Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije

Atalić, Josip

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:509516

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište
Sjever

Završni rad br. 642/MM/2019

Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije

Josip Atalić, 1652/336

Varaždin, rujan 2019. godine

Sveučilište
Sjever

Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 642/MM/2019

Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije

Student

Josip Atalić, 1652/336

Mentor

doc.art. Robert Geček

Varaždin, rujan 2019. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR–42000 Varaždin

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Josip Atalić | MATIČNI BROJ 1652/336

DATUM 10. rujan 2019. | KOLEGIJ Vizualna kultura

NASLOV RADA Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Concept and visual design of a television show

MENTOR Robert Geček | ZVANJE doc.art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.art. dr.sc. Mario Periša - predsjednik
2. doc. dr.sc. Andrija Bernik - član
3. doc.art. Robert Geček - mentor
4. Nikolina Bolčević Horvatić, pred. - zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ 642/MM/2019

OPIS

Televizija je medij koji ima značajan utjecaj u današnjem društvu, no svakim danom suočava se s izazovima novih medija koji uspješno prisvajaju publiku te minimiziraju televizijsku konzumaciju. Neki od osnovnih preduvjeta potencijalne gledanosti televizijske emisije su odličan i zanimljiv koncept te ništa manje razrađen i prezentiran vizualni identitet. Koncept predstavlja ideju na kojoj se gradi cjelokupna struktura televizijske emisije, dok vizualni identitet ima ulogu kontakta i komunikacije s krajnjim konzumentom. Navedeni segmenti prožeti su produkcijskim procesima te su temeljeni na kreativnim procesima pojedinaca ili kreativnih produkcijskih timova.

U radu je potrebno:
1. Objasniti status i položaj televizije kao medija u današnjem vremenu te moguć daljnji smjer razvoja.
2. Predstaviti pretprodukcijske, produkcijske i postprodukcijske koncepte stvaranja televizijske emisije.
3. Opisati i izraditi vizualni identitet televizijske emisije.

ZADATAK URUČEN 25.09.2019. | POTPIS MENTORA

REPUBLIKA HRVATSKA SVEUČILIŠTE SJEVER KOPRIVNICA

Sažetak

Televizija je medij koji ima značajan utjecaj u današnjem društvu, no svakim danom suočava se s izazovima novih medija koji uspješno prisvajaju publiku te minimiziraju televizijsku konzumaciju.

Neki od osnovnih preduvjeta potencijalne gledanosti televizijske emisije su odličan i zanimljiv koncept te ništa manje razrađen i prezentiran vizualni identitet. Koncept predstavlja ideju na kojoj se gradi cjelokupna struktura televizijske emisije, dok vizualni identitet ima ulogu kontakta i komunikacije s krajnjim konzumentom. Navedeni segmenti prožeti su produkcijskim procesima te su temeljeni na kreativnim procesima pojedinaca ili kreativnih produkcijskih timova.

U radu su opisani pretprodukcijski, produkcijski i postprodukcijski procesi koncepti stvaranja televizijske emisije te su dani rezultati navedenih procesa u vidu vizualnog identiteta televizijske emisije. Također, u radu se spominje televizija kao medij te mogućnost razvoja u budućnosti, dok je prvenstveni cilj završnog rada predstaviti produkcijske procese i koncepte stvaranja, ne samo budućim (i sadašnjim) studentima već svima koji su zainteresirani.

Ključne riječi: televizija, produkcijski procesi, vizualni identitet, dizajn

Abstract

Television is a piece of media that has a significant impact in today's society, but every day it faces the challenges of new media that are successfully captivating audiences and minimizing television consumption.

Some of the basic prerequisites for potential viewership of a television show are a great and interesting concept and no less elaborate and presented visual identity. The concept is an idea on which the entire structure of a television show is built, while visual identity plays a role in communication to the final consumer. These segments are permeated with production processes and are based on the creative processes of individuals or creative production teams.

The thesis describes the pre-production, production and post-production processes of creating a television show and presents the results of these processes in the form of the visual identity of a television show. Also, in this thesis, the television is mentioned with its possibility of future development, while the primary goal of the thesis is to present the production processes and concepts of creation, not only to future (and current) students, but to anyone interested.

Keywords: television, production processes, visual identity, design

Popis korištenih kratica

TV	Televizija
ENG	Electronic News-Gathering
BBC	British Broadcasting Corporation
IPTV	Internet Protocol TV
HRT	Hrvatska Radiotelevizija
uninTV	Televizija Sveučilišta Sjever

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Televizija 3
   2.1. Počeci televizije 3
   2.2. Televizija danas 3
   2.3. Televizija u budućnosti 4
3. Produkcijski procesi 5
   3.1. Pretprodukcija 5
      3.1.1. Ideja 5
      3.1.2. Vrste televizijskih emisija 6
      3.1.3. Formiranje autorskog dijela ekipe 6
      3.1.4. Prijedlog programa emisije 7
      3.1.5. Budžet 7
      3.1.6. Formiranje proizvodne ekipe 8
      3.1.7. Određivanje lokacije i načina realizacije 9
      3.1.8. Scenarij, Knjiga snimanja, Plan izvršenja - košuljica emisije (Flowsheet), Operativni plan (raspored) produciranja, Radno naređenje (Call Sheet, Disposition), ... 9
      3.1.9. Izrada i izbor scenografije, kostima i rekvizita 10
      3.1.10. Izbor i angažiranje izvođača 10
      3.1.11. Skladanje (komponiranje) glazbe, glazbenih ulomaka (audio jingle-ova) i izrada tonskih efekata 10
      3.1.12. Izrada (snimanje) i izbor priloga emisije 11
      3.1.13. Izrada grafičkih elemenata, video jingle-ova te uvodne i odjavne špice 11
      3.1.14. Odobrenje budžeta i zaključivanje ugovora 11
   3.2. Produkcija 12
      3.2.1. Hladna proba u opremljenom objektu 12
      3.2.2. Tehnička priprema za rad u objektu 12
      3.2.3. Postavljanje rasvjete 12
      3.2.4. Kadriranje 13
      3.2.5. Generalna proba 13
      3.2.6. Snimanje/Direktan prijenos 13
   3.3. Postprodukcija 14
   3.4. Koncept i vizualni identitet emisije Televizija u televiziji 14
      3.4.1. Televizijski grafički dizajn 15
      3.4.2. Logo 15
      3.4.3. Boje 16
      3.4.4. Telop 17
      3.4.5. Odbrojavanje prije prijenosa 17
      3.4.6. Uvodna i odjavna špica 18
      3.4.7. Potpisi 19
      3.4.8. Prijelaz između dvije slike kamere 21
      3.4.9. Pozadina kod koncepta „Slika u Slici“ 22

3.4.10. Pozadinska grafika kod krominantnog urezivanja 22

4. Zaključak 24
5. Literatura 25
6. Popis slika 26
7. Prilozi 27

7.1. Knjiga snimanja televizijske emisije Televizija u televiziji 27
7.2. Nacrt studija UNIN3 216 27
7.3. Transkripcija voditeljskog teksta 27
7.4. Detaljan hodogram televizijske emisije "Televizija u televiziji" 27

1. Uvod

Sve je počelo davno prije poznatog slogana: „informirati, poučiti i zabaviti“, ali ipak nakon izuma telegrafa, slanja prvih signala preko Atlantika te izuma radija. Nekad je to bio medij kojemu se vjerovalo, koji je imao svoju težinu i mjesto u životima ljudi. Danas, nekad popularni medij, umire. Uzme li se u obzir da su televiziji prognozirali smrt još prije desetak godina, zanimljivo je promatrati i pokušati shvatiti što se događa te zbog čega televizija ima relativno veliku popularnost. Jasno je svima, ta popularnost nije veća od Interneta no ipak nalazi načine kako bi mu u nekim segmentima konkurirala.

Naravno, ti segmenti nisu mnogobrojni. Zbog detaljnijeg objašnjavanja, važno je vratiti se na slogan s početka: „informirati, poučiti i zabaviti“. Slogan je to televizije svih televizija, jedne od rijetkih koja svojim gledateljima nudi kvalitetan te dobro osmišljen program koji rijetko biva viđen na ostalim europskim televizijskim kanalima. Dakako, riječ je o britanskom BBC-ju, a ta abrevijacija označava British Broadcasting Corporation. Kompanija je osnovana dvadesetih godina dvadesetog stoljeća kao privatno društvo koje je kasnije došlo u javno vlasništvo u kojem je i danas. Jedna od zanimljivih stvari, kod spominjanja javnog vlasništva i kvalitete, je da je zakonom BBC-ju zabranjeno prikazivanje reklama, što nije slučaj s ostalim javnim televizijskim kompanijama u Europi i Svijetu (postoje još neke, čast izuzecima).

Prvi način proizvodnje televizijskog programa bio je isključivo uživo jer nisu postojale trake, magnetoskopi, a kamo li memorijske kartice za spremanje i pohranu sadržaja. Danas su informativni i sportski program jedini koje ima smisla gledati uživo no ako se uzme u obzir opcija televizije na zahtjev i takav program se prati s vremenskim odmakom.

Televizija je pravi primjer multimedije jer se u televizijskom programu nalazi informacija koju je netko napisao, pročitao, snimio, odaslao te na kraju krajeva primio i razumio. Kod spominjanja multimedije, stručni studij multimedije, oblikovanja i primjene trebao bi predstavljati spoj umjetničkih i tehničkih aspekata, baš kao i televizija.

Televizija predstavlja višak proizvodnje, a manjak kvalitete. (A. Bazen) Također, kod prenošenja informacija slikom i tonom, često se zanemaruju tehnički aspekti. Jedino je bitno čim prije prenijeti informaciju, pod cijenu kvalitete slike, tona, informacije te na kraju krajeva, cijenjene i uvažene publike.

