

Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť/Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov EÚ

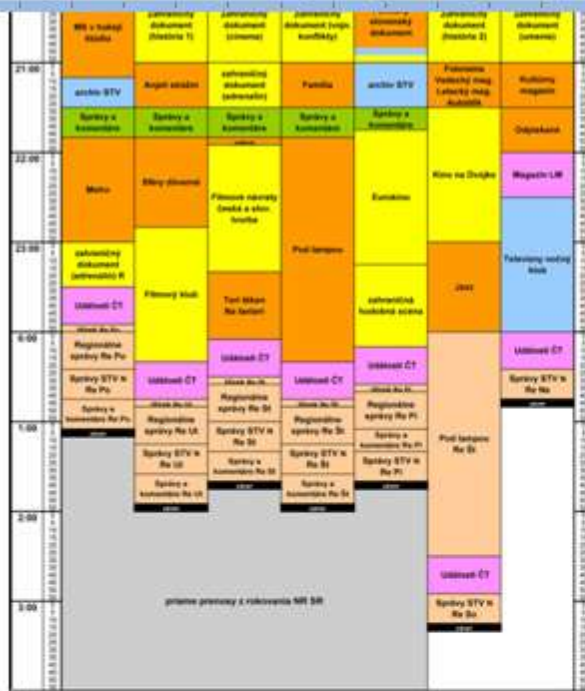
ITMS kód projektu: 26110130495

Názov projektu: *Školské televízne štúdio a školská televízia s vlastným vysielaním ako centrum odborného vzdelávania a prípravy*

## **PRIEBEŽNÝ POPIS IMPLEMENTÁCIE PROJEKTU S ČIASTKOVÝMI VÝSTUPMI A UKÁŽKAMI**

Číslo a názov aktivity	1.2 Tvorba programovej štruktúry školskej televízie ako odbornej, vzdelávacej a informačnej platformy
Termín realizácie aktivity	01.11.2012 - 28.02.2014
Výstupy aktivity	<p>✓ programová štruktúra školskej televízie ako teoretické východisko odbornej, vzdelávacej a informačnej platformy pre efektívne využívanie školskej televízie vo výchovno vzdelávacom procese</p> <p><b>hlavné medzníky v rámci realizácie aktivity:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- koordinácia tvorivého tímu, rozdelenie úloh,</li><li>- tvorba programovej štruktúry / návrhy, hodnotenie /,</li><li>- študijno rozborová činnosť, oponentúra, odborné posudky,</li><li>- kompletizácia a pilotná výroba s vysielaním - <b>aktivita je základňou, z ktorej sa odvíjajú ďalšie aktivity projektu a to predovšetkým tvorba video programov a vysielanie školskej internetovej televízie v rámci odbornej praxe žiakov.</b></li></ul>

**PrintScreen: ukážky rozpracovanosti a výstupu textu programovej štruktúry školskej televízie**



a divák sa pritom dokáže jednoducho orientovať v obsahovej ponuke.

#### Rozdelenie programovej štruktúry na programové bloky

Vysielací čas v priebehu jedného dňa sa delí na niekoľko programových blokov, z ktorých každý má trochu iné zameranie. Približne od šiestej hodiny ráno do ôsmej až deviatej hodiny hovoríme o rannom bloku. Po ňom až do dvanástej hodiny na poludnie je to dopoludňajší blok. Od poludnia do sedemnástej hodiny nasleduje popoludňajší blok a po ňom až do devätnástej hodiny podvečerný blok. O devätnástej sa začína hlavný vysielací čas, ktorý sa ešte dá rozdeliť na tzv. spravodajský blok, first run a second run. Tento blok siaha približne do polnoci a po ňom nasleduje nočný blok, ktorý pokračuje až do šiestej hodiny ráno.

Takéto rozdelenie vysielacieho času je dôležité z viacerých dôvodov, bližšie sa k nemu dostaneme, keď budeme hovoriť o programovaní vysielania.

