 %

Graf 9: Razlogi staršev za nasprotovanje gledanja resničnostnih oddaj pri osnovnošolcih



Na vprašanje *Zakaj meniš, da tvoji starši ne odobravajo gledanja resničnostnih oddaj?* so odgovarjali le tisti učenci, ki menijo, da se njihovi starši ne strinjajo z gledanjem

resničnostnih oddaj. Iz grafa je razvidno, da se 64,2 % staršev ne strinja z gledanjem resničnostnih oddaj zaradi preklinjanja in golote. Morda so prepiri, preklinjanje in golota, ki so prikazani v resničnostnih oddajah, želja medijskih hiš, da bi ustvarili večjo gledanost resničnostnih oddaj. To sicer veliko gledalcev privablja, vendar je tudi dosti takšnih, ki tega ne odobravajo. 14,2 % fantov meni, da se njihovi starši ne strinjajo z gledanjem resničnostnih oddaj, ker so na sporedu ob poznih večernih urah. Pod odgovor *drugo* so dekleta napisala: *ker se mi to zdi poneumljanje ljudi, ker moji starši menijo, da se moram učiti.*

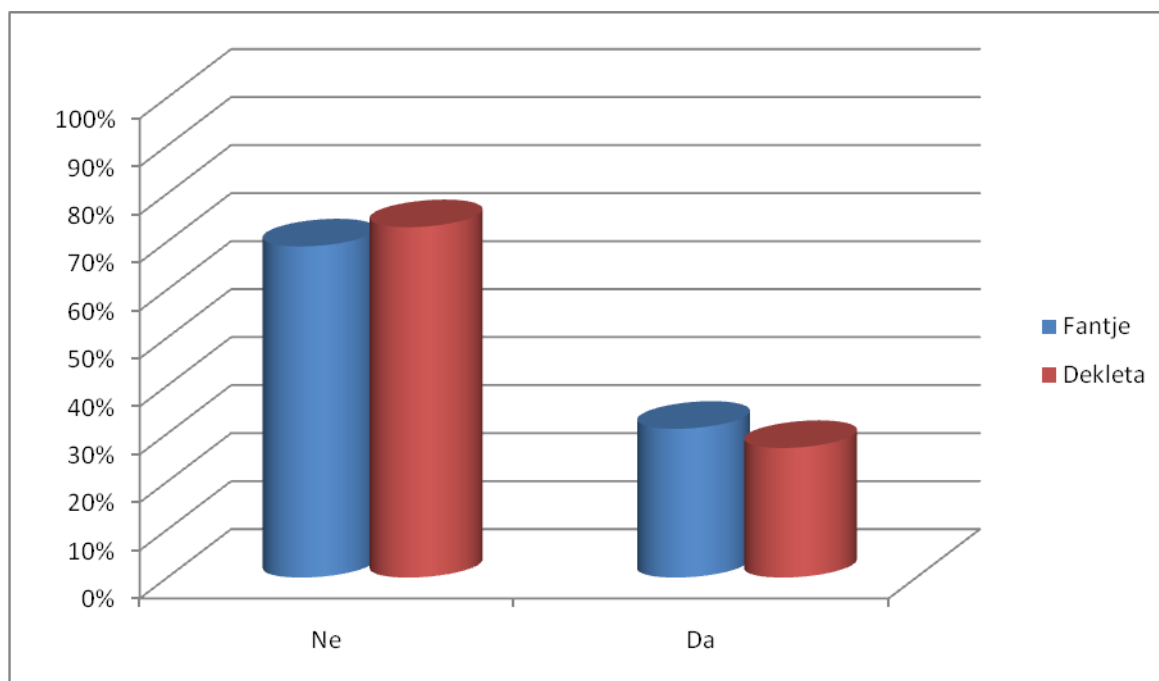
3.10 Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 10: Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?

	Fantje	Dekleta	Skupno
Ne	69 %	73 %	71 %
Da	31 %	27 %	29 %

Graf 10: Ali so starši osnovnošolcem kdaj prepovedali gledanje resničnostnih oddaj?