Na mnogim sveučilištima postoje objedinjeni studiji filma i televizije. Naizgled vrlo slično, ustvari je dosta različito. S obzirom da su tema ovog završnog rada produkcijski procesi i dizajn

vizualnog identiteta, u tome smislu valja i obrazložiti. Film je umjetnost, televizija nije. Film se temelji na estetici, porukama, izazivanju emocija – televizija, i ne baš. Filmski produkcijski procesi, dugotrajniji su, ali opušteniji te samim time kvalitetniji – oni televizijski nisu ni jedno ni drugo ni treće jer je ljudima očito potreban minimum kvalitete kako bi bili zadovoljni.

Hoće li u slijedećim godinama televizija nestati zbog djelovanja drugih medija ili će možda potpuno prevladati, može se samo nagađati, a onoj televiziji s početka uvoda ostaje proizvoditi samo najkvalitetniji program kako bi ju ostale televizije pokušale kopirati, često vrlo neuspješno.

2. Televizija

2.1. Počeci televizije

Televizija se temelji na slici, odnosno na njezinu prijenosu i reprodukciji.
Ocem televizije smatra se Paul Nipkow, koji je 1884. u Njemačkoj predstavio je rotirajući disk kroz koji je prolazilo svjetlo svjetiljke u bljescima te se pomoću fotoosjetljivih selenskih ćelija pretvaralo u električne impulse. Izum je nazvan Nipkowljev disk.

Prema tom mehaničkom načelu je John Logie Baird konstruirao prvi televizijski uređaj za daljinski prijenos slike s 30 linija u slici, a koristeći njegov sustav, BBC je 1929. prvi put emitirao eksperimentalni TV program.
Sustav mehaničke televizije napušten je 1930-ih, kad ga je zamijenila elektronička televizija. Temeljila se primarno na patentima Vladimira Kosmicha Zworykina iz 1920-ih, koji je rabeći elektronski snop, razvio ikonoskop - prvu TV kameru u današnjem smislu riječi i kineskop koji je predstavljao elektronički televizijski uređaj.

Prvo službeno emitiranje televizijskog programa započelo 2. studenog 1936. Leslie Mitchell (BBC) započeo je prvu emisiju riječima: „Dobar dan, dame i gospodo. S velikim vam zadovoljstvom predstavljam čaroliju televizije“. Iste godine održane su Ljetne Olimpijske igre u Berlinu, koje su bile prve Olimpijske igre i prvi sportski događaj prenošen uživo na televiziji, a dvije godine kasnije John Logie Baird demonstrira prvi televizijski program uživo u boji.

Tih godina se završavaju faze eksperimentiranja, a televizija postaje nezaobilazan segment u ljudskim životima sve do 2000-ih u kojima je, zbog početka masovnog korištenja interneta i servisa koje on nudi, televizijski program sve manje u uporabi. [1]

2.2. Televizija danas

„TV isn't dying. It's having babies.“ (Kim Portrate, ThinkTV) Nekadašnje linearno praćenje televizijskih emisija na samo jednom uređaju danas više nije održivo. Konzumenti televizijskog sadržaja traže načine za praćenje sadržaja na putem više medijskih kanala kako bi dobili željeni sadržaj.

Nadalje, na neki način povijest se ponavlja; u prošlosti su kamerman i tehničar magnetoskopa bili povezani žicama putem kojih se slika snimljena kamerom prenosila i zapisivala na magnetnu vrpcu. Plastično rečeno, kuda god kamerman tuda i tehničar magnetoskopa za njim. Danas, vrlo slična situacija. Kamerman i njegov tehničar također su povezani žicama, ali te žice vode iz kamere do uređaja koji putem telekomunikacijskih mreža, u realnome vremenu, prenosi „živu sliku“ do

televizijskog centra iz kojega se daljnjim radiodifuznim, kablovskim ili internetskim kanalima emitira.

Nadalje, nekad su članovi ENG ekipe bili: novinar, kamerman, snimatelj tona, tehničar magnetoskopa, ali uz današnji razvoj tehnologije danas postoje videonovinari koji sami stvaraju sadržaj i sami ga produciraju te zamjenjuju cjelokupnu ENG ekipu.

Ako se promatra sa gledišta krajnjeg konzumenta sadržaja, u obzir dolazi televizija na zahtjev. Ona znači da krajnji konzumenti sadržaja mogu u bilo kojem trenutku gledati bilo koji sadržaj koji ih zanima. No nikad korisnici neće prijeći isključivo na televiziju na zahtjev, jer uvijek moraju biti u toku s trenutnim događajima. Uzevši to u obzir, može se zaključiti da program uživo ima svoj smisao te su korisnici više fokusirani na sadržaj.

2.3. Televizija u budućnosti

Ključne promjene kod televizije u budućnosti, odnosit će se na tehnološki napredak, poslovanje i promjene u ponašanjima konzumenata televizijskog sadržaja.

Radiodifuzno emitiranje putem televizijskih odašiljača će otići u povijest te će se sadržaji emitirati putem internetskih protokola tzv. IPTV, što znači integraciju i ispreplitanje dvaju medija: televizije i interneta. Televizija će biti dostupna za gledanje na svakoj ravnoj površini gdje se može projicirati slika, dok će televizijski zasloni biti multifunkcionalni, kvaliteta slike će se podići na novu razinu te je moguća kombinacija televizije s virtualnom i proširenom stvarnosti. Očekuje se da će gledatelji plaćati za sadržaj koji žele gledati, a pomoću novih tehnologija, svaki će gledatelj na svome zaslonu vidjeti reklamu koja je namijenjena njemu. Isto je tako moguć utjecaj gledatelja na nove epizode televizijskih serija, u kojima bi određivali daljnji tok radnje. Sada nam samo ostaje pričekati i vidjeti što će od navedenog biti realizirano i kako. Zasigurno smo zakoračili u doba u kojemu televizija piše novu povijest.

3. Produkcijski procesi

3.1. Pretprodukcija

Bez obzira radi li se o velikoj produkciji koju realizira nekoliko desetaka ljudi ili maloj produkciji do svega desetak ljudi, u oba slučaja sudionici se susreću s tri produkcijske faze: pretprodukcija, produkcija te postprodukcija.

Pretprodukcija uključuje sve procese i aktivnosti prije nego što produkcijska ekipa krene u studio. Najčešće se dijeli u dvije faze. Prva se sastoji od pretvaranja prvotne ideje u koncept ili scenarij. Druga faza određena je za dorađivanje detalja koncepta ili scenarija, određivanja lokacije (studija), članova u timu, potrebne opreme, budžeta i ostalog.

3.1.1. Ideja

Neovisno o televizijskom projektu, dobra priča i dramaturški aspekt su temelj. Televizijski producenti i scenaristi su stalno u toku s trenutnim događanjima, to znači da prate emisije koje se emitiraju, čitaju novine i ostale publikacije te razmišljaju o novim konceptima emisija koje se mogu producirati.

Ljudi koriste maštu kako bi ih na trenutke odvela na mjesta i situacije u kojima se dosad nisu našli. Ideje nastaju u svim trenutcima, svakodnevno. Ponekad se dogodi nekoliko sjajnih ideja zaredom, a ponekad nam se čini da ne možemo ništa kreativno stvoriti ma koliko se trudili. U tom slučaju postoji nekoliko tehnika za generiranje ideja i pronalaženja rješenja.

Najpoznatija metoda je Brainstorming, koja je najučinkovitija sa skupinom od osam do dvanaest ljudi te uz ograničeno vrijeme promišljanja. Predlaže se izvođenje u opuštenoj atmosferi i ugodnom prostoru kako bi se sudionici osjećali relaksirano te da mogu što kreativnije razmišljati. Kod Brainstorminga ključno je ne osuđivanje ideja drugih sudionika te razmišljanje izvan okvira.

Također, postoji još nekolicina metoda (Storyboarding, metoda igranja uloga, suprotnog razmišljanja…), no veliki izvor ideja su obitelj, prijatelj, knjige, časopisi, magazini, serije, filmovi, pjesme te sve ono što se događa oko nas. [2]

3.1.2. Vrste televizijskih emisija

S obzirom na sadržaj postoji nekoliko osnovnih vrsta tv-emisija:

1. **Informativne emisije** – donose obavijesti o najvažnijim zbivanjima tijekom dana (tv-dnevnik) ili tijekom tjedna, tu se ubrajaju i okrugli stolovi o aktualnim temama, prijenosi važnih događaja i sl.

2. Zabavne emisije – glazbene emisije, tv-kvizovi i druga natjecanja, tv-razgovori i dr.

3. Emisije iz kulture – govore o kulturnim zbivanjima – kazalište, izdavačka djelatnost, festivali, kulturna baština i dr.

4. Znanstvene emisije – izvješćuju o znanstvenim dostignućima, daju tumačenja znanstvenih pojava, sadrže rasprave o znanosti i sl.

5. Obrazovne emisije – namijenjene djeci i odraslima za pouku iz raznih područja

6. Sportske emisije – prijenosi utakmica i drugih natjecanja, povijest sporta i dr.

7. Emisije za djecu – prilagođene djeci predškolske dobi i osnovne škole

8. Promidžbene emisije – populariziraju pojedine ličnosti, proizvođače, proizvode i dr.; to su najčešće tv-oglasi. [3]

Od svih navedenih vrsta emisija, jedino informativne i sportske nema smisla gledati s vremenskim odmakom, nego uživo u realnom vremenu. Npr. nema smisla danas gledati vijesti ili vremensku prognozu od prekjučer isto kao ni nogometnu utakmicu.