#### Čo sú programové sloty

Keď sa pozrieme na programovú schému, vidíme, že je celkom zreteľne rozdelená na sedem zvislých stĺpcov, podľa dní v týždni. Takto je schéma celkom čitateľná. Aj časové bloky sa v nej dajú jednoducho nájsť v stĺpci na ľavom i pravom okraji. Keď si však vysielaciu schému pozrieme podrobnejšie zistíme, že v jednotlivých dňoch sa nám v rovnakých časoch opakuje rovnaký program, čiže je to program na pokračovanie. Tieto vodorovné bloky nazývame programové sloty a vytvárame ich, ak chceme dosiahnuť čo najvyšší divácky záujem. Obsah programových slotov a ich umiestnenie sa môže meniť, meniť sa môže aj frekvencia, čiže počet dielov v týždni, mesiaci alebo roku. Počet pravidelných vysielaní nazývame periodicita. Už zo zbežného pohľadu na programovú schému vidíme, že niektoré relácie/programy sa opakujú denne, niektoré iba raz za týždeň. Keby sme mali možnosť pozrieť si zoznam všetkých programov, ktoré Dvojka vysiela počas roka, našli by sme pri každom vysielanom titule nielen periodicitu, čiže ako často má byť program vysielaný, ale aj počet a časy repríz týchto programov. Okrem dennej a týždennej periodicity by sme našli aj programy, ktoré sa vysielajú raz za dva týždne alebo raz za mesiac. Mesačný rozstup vo vysielaní niektorého programu je v súčasnosti už skôr výnimkou a dlhšie časové rozmiestňovanie programov sa už ani nepoužíva. Televízie skôr pracujú so sériami s menším počtom častí tak, že ich umiestnia v čo najmenších rozstupoch napríklad do jesenného alebo jarného obdobia. Takéto programové sloty sú síce v programovej štruktúre uložené krížom cez celý rok, ale môžu byť naplnené viacerými sériami jedného programu alebo aj viacerými programami.

#### Reklamné bloky

V programovej štruktúre okruhu Dvojka Slovenskej televízie nájdeme iba málo slotov označených ako reklama. V programe Jednotky ich je o niečo viac, ale najviac ich majú v programovej štruktúre súkromné televízne stanice. Už sme si povedali, že vysielanie

reklamy je hlavným zdrojom financovania súkromných televízií. Mnoho divákov je však s prítomnosťou reklamy vo vysielaní a najmä s prerušovaním programu reklamou, veľmi nespokojných. Nuž, treba povedať, že ani ľudia v súkromných televíziách, ktorí programujú vysielanie, sami nie sú poďčení. Ním osvedčilo, že musia prerušiť film v prospech reklamy.

**Majú a potrebujú internetové televízie programovú štruktúru?**

Majú a potrebujú, ale programová štruktúra internetovej televízie má úplne inú podobu, než sme zvyknutí pri štandardných televíznych stanicích. Ide najmä o to, ako sú usporiadané dáta, čiže jednotlivé videá a akým spôsobom sú sprístupnené divákovi.

Základ každej internetovej televízie tvorí internetová stránka. Keď ju divák otvorí, najväčšiu časť viditeľnej plochy by malo zaberáť okno video prehrávača. Potom je niekoľko možností ako usporiadať informácie na ploche stránky. Niektoré televízie len jednoducho radia programy (videá) pod seba podľa časovej postupnosti a divák sa musí prehrávať niekedy aj desiatkami videí, aby našiel program, ktorý hľadá. Na druhej strane, ak si link na konkrétne video uloží, môže sa k nemu kedykoľvek vrátiť, alebo poslať ho svojim priateľom, ktorí si iba kliknutím rovno spustia. Sofistikovanejšie internetové televízie sa snažia dáta usporiadať podľa zrozumiteľných kritérií. Vytvárajú kategórie (vtipné videá, športové videá, aktuálny a pod.) a do týchto kategórií sa snažia ukladať jednotlivé videá. Čím viac videí sa postupne na stránku dostane, tým viac je systém roztriedenia potrebný. Orientácia vo veľkom počte neroztriedených videí je časovo veľmi zdĺhavá. Organizácia a prístupnosť týchto kategórií závisí od fantázie webmastera. Pod alebo nad oknom video prehrávača sa môže nachádzať líšta so záložkami, pričom názov záložky reprezentuje názov kategórie. Ale môže to byť aj malých obrazových okien s názvom kategórie, v ktorých sa zobrazuje jedno políčko z najaktuálnejšie pridaného videa v danej kategórii. Tu už môžeme povedať, že program televízie, uložený v kategóriách je štruktúrovaný, teda má svoju štruktúru, pretože sa skladá z jednotlivých kategórií. Tie môžeme pokojne porovnať k programovým slotom vo vysielacej štruktúre štandardných televízií.