Graf in tabela nam kažeta, da večina staršev ne prepoveduje gledanja resničnostnih oddaj, kar potrjuje našo hipotezo, da starši osnovnošolcem gledanja resničnostnih oddaj ne prepovedujejo.

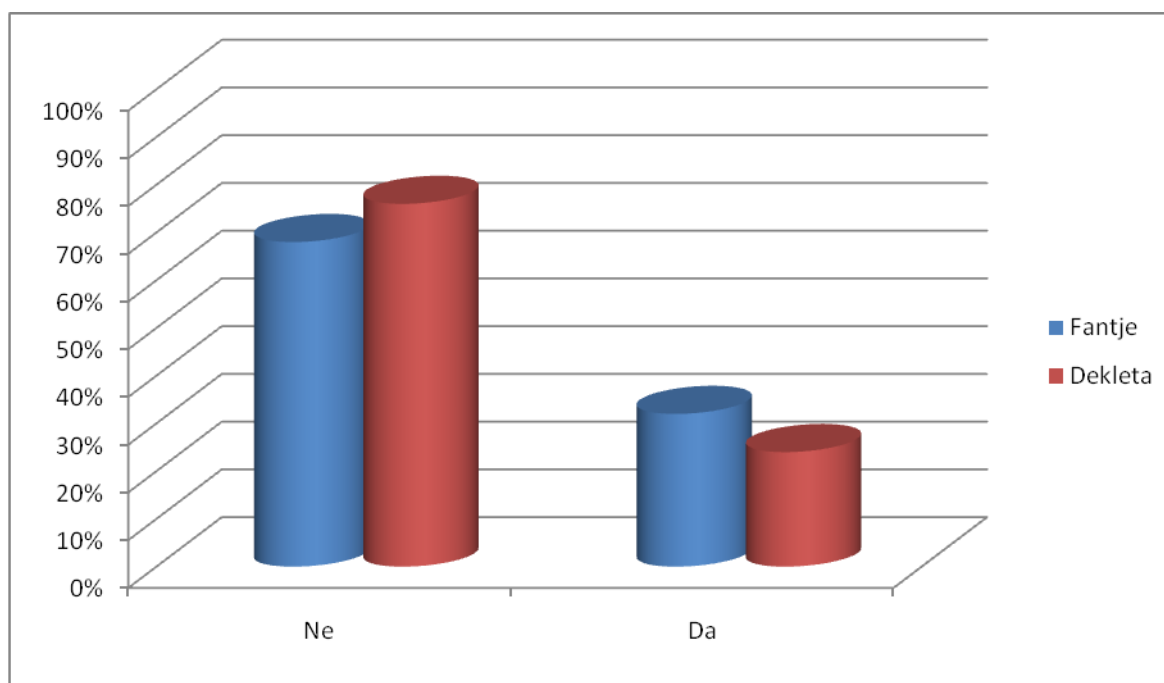
3.11 Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 11: Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli

	Fantje	Dekleta	Skupno
Ne	68 %	76 %	72 %
Da	32 %	24 %	28 %

Graf 11: Želja po pogovoru o resničnostnih oddajah v šoli



Iz grafa in tabele je razvidno, da si večina osnovnošolcev ne želi pogovora o resničnostnih oddajah v šoli. To ovrže našo hipotezo, da si osnovnošolci želijo pogovarjati o resničnostnih oddajah v šoli. Morda osnovnošolci predvidevajo, da se bodo v šoli z učitelji pogovarjali le o slabem vplivu resničnostnih oddaj in si zaradi tega ne želijo pogovarjati o resničnostnih oddajah.