3.1.3. Formiranje autorskog dijela ekipe

Redatelj – autor je režije televizijske emisije, a zadatak mu je ostvariti planiranu emisiju na profesionalnom nivou te osigurati sinkroniziran rad čitave ekipe. U pretprodukcijskom procesu nastoji „ekranizirati“ prvotnu ideju u redateljsku koncepciju - sinopsis.

Scenarist – autor je scenarija televizijske emisije. Piše originalni scenarij ili scenarij prema redateljevom sinopsisu, a to je jedan od važnijih pretprodukcijskih procesa.

Urednik/producent – prema redateljevoj koncepciji stvara koncept po kojemu će se odvijati emisija, u stalnom je kontaktu sa sudionicima (gostima) emisije te je izravno odgovoran glavnom uredniku. Planira, dogovara i realizira sadržaj emisije te nadgleda sve faze proizvodnje.

Glavni kamerman/direktor fotografije – sudjeluje u autorskom stvaranju emisije. Daje prijedloge koju snimateljsku opremu koristiti te prijedloge kadrova, pozicije kamera kutove i načine snimanje. Nadređeni je ostalim kamermanima u procesu produkcije.

Kompozitor – sudjeluje u pretprodukcijskom procesu te sklada glazbu, odnosno glazbene ulomke (jinglove) koji će se koristiti u emisiji.

Dizajner grafike – osoba koja je odgovorna za vizualni identitet emisije. Osmišljava grafičku opremu pojedine emisije (najavna i odjavna špica, potpisi, tablice, karte, dijagrami, ilustracije itd.) koja vizualno upotpunjuje kadar.

Scenograf – osmišljava cjelokupni ambijent studija ili drugog prostora koji se koristi za potrebe snimanja. Crta skice iz kojih se izrađuju prostorna rješenja koja sadržavaju tehničke upute, poput mjera. Nadgleda izvedbene radove te bira materijale potrebne za izradu scenografije.

Kostimograf – izrađuje skice te kreira odjeću i kostime koji će se koristiti u emisiji. Mora poznavati stilove oblačenja pojedinih razdoblja te pratiti modne trendove. [4]

3.1.4. Prijedlog programa emisije

Nakon odabira ideje sastavlja se prijedlog programa emisije koji uključuje naziv emisije, ciljeve, ciljanu publiku, format, trajanje, kratki opis, način produciranja, troškove pripreme i proizvodnje te približan budžet.

Prijedlog programa emisije treba početi s pripovjedačkim pregledom. Glavni dio treba sadržati poruku u kojoj se objašnjavaju razlozi odabira teme, pojašnjavaju koncepti te se daju detaljniji izračuni. Ovaj dio najvažniji je potencijalnim sponzorima koji mogu biti zainteresirani za podupiranje projekta tj. sudjelovanje u financiranju. Prijedlog programa emisije ne bi trebao biti dulji od deset stranica formata A4, ne računajući priloge.

Uz navedeni Prijedlog programa emisije može se izraditi i Product Package (pakiranje proizvoda). Opće je poznato da pakiranje prodaje proizvod pa će tako Product Package doprinijeti u prodaji ranije stvorene ideje produciranja programa ili emisije. U njemu su, osim tekstualno, ideje prezentirane i vizualno pomoću slika, grafikona i ostalih multimedijskih sadržaja, a to dodatno doprinose interesu potencijalnih sponzora. [5]

3.1.5. Budžet

Televizija – nema tu ništa čarobno ili čudesno. Posao na radnom mjestu, u jednome od odjela, istog je koncepta kao i svaki drugi posao - podrazumijeva rad da bi se ostvarila naknada, a ako se uzme u obzir da je televizija poduzeće, prvenstveni joj je cilj ostvarivanje dobiti (ukoliko nije riječ o javnom servisu). Da bi se dobit ostvarila, potrebno je imati dovoljan budžet za realizaciju projekta kako bi se ostvarili prihodi te od njih oduzeli rashodi.

3.1.6. Formiranje proizvodne ekipe

Redatelj – tijekom produkcije vodi cijelu ekipu prema već utvrđenom scenariju. Vodi brigu o svim procesima koji se događaju u studiju za vrijeme produkcije (prijenosa) te daje upute putem komunikacijske opreme (intercom) ostalim članovima tima. Njegova odgovornost odnosi se na izbor kadrova tijekom produkcije, određivanje trenutka za ubacivanje grafike, potpisa i ostali poslovi na najvišoj razini odgovornosti. Daje upute prije nego će se nešto dogoditi te komentare za vrijeme produkcije.

Realizator - zajedno s redateljem priprema izvedbu programa. Vodi brigu o vremenskom slijedu događaja i s tim uvezi priprema kadrove s kamera i servera prema utvrđenom scenariju.

Tehnički direktor - vodi brigu o tehničkoj kontroli slike. Prije produkcije (prijenosa) postavlja i uparuje ekspozicije i boje svih kamera. Putem pomoćnih uređaja i alata (waveform, vector scope…) vodi računa da je slika korektna, da nema izobličenja. Također prati tehničke aspekte svih video izvora koji dolaze na videomikser (jačina signala, ekspozicija, boja (White Balance), sinkronizacija sa tonom).

Videomikser - radi prema scenariju i prema naredbama redatelja te upravlja videomikserom.

Operator grafike - ubacuje potpise, titlove i ostalu grafiku prema ranije utvrđenom scenariju ili prema naredbama redatelja.

Ton majstor - nalazi se u tonskom dijelu režije, najčešće u odvojenoj prostoriji s akustičkom izolacijom. Postavlja i upravlja svim signalima koji ulaze u audiomikser te se procesuiraju, a nakon toga putuju u režiju iz koje se šalju u prijenos ili se snimaju.

Tehničar tona 1 - nalazi se u tonskom dijelu režije kao i ton majstor, a zadaća mu je priprema glazbe ili zvučnih efekata.

Tehničar tona 2 - nalazi se u studiju te vodi računa o pravilnim postavkama mikrofona i drugoj audio opremi.

Voditelj rasvjete - nalazi se u sobi kontrole rasvjete (ako takva postoji). Po njegovim idejama i naputcima načinjena je postavka svjetla u studiju. Daje naredbe za upravljanje pokretnim rasvjetnim tijelima (moving heads, spot lights…)

Operator rasvjete - radi prema scenariju i prema naredbama voditelja rasvjete te upravlja konzolom.

Operator kontrole kamere - ukoliko postoje robotske kamere, memorira položaje kamera (pan - lijevo, desno, tilt - gore, dolje i visinu) koje u tijeku programa može pozivati iz pre-seta.

Koordinator - nalazi se u studiju te prenosi redateljeve upute sudionicima u programu te koordinira rad svih tehničara u studiju, daje upute publici te naglas odbrojava vrijeme prije početka emisije, po uputama redatelja.

Kamermani - upravljaju kamerama; pan - lijevo, desno, tilt - gore, dolje i visinu, dolly - vožnja naprijed, natrag, truck - vožnja lijevo, desno, arc - polukružna vožnja ulijevo, udesno. Preko slušalica dobivaju upute redatelja ili realizatora. Kadrovi su već isprobani i redoslijed im je određen scenarijem ili su kadrovi prema zahtjevu redatelja ili realizatora.

Operator blesimetra - upravlja brzinom kojem se pomiče tekst. Blesimetar može biti upravljan iz studija, režije ili neke druge prostorije.

Scenografski radnici - izrađuju scenografiju (prije produkcije)

Tehničari rasvjete - postavljaju rasvjetu u studiju prema idejama i naputcima voditelja rasvjete (prije produkcije). [6]

3.1.7. Određivanje lokacije i načina realizacije

Realizaciju je moguće obaviti u studiju ili izvan njega, a moguća je i kombinacija obje lokacije. Što se tiče realizacije, razlikujemo snimanje od direktnog prijenosa. Oba načina iziskuju temeljan pristup procesu izbora mjesta i objekata snimanja. Na osnovu prethodno izvršene razrade i usvajanja koncepta. Autorski dio ekipe obilazi lokacije i vrši selekciju pritom vodeći o računa o umjetničkim i tehničkim mogućnostima objekata. [4]

3.1.8. Scenarij, Knjiga snimanja, Plan izvršenja (Flowsheet, hodogram), Operativni plan (raspored) produciranja, Radno naređenje (Call Sheet, Disposition),

Televizijski scenarij pretvara ideju u detaljan opis koji služi kao nacrt prilikom izvođenja projekta, a izrađuje ga scenarist. Sadrži opis radnje, dijaloge između sudionika, a kod uglavnom komercijalnih televizija sadrži i vrijeme za promidžbeni program. Postoji nepisano pravilo da je za jednu minutu produkcije (bila to TV emisija ili film) potrebna jedna stranica scenarija

Knjiga snimanja razrađuje kreativno tehničke koncepte za realizaciju emisije, izrađuje ju redatelj u suradnji s glavnim kamermanom, a najčešće se koristi kod složenih projektata. Osim toga, u knjizi snimanja navedena je lokacija snimanja, bilo da je riječ o studiju ili snimanju na terenu, izgled scene, plan kadrova, položaj kamera i sudionika u sceni. Izrađena knjiga snimanja umnaža se te se dostavlja svim sudionicima u produkciji.

Plan izvršenja se obično koristi za televizijske emisije uživo, a u njemu su sadržane zadaće svih sudionika u emisiji za svaku minutu programa.

Operativni plan (raspored) produciranja tj. Plan realizacije određuje dane (datume) tijekom kojih će se producirati emisija, a to uključuje pretprodukciju, produkciju i postprodukciju. Izrađuje

ga producent, a određuje koje će osobe tijekom kojih dana raditi na kojim segmentima stvaranja emisije.