Veľmi dôležité je v takomto prípade dostatočne informovať diváka o tom, že v niektorej z kategórií pribudlo nové video, alebo že na stránke internetovej televízie pribudla úplne nová kategória. Na to môže televízia využiť niekoľko nástrojov. Jednak má na stránke umiestnené tzv. banery, v ktorých môže uvádzať rôzne informácie, alebo v nich prezentovať reklamu. Samotné hlavné okno video prehrávača môže byť programované a využitelné viacerými spôsobmi. Napríklad, hneď po otvorení stránky sa môže automaticky spustiť a začať prezentovať informácie o najnovších videách v jednotlivých kategóriách, alebo informácie o pripravovaných programoch. V okne video prehrávača sa môžu po otvorení stránky automaticky štartovať upútavky na najnovšie programy, alebo promovanie pripravovaných programov. Ďalšie možnosť je využívať rôzne grafické a programovacie postupy na otváranie malých okien na ploche stránky, ktoré budú obsahovať potrebné informácie. Samozrejme, je možné hľadať množstvo nových ciest, ako posunúť informáciu o dostupnosti programov divákovi. Nehovoriac už o grafickej príťažlivosti prostredia stránky internetovej televízie, jej interaktívite a sekundárných nástrojoch, pomocou ktorých môže divák získať informácie o programoch.

Internetové televízie sú viac-menej hybridné útvary, niečo medzi video archívom a video kanálom. Ich programová štruktúra vychádza z prostredia webu a má byť veľmi flexibilná a prehľadná.

**Návrh programovej štruktúry**

Hlavnou myšlienkou školskej internetovej televízie FoTelka je prezentovať život školy, jej študentov a výsledky ich práce. Už z tejto jednoduchej definície je zrejme, že ponuka môže byť pomerne pestrá a zaujímavá. Druhým východiskom je fakt, že školská internetová televízia neslúži iba na vysielanie, ale jej ťažiskovým poslaním je aktívne zapájať študentov jednotlivých odborov do tvorby televízneho programu a tak im umožniť získať všetky kreatívne i technické zručnosti potrebné pri príprave, realizácii a dokončení video programov a ich prezentácii v prostredí internetovej televízie.

Programová štruktúra televízie FoTelka vychádza z bodu nula, čiže zo stavu, keď sa táto internetová televízia začína formovať. Základ programovej štruktúry bude obsahovať päť kategórií, ku ktorým bude postupne možné pridávať ďalšie a tak rozširovať programovú ponuku televízie.

**Základné formáty programovej štruktúry televízie FoTelka:****ŠkoleNews** – správy zo života školy

minutáž: 05:00 min. periodičita: týždenne

Krátka spravodajská relácia postavená na čítaných informáciách, ktoré môžu byť ilustrované fotografiami alebo krátkymi videosekvenciami. Program pripravujú študenti študijného odboru masmediálna komunikácia pod gesciou pedagógov tohto odboru a študenti obrazovej a zvukovej tvorby. Program má svoju stabilnú zvučku.