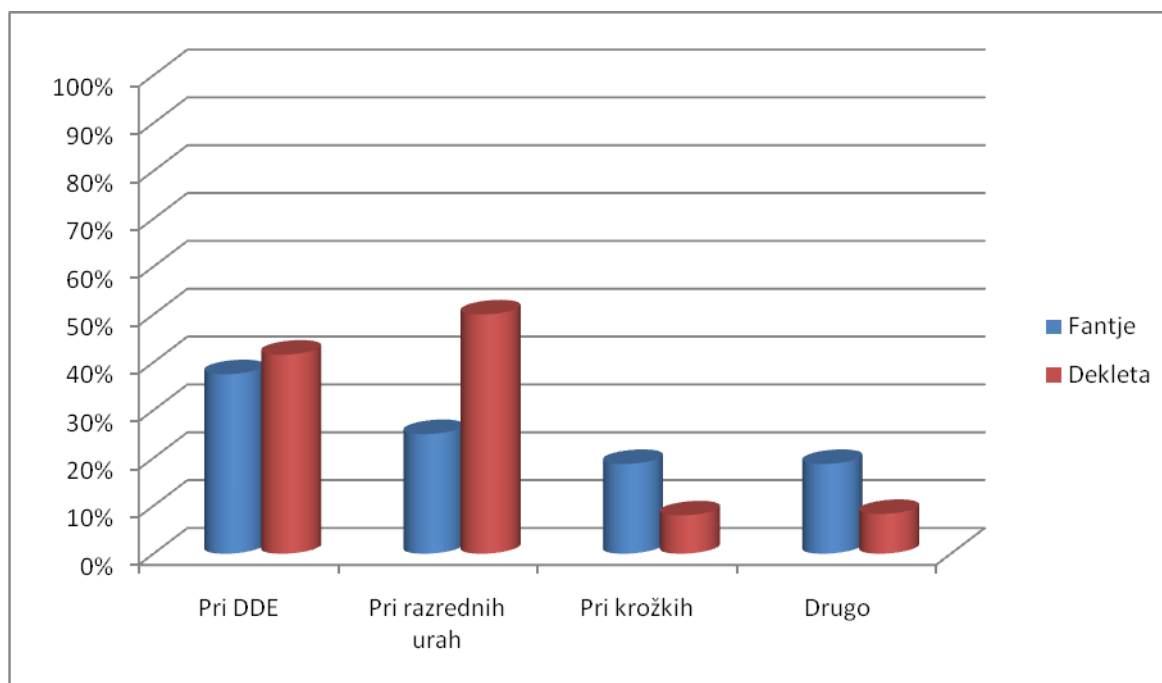
3.12 Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 12: Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah

	Fantje	Dekleta	Skupno
Pri DDE	37,5 %	41,6 %	39,5 %
Pri razrednih urah	25 %	50 %	37,5 %
Pri krožkih	18,7 %	8 %	13,3 %
Drugo	18,7 %	8,3 %	13,5 %

Graf 12: Učni predmeti, pri katerih bi se pogovarjali o resničnostnih oddajah



Na vprašanje *Pri katerem predmetu naj bi v šoli razpravljali o resničnostnih oddajah?* so odgovarjali le tisti učenci, ki se o resničnostnih oddajah želijo pogovarjati v šoli. Največ se jih o resničnostnih oddajah želi pogovarjati pri *državljski in domovinski vzgoji ter etiki* in pri *razrednih urah*. Pod odgovor drugo so učenci pisali predvsem pri: *slovenščini, matematiki ter angleščini*.