Prije svakog dana snimanja (produciranja) stvara se i šalje svim sudionicima tzv. „Call Sheet“ odnosno **Radno naređenje ili Dispozicija** u kojoj je navedeno vrijeme dolaska na set svake osobe koja sudjeluje u produkciji te stavke koje će se taj dan odrađivati, bilo da je riječ o probama ili emitiranju uživo svaka osoba mora biti obaviještena kada treba doći na određenu lokaciju.

3.1.9. Izrada i izbor scenografije, kostima i rekvizita

Nakon izrađenog scenarija i knjige snimanja te upoznavanja s njihovim sadržajem, scenograf i kostimograf prianjaju ka izradi skica scenografija i kostima koji će se koristiti u produkciji (emisiji). Najprije se stvaraju skice te se u suradnji s redateljem, producentom i direktorom fotografije donose daljnje odluke vezane uz boje i uzorke materijala scenografije i kostimografije. Nakon usklađivanja, pristupa se tehničkoj razradi scenografije i kostimografije u kojoj su navedeni precizni podaci o vrstama materijala, bojama, uzorcima… te se iz toga mogu precizirati troškovi.

Rekviziti su predmeti koji su potrebni za realizaciju emisije kao npr.: buzzeri (tasteri), predmeti koji se koriste u natjecateljskim igrama, skulpture… Osiguravaju ih rekviziteri koji moraju usko surađivati sa scenografom i kostimografom. [4]

3.1.10. Izbor i angažiranje izvođača

Izvođači su svi oni koji se pojavljuju pred kamerom s određenim zadatkom. Oni mogu biti: voditelji, glumci, glazbenici, plesači, natjecatelji, statisti i gosti.

3.1.11. Skladanje (komponiranje) glazbe, glazbenih ulomaka (audio jingle-ova) i izrada tonskih efekata

Svaka televizijska emisija sadrži nekakvu glazbenu podlogu, jingl (glazbeni ulomak) ili tonski efekt. Postoje emisije u kojima je glazba osnovni element te emisije u kojima ona ima pomoćnu ulogu. Kod glazbe za televizijsku emisiju treba naglasiti da se može koristiti ona koja se nalazi u arhivi (ukoliko postoji), uz suglasnost autora ili se može skladati te snimiti. Glazbu sklada kompozitor koji mora biti upoznat s redateljskim konceptom emisije. Nakon komponiranja i aranžiranja odabire se izvođač/izvođači te se pristupa snimanju u tonskom studiju kako bi glazba bila spremna za reproduciranje u vrijeme realizacije emisije. Kompozitoru mogu pomagati, glazbeni suradnici koji moraju biti prisutni u vrijeme snimanja, u tonskom studiju. [4]

3.1.12. Izrada (snimanje) i izbor priloga emisije

Video materijali koji se koriste prilikom produkcije emisije mogu biti ilustrativni i dokumentarni, a služe kako bi se upotpunio koncept emisije. Prilozi se mogu snimiti prije i reproducirati sa servera za vrijeme produkcije emisije, ukoliko se emitira uživo. Također, prilozi se mogu nabaviti i od treće strane – vanjskih suradnika (druge produkcije, televizije…). Nakon izrade ili nabavljanja priloga redatelj, urednik/producent te realizator odabiru što će se i u kojem dijelu emisije reproducirati. [4] [5]

3.1.13. Izrada grafičkih elemenata, video jingle-ova te uvodne i odjavne špice

Grafički elementi, video jingle-ovi, te uvodna i odjavna špica predstavljaju dodatne komunikacijske elemente koji upotpunjuju televizijsku emisiju. Njihov izgled se mora uklapati u temu emisije te zajedno sa scenografijom mora imati zajednički vizualni identitet. Grafičke elemente (potpisi, telopi, tekstualne informacije, logo…) izrađuju dizajneri prije same produkcije, u skladu s programsko-redateljskom koncepcijom, po nalogu redatelja. Jingle-ovi su kratke audio-video forme (5-10 sekundi) koje predstavljaju emisiju ili dijelove emisije, u samoj emisiji. Izrađuju se u montažnim jedinicama prije produkcije, a izrađuju ih montažeri u suradnji s dizajnerima, grafičarima, animatorima itd.

Uvodna i odjavna špica predstavljaju prvi, odnosno posljednji kontakt emisije s gledateljem. Izgled određuje redatelj, a izrađuju ih, kao i jingle-ove, montažeri, dizajneri, grafičari, animatori itd. Nerijetko se u špicama koriste i audio-video materijali pa na taj način, indirektno u izradi, sudjeluju snimatelji slike, tona, rasvjetljivači, tehničari i ostali.

Uvodna špica sadrži naziv emisije te eventualno redni broj emisije u sezoni.

Odjavna špica, pored naziva emisije, naziva televizije ili kompanije koja ju producira, godinu proizvodnje, sadrži imena, prezimena i funkcije ljudi koji su zaslužni za stvaranje emisije, odgovornih osoba, suradnika, osoba ili institucija kojima se upućuje posebna zahvala te sponzora. Špice se moraju uklapati u temu emisije te moraju imati zajednički vizualni identitet sa scenografijom. [4] [5] [7]

3.1.14. Odobrenje budžeta i zaključivanje ugovora

Budžet predstavlja procjenu prihoda za određeno razdoblje u budućnosti, a planira se pomoću financijskog plana. U njemu su sadržani svi financijski elementi vezani uz produciranje emisije (troškovi naknada za zaposlene, najmovi prostora i opreme, troškovi kostimografije i scenografije,

troškovi izrade scenarija, knjige snimanja, naknade izvođača i ostali troškovi). Financijski plan izrađuju te svojim potpisom garantiraju da će obaviti produkciju (proizvodnju) emisije s planiranim financijskim sredstvima, producent/urednik i redatelj. [4] [5]

3.2. Produkcija

Pod produkcijom se podrazumijeva skup radnih procesa, koji omogućuju ostvarenje elektromagnetnih snimaka, odnosno direktnog prijenosa, slike i zvuka TV emisije. Uspješno ispunjenje zadataka proizvodne pripreme, predstavlja preduvjet za neposrednu realizaciju. Realizacija ovisi o programskoj vrsti, složenosti projekta i od tehnološkom načinu distribucije. [8]

3.2.1. Hladna proba u opremljenom objektu

Za potrebe TV emisije neophodno je da se u opremljenom objektu održi hladna proba (proba bez tehničkih uređaja za snimanje/direktan prijenos). Njena je osnovna uloga omogućiti izvođačima da prilagode svoje kretanje u opremljenom objektu u kojem će se obaviti proces realizacije, kao i ekipi realizacije da se upozna s prostorom u kojem će se emisija realizirati.

3.2.2. Tehnička priprema za rad u objektu

Način tehničke pripreme zavisi od mjesta realizacije (u TV studiju ili izvan TV stanice), i od tehnološkog načina (snimanje ili direktan prijenos). Potrebno je pripremiti svu potrebnu tehniku u studiju i režiji. U studiju se već nalaze kamere, potrebno je, razmotati kablove, provjeriti stative, postaviti kamere na pozicije, provjeriti vezu (*intercom*) između produkcijskih djelatnika i režije, pripremiti potrebne mikrofone. Priključuju se kontrolni monitori i provjerava audio monitoring. Također je potrebno provjeriti sve odlazne i dolazne audio i video signale. [4]

3.2.3. Postavljanje rasvjete

Svijetlo predstavlja značajnu komponentu TV slike, jer utječe na tehničku kvalitetu i estetiku slike. Direktor fotografije/glavi kamerman i majstor rasvjete, na temelju ranijeg dogovora oko koncepta emisije, koji proizlaze iz knjige snimanja pristupaju postavljanju rasvjete. [4] [9]

3.2.4. Kadriranje

Kadriranje vodi redatelj, koji vrši detaljnu razradu svake scene polazeći od knjige snimanja. Tijekom kadriranja precizno se definiraju pozicije kamera, pokreti kamere, kut snimanja, planova, prelazak s kamere na kameru (s kadra na kadar), uporabe krana, postavka tonske pecaljke, mikrofona, upotreba svijetla, pozicije i kretanje izvođača. Za vrijeme kadriranja, redatelj se nalazi u režiji gdje putem monitora prati radni proces i daje instrukcije kamermanima. [4]

3.2.5. Generalna proba

Kako bi se utvrdili svi segmenti produkcije, potrebno je napraviti generalnu probu. Ekipa realizacije je na predviđenim mjestima, a kostimirani i našminkani izvođači izvršavaju predviđene zadatke. Generalnom probom upravlja redatelj. Za vrijeme probe koriste se tehnički uređaji koji su planirani u samoj realizaciji, kako bi se provjerio njihov rad i njihovo međusobno uklapanje kao što će biti u toku snimanja ili prijenosa. [4] [8]

3.2.6. Snimanje/Direktan prijenos

Vrhunac produkcijskog projekta je snimanje ili direktan prijenos. Svi su sudionici upoznati sa svojim zadaćama i u najvećem stupnju koncentracije, a sve što je prethodno dogovoreno u trenutnoj fazi se realizira.

Dva su osnovna tehnološka načina realizacije:

1. snimanje (radi kasnijeg emitiranja)
2. ostvarenje direktnog prijenosa - "živo".