**THXlab** – magazín o tvorbe študentov obrazovej a zvukovej tvorby

minutáž: 30:00 min. periodičita: dvojtýždne

Moderovaný magazínový formát v ktorom budú predstavované práce študentov jednotlivých ročníkov v odbore obrazová a zvuková tvorba. Obsah môžu tvoriť jednak bežné cvičenia, ročníkové práce i maturitné diela. Program slúži na prezentovanie činnosti a študijných výsledkov študentov SSUŠF a zároveň na celkovú prezentáciu úrovne školy. Program pripravujú študenti študijného odboru masmediálna komunikácia pod gesciou pedagógov tohto odboru a študenti obrazovej a zvukovej tvorby. Program má svoju stabilnú zvučku. Názov THXlab je odvodený z názvu študentského projektu dnes už svetového režiséra Georgea Lucasa a má v prenesenom význame symbolizovať začínajúcu dráhu mladých tvorcov, dnešných študentov SSUŠF.



**Hoteliki** – seriál rozhovorov so zaujímavými ľuďmi  
minutáž: 30:00 min. periodičita: dvojtýždne

Moderovaný diskusný formát, postavený na rozhovoroch so zaujímavými ľuďmi s rozličných oblastí. Rozhovory vedú študenti, program môže byť obrazovo doplnený fotografiami alebo krátkymi videosekvenciami. Program pripravujú študenti študijných odborov masmediálna komunikácia a obrazová a zvuková tvorba pod vedením pedagógov týchto odborov. Cieľom tohto programu je jednak predstaviť zaujímavých ľudí, ale najmä umožniť študentom získať skúsenosť zo živej komunikácie s hosťom v štúdiu, a rovnako aj zo snímania takéhoto typu programu. Študenti majú získať potrebné zručnosti a rozvíjať svoje schopnosti v masmediálnej práci. Program má svoju stabilnú zvučku.

**Pixel** – seriál o tvorbe študentov virtuálnej grafiky  
minutáž: 10:00 min. periodičita: dvojtýždne

Krátky prezentačný formát, ktorého cieľom je predstaviť najzaujímavejšie školské práce študentov odboru virtuálna grafika. Vzhľadom na to, že práce z oblasti virtuálnej grafiky bývajú náročnejšie na prípravu a spracovanie a väčšinou majú kratšiu metráž je celková minutáž kratšia, čo neznamena, že nie je možné zaradiť do programovej ponuky práce prekračujúce stanovenú minutáž. Formát nie je moderovaný, iba komentovaný mimo obraz a okrem samotných študentských prác môže obsahovať krátke videosekvencie zo vzniku niektorých projektov alebo z vyučovacieho procesu. Program pripravujú študenti študijného odboru virtuálna grafika pod vedením pedagógov tohto odboru a po realizácii stránke aj študenti obrazovej tvorby a masmediálnej komunikácie. Program má svoju stabilnú zvučku.

**SvetloFarba** – seriál o fotografickej a výtvarnej tvorbe študentov SSUŠF  
minutáž: 05:00 min. periodičita: týždne

Súčasťou viacerých študijných programov sú fotografické a výtvarné práce. Cieľom tohto krátkeho formátu je predstaviť niektoré z nich. Základná verzia je veľmi jednoduchá, študenti môžu kreatívnym spôsobom nasnímať, zoradiť a postrihať fotografické alebo výtvarné práce iba s hudobným sprievodom. Vzhľadom na to, že tento formát je voľnejší a je možné akceptovať aj iné kreatívne riešenia, môžu študenti vytvárať krátke útvary aj so sprievodom hovoreného slova, poézie a pod. Jedným zo zámerov je naučiť študentov vnímať fotografické a výtvarné práce ako samostatné artefakty, objekty, ktoré je možné zobraziť v podobe ucelených sekvencií. Program môžu pripravovať študenti všetkých študijných odborov pod vedením svojich pedagógov. Program má svoju stabilnú zvučku.