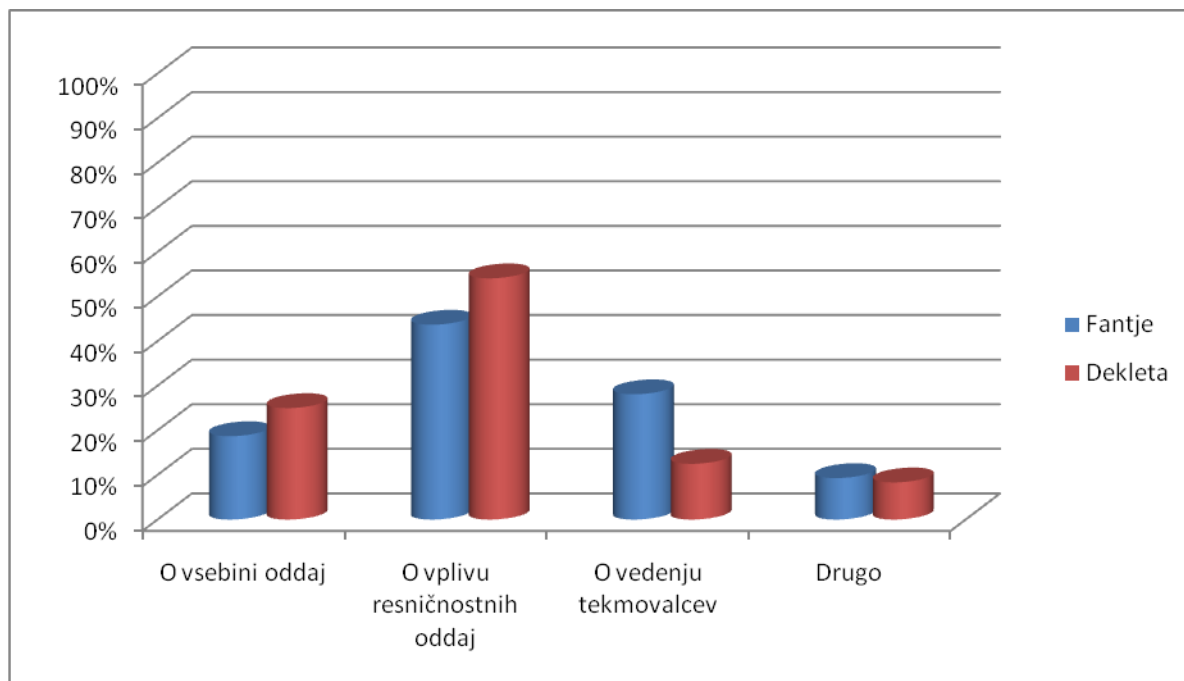
3.13 Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali

Rezultati so predstavljeni s tabelo in grafom.

Tabela 13: Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali

	Fantje	Dekleta	Skupno
O vsebini oddaj	18,7 %	25 %	21,8 %
O vplivu resničnostnih oddaj na mlade	43,7 %	54,1 %	48,9 %
O vedenju tekmovalcev	28,1 %	12,5 %	20,3 %
Drugo	9,3 %	8,3 %	8,8 %

Graf 13: Teme, o katerih bi se osnovnošolci pogovarjali



Na vprašanje *O čem naj bi v šoli razpravljali?* so odgovarjali le tisti učenci, ki se o resničnostnih oddajah v šoli želijo pogovarjati. Graf nam prikazuje, da bi se 48,9 % teh osnovnošolcev pogovarjalo predvsem o vplivu resničnostnih oddaj na mlade. Ugotavljamo, da si vendarle nekaj osnovnošolcev želi kritičnega pogovora na to temo in imajo kritično

stališče do vedenja nekaterih tekmovalcev. Pod odgovor *drugo* so se učenci odločali predvsem za odgovore, ki so se navezovali na spolnost.

4 INTERVJU Z DONALDOM ROSOM

Kot drugo metodo dela smo izbrali intervju z Donaldom Rosom, kreativnim direktorjem produkcije resničnostnih oddaj na POP TV-ju. Zastavili smo mu devet vprašanj, na katera nam je odgovoril po elektronski pošti.

1. KATERA RESNIČNOSTNA ODDAJA JE BILA V SLOVENIJI NAJBOLJ GLEDANA?

Najbolj gledan resničnostni šov je vedno bila *Kmetija*. Letos pa je *Kmetija slavnih* daleč najbolj gledan šov.

2. NA KATERO RESNIČNOSTNO ODDAJO SE JE DO SEDAJ PRIJAVILO NAJVEČ TEKMOVALCEV?

Največ se jih je prijavilo na prvo sezono *Kmetije*, in sicer več kot dva tisoč kandidatov.

3. KAKŠEN JE V POVPREČJU TEDENSKI HONORAR TEKMOVALCEV?

Honorarji so zaupne narave in vam tega podatka na morem posredovati.