Ovisno o mjestu realizacije razlikujemo:

1. realizacija u TV studiju
2. realizacija izvan studija

Moguće su i kombinacije (tehnološki načini i mjesta realizacije) prilikom realizacije. [4] [5] [8]

3.3. Postprodukcija

Nakon snimanja ili direktnog prijenosa, emisija se finalizira. Pritom se misli na emisije koje nisu bile prenošene uživo. Uglavnom se rade korekcije boja slike, tona, dodaju se grafike i potpisi, a sve po nalogu redatelja. Nakon obavljenih završnih dorada, emisiju pregledava autorska ekipa te se ona dostavlja naručitelju. Također se rade završne kalkulacije planiranih i ostvarenih troškova. [4]

3.4. Koncept i vizualni identitet emisije Televizija u televiziji

Emisija će se imati naziv **"Televizija u televiziji"**, bit će obrazovnog karaktera, za sve dobne skupine i u trajanju od 10 minuta. Vodit će ju jedan voditelj/voditeljica te će biti realizirana uživo putem Youtube platforme. Lokacija realizacije je Sveučilište Sjever, Jurja Križanića 31b, Varaždin; Zgrada: UNIN 3, Laboratorij 216.

Emisija će biti snimana na dva seta. Na prvom će se od scenskih rekvizita koristit stol za voditelja te televizijski displej, dok će drugi set biti set s Chroma key platnom u pozadini koje će se u režiji, putem softwarea zamijeniti grafikom. Za emisiju će se koristiti led i tungsten rasvjetna tijela, bežični mikrofoni i slušalice za voditelja te će sve to biti snimano sa dvije kamere. Hodogram emisije je sljedeći:

SADRŽAJ	TRAJANJE	TOTAL TRAJANJE
Uvodna špica	00:00:19	00:00:19
Voditeljica – Uvod u emisiju	00:00:20	00:00:39
Voditeljica – Uvod radio	00:00:10	00:00:49
Prilog: Marconi	00:01:36	00:02:25
Voditeljica – Radio Zagreb	00:01:05	00:03:30
Prilog: Baird-Nipkow	00:01:50	00:05:20
Voditeljica – TV Zagreb/HRT	00:01:00	00:06:20
Prilog: HRT Čakovec	00:01:52	00:08:12
Voditeljica – Televizija u budućnosti	00:01:20	00:09:32
Voditeljica – Odjava	00:00:08	00:09:40
Odjavna špica	00:00:34	00:10:14

Nakon uvodne špice, voditeljica uvodi gledatelje u emisiju te predstavlja radio kao izum i medij. Slijedi televizijski prilog o Guglielmu Marconiju, izumitelju radija. Nakon priloga o Marconiju, slijedi Radio Zagreb kao tema o kojoj voditeljica iznosi osnovne i kratke informacije. Slijedi televizijski prilog o Johnu Logieu Bairdu te Paulu Nipkowu – izumiteljima televizije. Nakon navedenog priloga voditeljica iznosi informacije o TV Zagreb, odnosno HRT-u nakon čega slijedi prilog o televizijskom centru u Čakovcu. Tijekom navedenog priloga voditeljica odlazi na Set 2 (Chroma key) gdje čeka vrijeme kad će gledateljima govoriti o televiziji u budućnosti. Njen govor bit će popraćen grafikom u pozadini. Naposljetku, na red dolazi odjava voditeljice te zahvala i odjavna špica sa zaslugama i sudionicima u produkciji.

3.4.1. Televizijski grafički dizajn

Televizijski grafički dizajn ili grafičko opremanje televizijske emisije, je oblikovanje svih vrsta grafičkih predložaka (za telope, špice, dijagrame, potpise), likovnih rješenja i animacija za potrebe proizvodnje TV emisija ili virtualne scenografije. Radi ga grafički dizajner. Grafičko opremanje TV vijesti obuhvaća dizajniranje špice, džinglova, telopa, podloga, prekoramene grafičke ilustracije (s lijeve ili desne strane voditelja u studiju) te pripremu animacije i ilustracije za videozid ili virtualnu scenografiju. Veliki dio TV dizajna odnosi se na “brendiranje” TV kanala ili programa. [10]

3.4.2. Logo

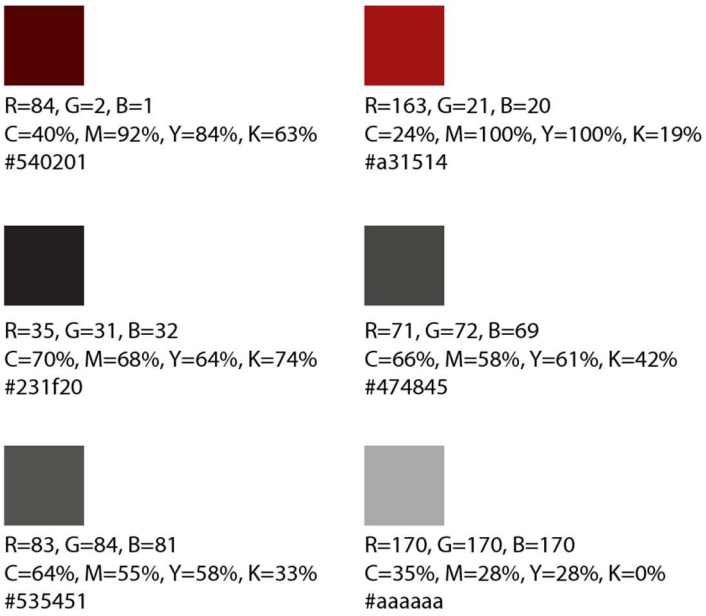
Logo televizijske emisije “Televizija u televiziji” sastoji se od zaštitnog znaka i tipografije. Znak predstavlja elektonički uređaj za gledanje slike – televizor i to u retro izdanju. Unutar vajskog televizora nalazi se manji televizor, a simbolika ta dva navedena bi trebao biti sam naziv televizijske emisije.

Font korišten za tipografiju je Alegreya Sans SC Extra Bold. Font je prikladan za korištenje u televizijskoj grafici te svojom jednostavnoću može prenositi razne poruke.

Slika 1 – logo televizijske emisije Televizija u televiziji

3.4.3. Boje

Boje koje su korištene kod izrade loga i cjelokupnog vizualnog identiteta su uglavnom nijanse crne u kombinciji s nijansama sive boje. Razlog tome je međusobno uklapanje te kontrast.



Slika 2 – prikaz boja korištenih kod izrade vizualnog identiteta

3.4.4. Telop

Telop je grafička ilustracija, snimljena fotografija ili njihova kombinacija na ekranu u formi statične slike. Najčešće se koristi u informativnom i sportskom programu. Tipičan je primjer prikaz starih i novih cijena goriva, slika telefona i potpis izvjestitelja kod telefonskoga javljanja novinara, prikaz sportskih rezultata i sl. [11]

U konkretnom slučaju telop sadrži naziv Sveučilišta te studij, naziv i broj završnog rada te autora i mentora. Crvene linije trebaju predstavljati monokromatske RGB signale koji prenose televizijsku sliku.

Slika 3 - telop

3.4.5. Odbrojavanje prije prijenosa

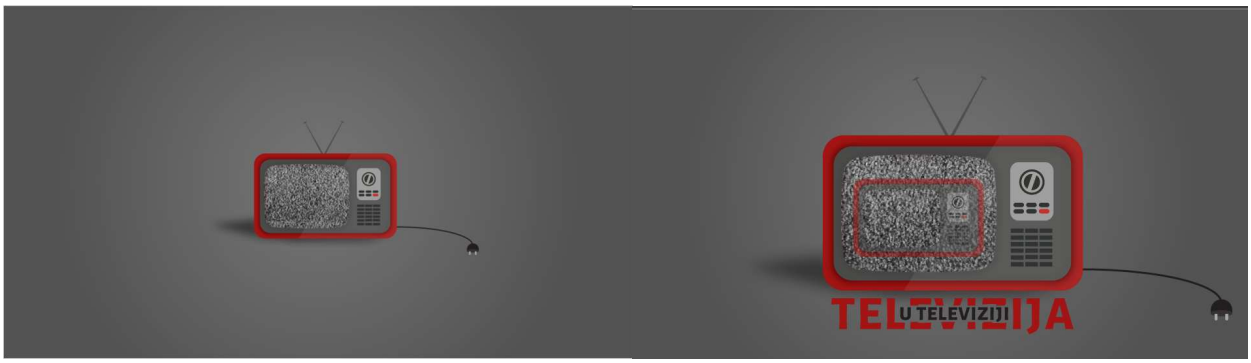
S obzirom da će se prijenos realizirati putem servisa Youtube, prije prijenosa reproducirat će se odbrojavanje koje će najaviti prijenos. Odbrojavat će početi tri minute prije prijenosa. Vizual je osmišljen kao otkucavajući sat s tajmerom u sredini.