#### *Ako sa zisťuje sledovanosť*

Pri zisťovaní sledovanosti sa využívajú štandardné štatistické postupy, povedzme také, ako keď sa agentúry pokúšajú zistiť, koho by chceli občania voliť v najbližších voľbách. Ten princíp spočíva v tom, že agentúra, ktorá robí prieskumy sledovanosti televíznych programov vyberie istú vzorku obyvateľov našej krajiny. Najťažšie je vytvoriť čo najpresnejší vzorec pre to, ako správne určiť, kto tam má byť. Teraz, samozrejme, nejde o konkrétne meno, ale o to, aby každý, kto sa v tejto skupine nachádza, reprezentoval nejakú časť populácie našej krajiny. Táto vzorka sa nazýva *panel* a musia v nej byť v správnom pomere zastúpené napríklad ženy, muži aj deti, alebo ľudia v jednotlivých vekových kategóriách, ľudia so stredoškolským alebo vysokoškolským vzdelaním, ale aj ľudia bez vzdelania, príslušníci národnostných menšín atď., atď. Tých kritérií je celkom dosť a počet osôb v paneli zasa čo najmenej, aby sa údaje dali reálne čo najrychlejšie vyhodnotiť. V zásade však platí, že čím je vzorka menšia, tým sú výsledky prieskumu nepresnejšie. V Slovenskej republike sa prieskum sledovanosti robí na vzorke približne 800 rodín, čo by malo byť zhruba 1300 osôb. Technicky sa robí prostredníctvom jednoduchého prístroja, ktorý zaznamenáva, či je televízor zapnutý a ktorý program práve jeho diváci sledujú.

#### *Kto najviac potrebuje poznať sledovanosť programov?*

Sledovanosť je dvojsečná zbraň. Na jednej strane sa z nej dá vycíť veľa takých údajov, ktoré môžu dobre poslúžiť samotným televíziám. Na strane druhej obsahujú aj také údaje, ktoré by najmä niektoré televízie radi nezverejňovali. Ale v princípe platí, že sledovanosť potrebujú predovšetkým súkromné televízne stanice. Údaje o sledovanosti im pomáhajú dobre predávať reklamný čas. Ak vie televízia preukázať, že v prime time v piatok večer sleduje jej program napríklad 2,5 milióna divákov, tak v čase pred a počas tohto programu dokáže predaj sekundu reklamného času za sumu, pri ktorej sa bežnému divákovi od úzasu rozšíria zreničky. Údaje o sledovanosti v prípade verejnoprávnej televízie majú zasa trochu iný význam. Jej úlohou nie je súťažiť so súkromnými televíziami, lebo nie je odkázaná na príjmy z vysielania reklamy. V tomto prípade sa skôr sleduje, aký typ diváka priťahol ktorý program a teda, či výber a zaradenie programov spĺňa poslanie, ktoré verejnoprávna televízia má podľa zákona, teda predovšetkým informovanosť a potom šírenie kultúrnych hodnôt.

#### *Sú údaje o sledovanosti naozaj pravdivé?*

Táto otázka bola a asi vždy aj bude predmetom diskusie. Dá sa povedať, že prevažne sú údaje o sledovanosti pravdivé. Ale vždy existuje nejaké „ale“. V tomto prípade je to napríklad fakt, že diváci prevažne nemajú radi reklamu, tým skôr, ak si niektorý inzerent objedná odvysielanie jedného reklamného spotu na dva mesiace v celkovej počte 200 krát. A my, diváci, potom už pri prvom zbere prepíname na iný program, lebo túto reklamu sme videli už 100 krát a netušíme, že ešte 100 krát ju uvidíme... Má takáto reklama vôbec zmysel? Asi ani nie, veď už ju takmer nikto nepozorá. Ale televízie stále tvrdia, že má, lebo ju vysielajú pred a počas programu, ktorý sledujú milióny divákov. Nuž, opak je pravda, vo chvíli, keď sa spustí reklama, sledovanosť obrovským skokom klesá, ale to žiadna z televízií, odkázaných na príjem z reklamy nikdy neprizná a údaje tohto typu sa ani nezverejňujú.