4. NA PODLAGI ČESA IZBERETE TEKMOVALCA, DA PRIDE V RESNIČNOSTNI ŠOV?

Tekmovalec mora biti komunikativna, odprta oseba, ki nima zadržkov, kar se tiče medijskega izpostavljanja, glede na to da bo z gledalci delil svoja čustva in mnenja. Vsekakor mora biti atraktivna, posebna oseba. Vedno pa pripravimo tudi psihološki profil, v katerem se ugotovi njegova dinamika in dinamika glede na ostale tekmovalce.

5. SO PREPIRI V RESNIČNOSTNIH ODDAJAH BILI KDAJ ZAIGRANI ZARADI MOREBITNE VEČJE GLEDANOSTI ODDAJE?

Mi nimamo neposrednega vpliva na njihova čustva in si tudi ne bi želeli, da bi bili odnosi med njimi zaigrani. Vse, kar gledate v teh oddajah so resnični odnosi in zgodbe, ki jih tekmovalci delijo z nami. Skoraj vedno se zgodi, da želijo tekmovalci nekatere stvari prikriti in zadržati zase, a kasneje vse pride na dan.

6. ČE IMATE/BI IMELI OTROKE, BI JIM PREPOVEDALI GLEDATI KATERO OD RESNIČNOSTNIH ODDAJ IN ZAKAJ?

Imam hčerko, ki je sedaj stara že 17 let in je lahko gledala vse resničnostne šove, ki sem jih produciral. Je pa res, da jo to že nekaj let ne zanima več.

7. MENITE, DA BO V PRIHODNOSTI NA TV ŠE VEČ RESNIČNOSTNIH ODDAJ?

Mislim, da bomo v Sloveniji še par let spremljali velike resničnostne šove. Zaradi razvoja interneta pa je resničnost postala del vsakdana in se tudi vključuje v vse vrste medijev, ne le v zabavne oddaje in klasične resničnostne šove. Tako lahko pričakujemo, da bo resničnost sestavni del večine oddaj, kjer bo gledalec soustvarjalec.

8. BI ŽELELI ODKUPITI ŠE KAKŠNO RESNIČNOSTNO ODDAJO? KATERO?

Edini večji šov, ki ga še nisem produciral je *Survivor*. Že nekaj časa smo v dogovorih in možno je, da se bomo nekoč odločili.

9. KAJ PO VAŠEM MNENJU PREMAMI TEKMOVALCE, DA SE PRIJAVIJO NA RESNIČNOSTNO ODDAJO?

Vedno je na prvem mestu slava, nato denar in odskočna deska za neke nove podvige v življenju. Mnogi pa pozabijo, da mora biti vsak posameznik aktiven ter ustvarjalen in udeležba v resničnostnem šovu mu ne bo dala lepše prihodnosti, če ne bo sam znal izkoristiti svojih potencialov.

5 UGOTOVITVE DOSEDANJIH RAZISKOVALCEV

Pregledali smo veliko literature na temo resničnostnih oddaj, vendar raziskovalnih nalog, ki bi prikazovale, kaj o resničnostnih oddajah menijo mladi, kako so med njimi priljubljene in gledane, nismo našli. Na temo resničnostnih oddaj je napisanih kar nekaj diplomskih nalog, s katerimi smo si precej pomagali, saj zelo nazorno opisujejo posamezne resničnostne oddaje, izdelane v slovenski produkciji. Vanja Polanec je leta 2006 izdelala diplomsko nalogo z naslovom *Resničnostne oddaje med mladostniki*, vendar je v svojo raziskavo vključila le oddaji *Big Brother* in *Bar*, število mladostnikov, ki so odgovarjali na njena vprašanja, pa je bilo le 24 in zato njen vzorec ni bil reprezentativen.

6 ZAKLJUČEK

Resničnostne oddaje oz. šovi zajemajo in odpirajo veliko zanimivih debat, zato se je težko opredeliti le na eno. Mi smo se odločili, da bomo raziskali, kakšno mnenje imajo o resničnostnih šovih osnovnošolci.

Ugotovili smo, da osnovnošolci dobro poznajo resničnostne oddaje in da sta najbolj poznani in hkrati tudi priljubljeni *Kmetija* in *Big Brother*, najmanj pa je priljubljen *Big Father*, ki se od ostalih resničnostnih oddaj razlikuje po tem, da prikazuje, kako preživeti mladost brez drog, škodljivih medijev in potrošništva. Glavna nagrada ni denarna, tu ni izločanj in ni glasovanj.