Slika 4 – odbrojavanje prije prijenosa

3.4.6. Uvodna i odjavna špica

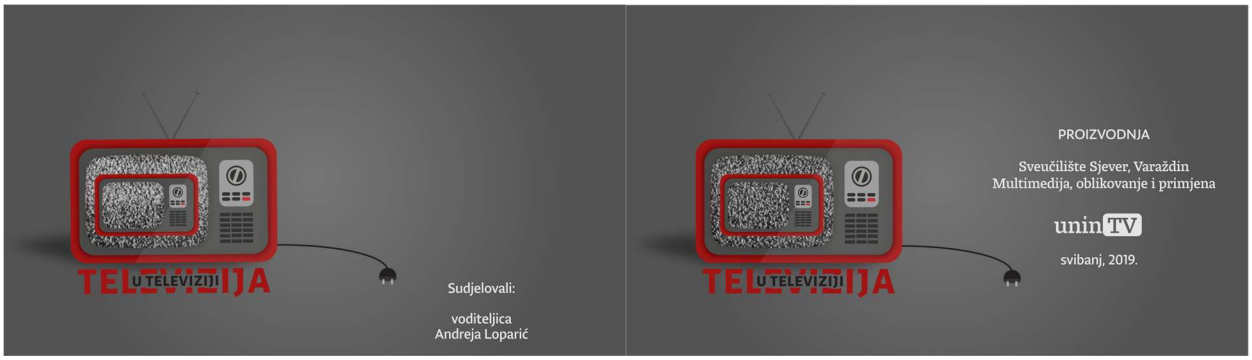
(žarg., od njem. Spitz – vrh), uvodni ili završni segment kojim se identificira radijska ili TV emisija. Može biti najavna i odjavna (najavnica, odjavnica). Špica je posebno zvučno ili grafički obrađena sekvenca koja je ustaljena za stalne emisije – npr. špica TV Dnevnika s odgovarajućom glazbom (glazbenom špicom). Odjavna špica na kraju emisije uglavnom sadržava popis autora i suradnika koji su realizirali emisiju. Na radiju se špica ističe po prepoznatljivoj glazbi, a kod TV špice pridodana je i vizualna vrijednost – grafički dizajn koji emisiji daje vizualni identitet i upućuje na sadržaj, tj. temu. Prepoznatljivost špice bitna je za privlačenje slušatelja i gledatelja određenoj emisiji ili seriji. [12]

Uvodna špica stvorena je na temelju telopa. Dakle, iz monokromatskih RGB signala proizlazi televizor te u njemu još jedan. Naposljetku, pojavljuje se naziv emisije. Sve je popraćeno autorskim glazbenim jingle-om



Slika 5 – prikaz uvodne špice

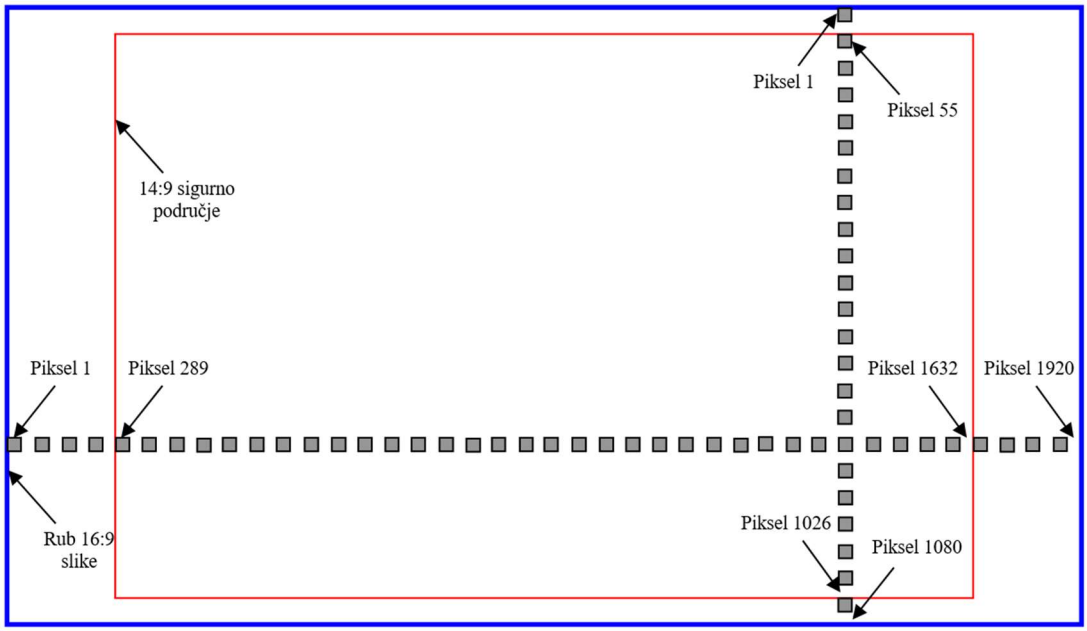
Odjavna špica također sadrži logo emisije, ali i sve sudionike koji su sudjelovali u stvaranju i realizaciji emisije. Na samome kraju, prikazuje se naziv produkcije koja je realizirala emisiju u ovome slučaju uninTV te mjesec i godina proizvodnje. Valja napomenuti da je izrađen i logo navedene uninTV, ali neće biti detaljno objašnjen u ovom završnom radu.



Slika 6 – prikaz odjavne špice

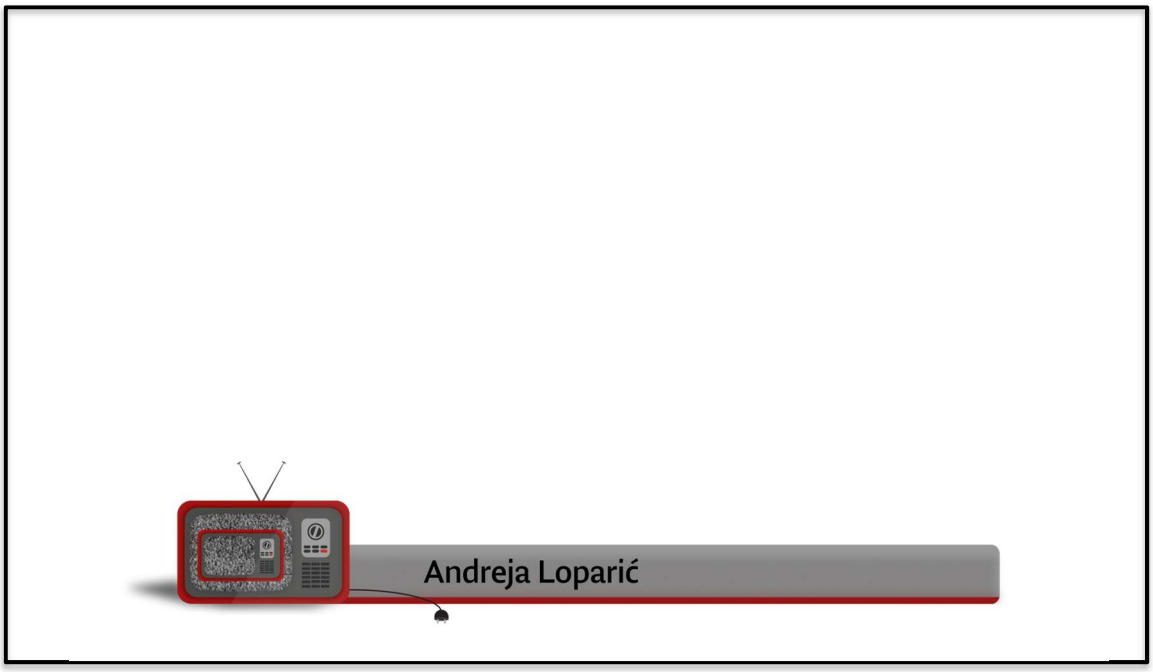
3.4.7. Potpisi

Naslovi i odjavne špice moraju biti jasni, čitljivi i unutar definiranoga sigurnog područja. Sve veličine fontova moraju biti čitljive i u HD formatu. Definiraju se dva primarna sigurna područja za grafiku tijekom emitiranja programa u formatu 16:9, sigurno područje 14:9 te sigurno područje 4:3. [13]



Slika 7 – sigurno područje televizijske grafike 14:9

Potpis se nalazi unutar sigurnog područja 14:9, sadrži ime i prezime voditeljice te znak emisije s animiranim televizijskim šumom.



Slika 8 – potpis

3.4.8. Prijelaz između dvije slike kamere

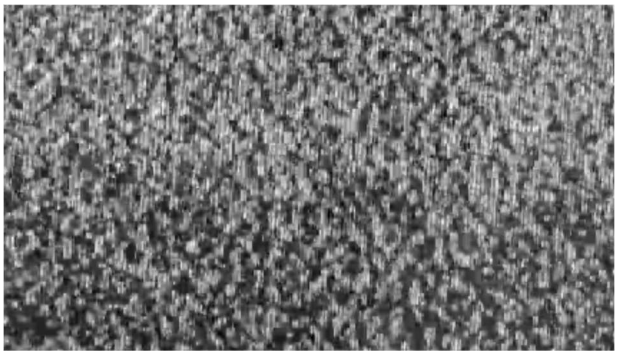
Koristit će se grafički prijelaz između dva kadra kako bi dojam i doživljaj bio obogaćen. U konkretnom slučaju logo klizi s vrha ekrana, dolazi do sredine te se povećava i pritom se vidi samo animirani televizijski šum u slici.

1.

2.

3.

4.