Súkromná stredná umelecká škola filmová, Petzvalova 2, Košice

### Školské televízne štúdio a školská televízia s vlastným vysielaním ako centrum odborného vzdelávania a prípravy



Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť/Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov EÚ

### Programová štruktúra školskej internetovej televízie

### Čo sú televízne médiá

Otázka by mala správne znieť – *čo sú a na čo slúžia televízne médiá?*

Už na prvý pohľad je odpoveď jednoduchá – každý predsa vie, čo je televízia a na čo ju máme, resp. čo nám poskytuje. Ale je to naozaj také jednoduché? Ak by sme sa pýtali v ankete, načo máme televízie, najčastejšie by asi prevládali odpovede typu – správy (informácie – politika, biznis, šport, počasie...) a zábava (filmy, seriály, reality a iné show...). Tieto odpovede v podstate vystihujú to, o čom sa príbeh televízií začal odohrávať od chvíle, keď v roku 1927 v Bellových laboratóriách v Spojených štátoch amerických odskúšali prvý prenos televízneho signálu. Úloha a využitie televízií sa od toho okamihu rozvíjali veľmi dynamicky a rozvíjajú sa dodnes.

Od začiatku sa majitelia televízií museli zaoberať tým, čo by mali vysielat', presnejšie, čo by chceli ich diváci pozerať. Odpoveď na túto otázku hľadajú dodnes a budú ju hľadať dovedy, kým budú existovať televízie. Jedna možnosť je opýtať sa divákov. To je však veľmi zdlhavý proces, hoci, ako uvidíme neskôr, ani túto možnosť nevynechali. Druhá možnosť je ponúknuť divákovi svoju predstavu a počkať ako zareagujú. Aj to je pomerne komplikovaná cesta, ale priniesla novú informáciu – divák je možné získať aj pre niečo, čo doteraz nepoznal, alebo čo by mu možno ani nenapadlo. A to bol ďalší bod zlomu. Televízií sice spočiatku nebolo toľko, ako dnes, ale aj tak každá chcela pritiahnúť čo najviac divákov a tak sa snažili ponúkať niečo iné. Boj o diváka sa začal.

*Prečo existujú súkromné a verejnoprávne televízie a aký je medzi nimi rozdiel?*

Začneme verejnoprávnymi televíziami. Súkromné sice tvoria početnejšiu skupinu a prvé televízne vysielania uskutočnili súkromné osoby v podmienkach súkromných vývojových pracovísk, ale keď sa zameriame na našu krajinu zistíme, že na Slovensku, vlastne vo vtedajšom Československu, bol vývoj pravidelného televízneho vysielania opačný. Československú televíziu od začiatku financoval štát a jej činnosť bola zameraná pre osôb širokej verejnosti. Takej televízií hovoríme verejnoprávna. Presnejší význam tohto pojmu si vysvetlíme trochu neskôr. Československá televízia vznikla na základe zákona, ktorý prijal vtedajší parlament a v ktorom sa hovorilo, čo všetko televízia musí vykonávať a čo všetko nesmie. Tento princíp je veľmi dôležitý, pretože všetky verejnoprávne televízie na svete vznikli na základe konkrétneho zákona, alebo si verejnoprávnu televíznu službu objednal u súkromného vysielateľa štát. O verejnoprávných televíziách teda hovoríme, že vznikli „zo zákona“.

Aby sme to trochu zamotali, tak treba povedať, že ani súkromné televízie nemôžu fungovať „iba tak“, povedzme preto, že sa niekto rozhodne od zajtrajšieho rána vysielat' hudobné klipy alebo kuchárske recepty. Aj existenciu súkromných televízií definuje zákon. Ani súkromné televízne médiá nemôžu začať vysielat', kým nespĺnia podmienky zadefinované v zákone, ale na rozdiel od verejnoprávných na vysielanie televíznych programov musia dostať oprávnenie, ktoré sa nazýva licencia. O súkromných televíziách hovoríme, že sú to vysielatelia na základe licencie.

Zatiaľ čo verejnoprávne televízie vykonávajú svoju činnosť na základe zákona a ich činnosť nie je časovo obmedzená, činnosť súkromných televízií, vysielajúcich na základe licencie, je