V naši raziskovalni nalogi smo ugotovili, da osnovnošolci resničnostne oddaje v večini gledajo občasno in ne vsak dan, gledajo pa jih predvsem iz dolgčasa in ker se jim zdijo zabavne. To vsekakor kaže na pomanjkanje kvalitetnih, zabavnih in zanimivih televizijskih vsebin v večernih urah, ki bi bile namenjene osnovnošolcem. Zanimivo je, da si niti dekleta niti fantje ne želijo še več resničnostnih oddaj, čeprav bi se fantje kot tekmovalci udeležili resničnostnih oddaj, dekleta pa ne.

Z rezultati raziskovalne naloge smo zadovoljni, saj se smo prišli do zelo zanimivih ugotovitev in spoznanj. Mladi so kritični in niso zadovoljni z vsemi vsebinami, ki jih ponujajo televizijske hiše. Vsekakor pa ostajajo odprta vprašanja, vredna raziskovanja: *Zakaj so resničnostni šovi tako priljubljeni? Kakšen vpliv imajo na mladino?* Morda bodo navdih za nekoga drugega.

7 LITERATURA

Jakopič, K. (2007): TV voajerji. Ljubljana. Institutum Studiorum Humanitatis, Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Leskovec, B. (2007): Resničnost resničnostnih šovov. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Nahtigal, Z. (2008): Resničnostni šovi-slovenski nastopajoči in njihove vloge. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Nemec, B. (2006): Resničnostna televizija; primer Slovenske resničnostne oddaje Bar. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Polanec, V. (2006): Resničnostne oddaje med mladostniki. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Potrata, J. (2006): Žanr resničnostne televizije, analiza formata oddaje Sanjski moški. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Praprotnik, N. (2009): Zvezdnitvo kot promocijska strategija v kulturnih strategijah: primer resničnostnih šovov. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Pribac, I. (2007): Resničnostne pošasti (spremna beseda v Razac, O. 2007. Ekran in živalski vrt) Ljubljana. Maska.

Senica, S. (2009): Radijski Resničnostni šov-študij primera Osvoji srce. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Uršič, T. (2009): Resničnostna televizija: Analiza formata oddaje Kmetija. Diplomsko delo. Ljubljana. FDV.

Cencič, M. (2002): Pisanje in predstavljanje rezultatov raziskovalnega dela. Ljubljana. Pedagoška fakulteta.

Internetni viri

- http://beta.finance-on.net/pics/cache_F9/F94ZS_zala_xx.1211122853.jpg, 20. 2. 2010
- <http://www.current.org/prog/prog90-20L.gif>, 20. 2. 2010

- http://www.fpp.uni-lj.si/files/users/studentska.organizacija/big_brother_logo.jpg, 20. 2. 2010
- http://upload.wikimedia.org/wikipedia/sl/thumb/1/16/Logotip_BAR_II.svg/140px-Logotip_BAR_II.svg.png, 20. 2. 2010
- <http://image.24ur.com/media/images///600xX/Jun2008//60145810.jpg>, 28. 2. 2010
- http://www.genspot.com/Handlers/Photos.ashx?size=L&photo_id=2159, 1. 3. 2010
- http://www.genspot.com/Handlers/Photos.ashx?size=L&photo_id=2159, 1. 3. 2010
- <http://www.siol.net/survivor.aspx>, 1. 3. 2010
- http://www.fundacija.zzgnz.si/media/publicMessage/Big_Father_spet_na_Televiziji_Slovenija.pdf, 2.3. 2010
- http://img.siol.net/09/321/633940532686850149_logo%20survivor.jpg, 1. 3. 2010
- http://www.siol.net/splosno/survivor/tekmovalci/zadnji_prezivali_v_survivorju_je_aleksandar.aspx, 1. 3. 2010
- http://img.siol.net/09/294/633917309659853269_klemen%20rutar.jpg, 1. 3. 2010
- http://img.siol.net/09/294/633917319061223605_teja%20lapanja.jpg, 1. 3. 2010
- <http://www.bigfather.si/index.php>, 1. 3. 2010
- <http://www.futuradb.si/file/21404/cutlycewnj.jpg>, 1. 3. 2010
- <http://kvak.napovednik.com/slike/290904d.jpg>, 1. 3. 2010
- http://kvak.napovednik.com/natasa_kirn, 1. 3. 2010
- <http://ris.vecer.com/RISStorage/links/01/30/59/30/01305930-300.jpg>, 1. 3. 2010
- <http://ris.vecer.com/RISStorage/links/01/30/59/30/01305930-300.jpg>, 1. 3.
- <http://www.osebnost.si/static/upl/article/mqnmstzywpqjzqr.jpg>, 1. 3. 2010
- http://www.mladina.si/tednik/200844/veliki_oce_vam_tezi, 2. 3. 2010