Slika 9 – prikaz grafičkog prijelaza

3.4.9. Pozadina kod koncepta „Slika u Slici“

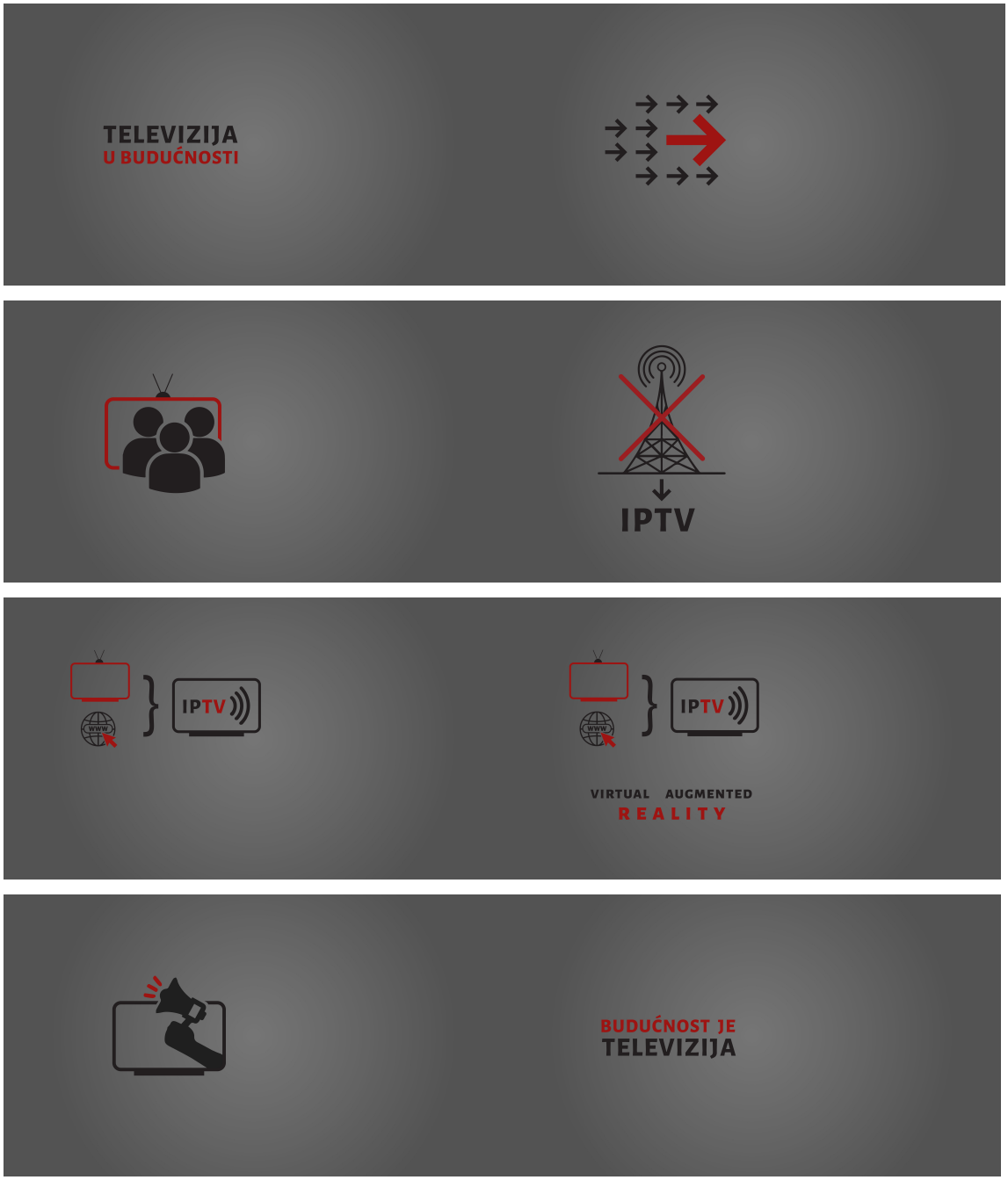
Kod navedenog koncepta koristi se ista pozadina kao i kod telopa te su slike s lijeve strane skalirane na 40% dok je slika na desnoj skalirana na 60%. Također, vodi se računa jednolikom prostoru između i oko slika.

Slika 10 – prikaz koncepta „Slika u slici“

3.4.10. Pozadinska grafika kod krominantnog urezivanja

(engl. chroma key), postupak elektroničkog urezivanja (žarg. kijanje po kromi-boji) kojim se željeni videosignal utiskuje u pozadinu na temelju boje (engl. chroma) tako da se na videomiješalu namješta boja pozadine na kojoj će se izvršiti njegovo utiskivanje. Obično su to plava, zelena ili žuta boja, ali moderni uređaji mogu kvalitetno urezivati u bilo kojoj nijansi boje. Tako se primjerice voditelj može nalaziti u sredini studija koji je u nekoj od odabranih boja ili pred jednobojnom pozadinom, a krominantnim se urezivanjem utiskuje u neku drugu sliku, odnosno videosignal. Kako bi utisnuti videosignal, odnosno njegova slika bila što oštrija i kako se ne bi pojavljivale sjene, neophodna je jednobojna pozadina i pravilna rasvjeta. [14]

U ovome slučaju pozadinska grafika prati tekst kojeg izgovara voditeljica. Pritom je predviđeno da se voditeljica nalazi na desnoj strani ekrana dok će se grafika nalaziti na lijevoj. Stvoreno je šest vizuala koji prate voditeljski tekst.



Slika 11 – prikaz pozadinske (Chroma key) grafike

4. Zaključak

Televizija ima svoju povijest, sadašnjost i budućnost. Budućnost možemo predvidjeti no najbolji način predviđanja budućnosti je da ju sami stvorimo!

Ključ dobrih televizijskih projekata je u dobroj organizaciji i promidžbi te dizajnu koji privlači pažnju, ali nadasve ključ svega je dobra ideja i kreativnost iz koje ona proizlazi. Naizgled i najgluplja ideja može naposljetku dovesti do izuzetnog postignuća. Kreativnost proizlazi iz načina razmišljanja ljudi, a u današnje vrijeme upravo mediji formiraju svijest i način razmišljanja ljudi. Na neki način stalno se vrtimo u krug, pritom mislim na kvalitetu medijskih sadržaja, ali uskoro ćemo učiniti korak naprijed i barem privremeno izaći iz tog kruga, nadam se.

Svi su segmenti produkcije jednako bitni isto kao i svi segmenti vizualnog dizajna. Važno je postići balans i pronaći optimalnu kombinaciju elemenata kod stvaranja i brendiranja vizualnog identiteta te pronaći odgovarajuće komunikacijske kanale i strategije kojima komunicirati navedeno do krajnjeg konzumenta.

Proces izrade ovog završnog rada bio je jedan opsežan produkcijski proces. Izuzetno je teško bilo napisati sadržaj televizijske emisije, s obzirom da za jednu minutu programa treba oko jedna stranica formata A4 teksta te na kraju sve to upakirati u zanimljivu priču popraćenu grafičkim i vizualnim dizajnom. Ovaj projekt je bio pun uspona, padova, krajnje glupih ideja i onih koje nažalost nikad neće biti realizirane.

U Varaždinu, 27.09.2019.

Potpis studenta

5. Literatura

[1] https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/t/televizija/, dostupno 09.05.2019.

[2] https://www.derrynh.org/sites/derrynh/files/uploads/planning_checklist.pdf, dostupno 19.01.2019.

[3] https://hrvatskiporebiblog.wordpress.com/medijska-kultura/televizija/vrste-televizijskih-emisija/, dostupno 15.06.2019.

[4] P. Kajganić; TV produkcija 2, Beograd 2010.

[5] E. Molchina; Television Production – Bachelor's thesis, Rimaki 2012.

[6] D. Matković; Digitalna videotehnologija u elektroničkim medijima, Sveučilište Sjever

[7] M. Tomiša, M. Milković; Grafički dizajn i komunikacija, Sveučilište Sjever

[8] P. Kajganić; TV produkcija 1, Beograd 2010.

[9] B. Popović; Svjetlo u TV studiju

[10] https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/t/televizijski-graficki-dizajn/, dostupno 16.08.2019.

[11] https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/t/telop/, dostupno 16.08.2019.

[12] https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/%C5%A1/spica/, dostupno 16.08.2019.

[13] Tehnički standard za prihvat audiovizualnih djela, HRT, Zagreb 2017.

[14] https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/k/krominantno-urezivanje/, dostupno 16.08.2019.

6. Popis slika

Slika 1 – logo televizijske emisije Televizija u televiziji 16
Slika 2 – prikaz boja korištenih kod izrade vizualnog identiteta 16
Slika 3 - telop 17
Slika 4 – odbrojavanje prije prijenosa 18
Slika 5 – prikaz uvodne špice 19
Slika 6 – prikaz odjavne špice 19
Slika 7 – sigurno područje televizijske grafike 20
Slika 8 – potpis 20
Slika 9 – prikaz grafičkog prijelaza 21
Slika 10 – prikaz koncepta „Slika u slici“ 22
Slika 11 – prikaz pozadinske (Chroma key) grafike 23

7. Prilozi

7.1. Knjiga snimanja televizijske emisije „Televizija u televiziji“

7.2. Nacrt televizijskog studija UNIN3 216

7.3. Transkripcija voditeljskog teksta

7.4. Detaljan hodogram televizijske emisije „Televizija u televiziji“

Sveučilište Sjever
Multimedija, oblikovanje i primjena
Završni rad

"Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije"