8 PRILOGA

ANKETNI VPRAŠALNIK

Smo učenci 8. razreda OŠ Lava iz Celja in pripravljamo raziskovalno nalogo o resničnostnih oddajah na televiziji. Pred tabo je kratek anonimni vprašalnik. Prosimo te, da na vprašanja iskreno odgovoriš, saj nam bodo le iskreni odgovori pomagali pri našem raziskovanju. Temeljito preberi vprašanja ter nanje odgovori tako, da ustrezen odgovor obkrožiš ali ga napišeš na črto. Pri vsakem vprašanju obkroži le eno črko, razen če je pri posameznem vprašanju zapisano drugače.

Hvala

Tim Erjavec, Rok Herman, Marko Stojanović

Spol: M Ž Starost: _____

1. Obkroži resničnostne oddaje, ki jih poznaš (možnih je več odgovorov).

- | | | |
|--------------------|-----------------|-------------------|
| a) Kmetija. | b) Big Brother. | c) Survivor. |
| č) Big Father. | d) Bar. | e) Sanjski moški. |
| f) Sanjska ženska. | g) Drugo: _____ | |

2. Katera resničnostna oddaja ti je najbolj všeč?

3. Kako pogosto gledaš resničnostne oddaje po TV?

- a) Vsak dan.
- b) Občasno.
- č) Redko.
- d) Nikoli.

4. Zakaj spremljaš resničnostne oddaje?

a) Ker mi je dolgčas in nimam ničesar drugega za početi.

b) Ob spremljanju resničnostnih oddaj se zabavam.

c) Zanimivi so mi tekmovalci resničnostnih oddaj.

č) Oddaje spremljam, ker v njih tekmuje moj vzornik/-ica.

d) Resničnostnih oddaj ne spremljam.

e) Drugo: _____

5. Si želiš, da bi bilo na TV več resničnostnih oddaj?

a) Ne.

b) Da.

c) Ne vem.

6. Kaj po tvojem mnenju prepriča tekmovalce, da se odločijo za sodelovanje v resničnostnih oddajah?

a) Visoka denarna nagrada.

b) Večja prepoznavnost in slava.

c) Nova poznanstva.

č) Novi izzivi.

d) Drugo: _____

11. Ali meniš, da bi se v šoli pri pouku morali pogovarjati o resničnostnih oddajah?

- a) Ne.
- b) Da.

12. Če si na prejšnje vprašanje odgovoril z *da*, pri katerem predmetu naj bi v šoli razpravljali o resničnostnih oddajah (če si na prejšnje vprašanje odgovoril z *ne*, to vprašanje izpusti)?

- a) Pri državljski in domovinski vzgoji ter etiki.
- b) Pri razrednih urah.
- c) Pri krožkih.
- č) Drugo: _____

13. Če si na 11. vprašanje odgovoril z *da*, o čem naj bi razpravljali (če si na 11. vprašanje odgovoril z *ne*, to vprašanje izpusti)?

- a) O vsebini resničnostnih oddaj.
- b) O vplivu resničnostnih oddaj na mlade.
- c) O vedenju tekmovalcev.
- č) Drugo: _____