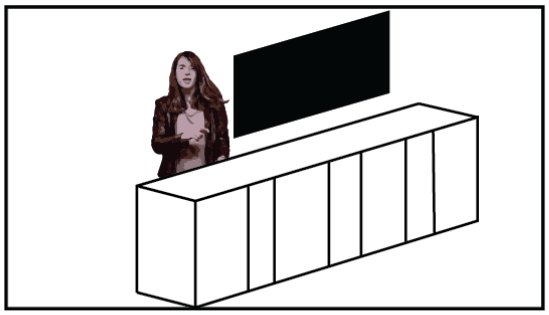
KNJIGA SNIMANJA

Televizijska emisija: "Televizija u televiziji"
Autor: Josip Atalić

unin TV

SCENA 1

kadar 1.1

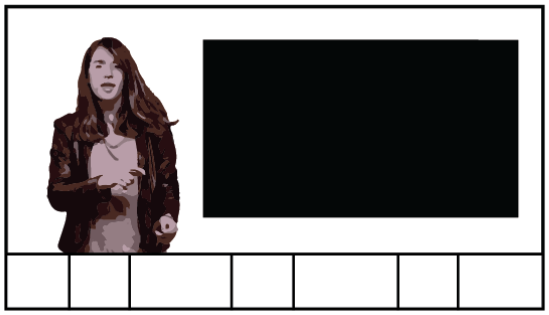


INT. - SET 1

KAMERA 1 - polutotal/total
- razina očiju

- kratko trajanje kadra (3 sec)
sa svrhom smještanja osobe u prostor

kadar 1.2

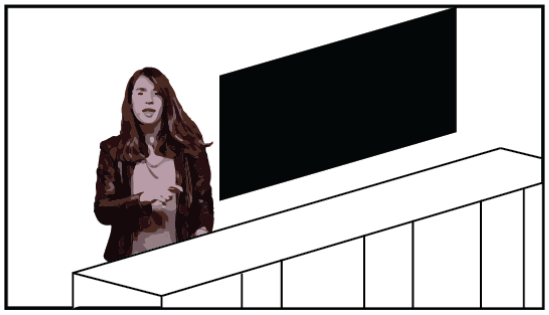


INT. - SET 1

KAMERA2 - polubliži od pojasa
- razina očiju

Voditeljica - Uvod u emisiju

kadar 1.3



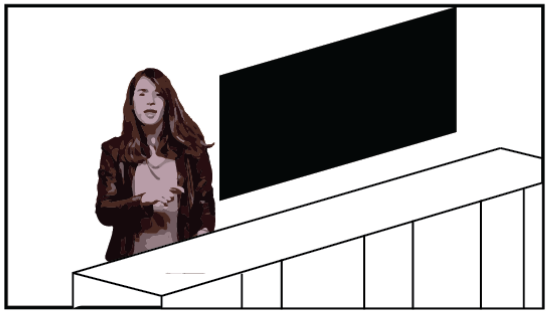
INT. - SET 1

KAMERA 1 - polubliži od pojasa
- razina očiju

Voditeljica - Uvod radio

SCENA 2

kadar 2.1

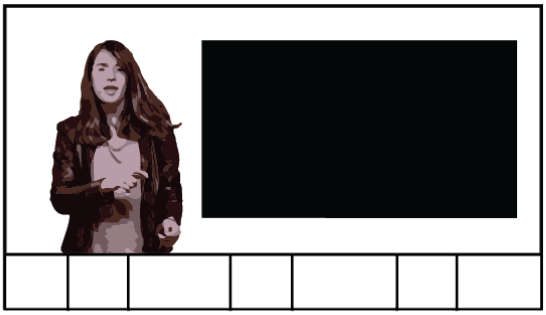


INT. - SET 1

KAMERA 1 - polubliži od pojasa
- razina očiju

Voditeljica - Radio Zagreb

SCENA 3
kadar 3.1



INT. - SET 1

KAMERA 2 - polubliži od pojasa
- razina očiju

Voditeljica - TV Zagreb/HRT

kadar 3.2

INT. - SET 1

KAMERA 1 - bliži od poprsja ili nadlaktica
- razina očiju

Voditeljica - TV Zagreb/HRT
... a kako izgleda jedan od HRT-ovih regionalnih studija...

SCENA 4
kadar 4.1

INT. - SET 2 (Chroma key)

KAMERA 2 - amerikanac
- razina očiju

Voditeljica - Televizija u budućnosti

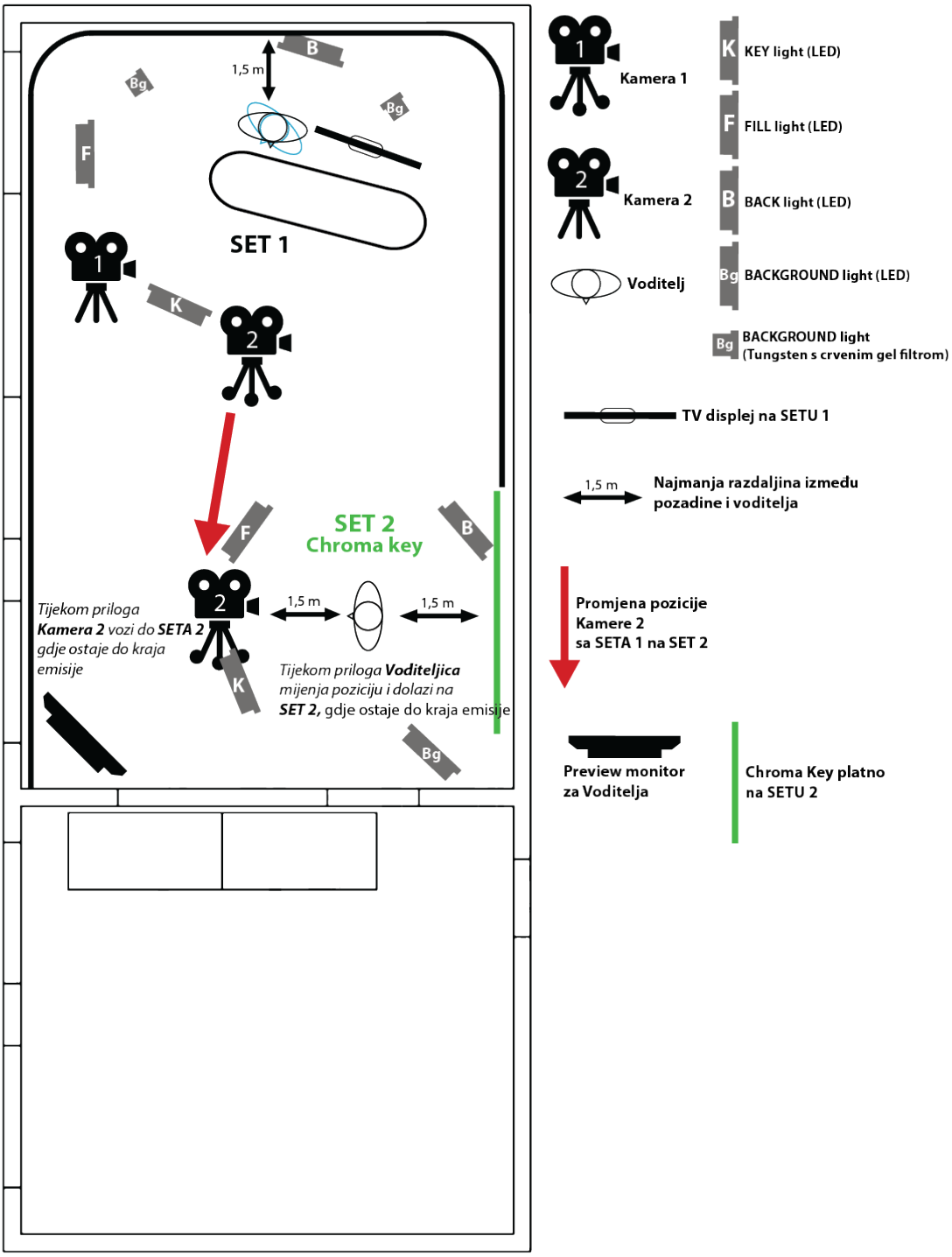
SCENA 5
kadar 5.1

INT. - SET 2 (Chroma key)

KAMERA 2 - amerikanac
- razina očiju

Voditeljica - Odjava

Nacrt studija



Transkripcija voditeljskog teksta

[Uvodna špica]

[Voditeljica – Uvod u emisiju]

Poštovani gledatelji, dobar Vam dan. Gledate emisiju „Televizija u televiziji“ koja se uživo emitira iz televizijskog studija Sveučilišta Sjever u Varaždinu.

U ovoj emisiji saznat ćete zanimljivosti iz svijeta televizije, od nastanka do današnjih dana, zato ostanite s nama.

[Voditeljica – Uvod radio]

U razvoju svijeta i tehnologije najvažniji izvori informacija bili su televizija i njezin stariji brat, radio. Upravo je radio tema priloga koji slijedi.

[Prilog: Marconi]

[Voditeljica – Radio Zagreb]

Samo dvadesetak godina nakon izuma radija, u ožujku 1924. osnovan je Radio klub Zagreb, a nakon pribavljenih koncesija i dozvola utemeljena je Radio stanica.

Emitiranje je počelo 15. svibnja 1926. hrvatskom himnom i najavama spikerice Božene Begović: „*Halo, halo. Ovdje Radio Zagreb. Pozdravljamo svoje prve slušaoce i molimo da nam odmah, telefonom, javite kako nas čujete.“* Od tada je stanica kontinuirano emitirala program.

U slijedećim godinama, stanica se pridruživala u zajedničke emisije srednjoeuropskih radio stanica te je primljena za punopravnog člana Međunarodne Organizacije za Radiodifuziju u Ženevi.

Nakon izuma i početka emitiranja televizije u Hrvatskoj, uz pratnju trendova svjetskih radijskih i televizijskih kompanija, 1960. Radio Zagreb mijenja naziv u Radiotelevizija Zagreb. O izumu i početku korištenja televizije, više saznajte iz sljedećeg priloga.

[Prilog: Baird – Nipkow]

[Voditeljica – TV Zagreb/HRT]

Na 30. obljetnicu emitiranja programa Radija Zagreb, 15. svibnja 1956., započinje probni program Televizije Zagreb, a 7. rujna, Izravnim prijenosom svečanog otvorenja Zagrebačkog velesajma, započinje stalno emitiranje.

Televizija postaje sve jača i utjecajnija tako da se oprema novi studio, počinju se koristiti magnetoskop i reportažna kola te se prelazi na sustav televizije u boji. Tehnički i proizvodni resursi sele se u novi televizijski dom na Prisavlju, a početkom devedesetih, Radiotelevizija Zagreb mijenja naziv u Hrvatska radiotelevizija.

Od samih početaka, Hrvatska radiotelevizija bila je jedan od europskih, a osobito regionalnih medijskih lidera. I danas se HRT smatra jednim od najjačih i najutjecajnijih javnih servisa.

A kako izgleda jedan od HRT-ovih regionalnih studija, Studio Čakovec-Varaždin, pogledajte u prilogu.

[Prilog: HRT Čakovec]

[Voditeljica - Televizija u budućnosti]

Bio je to prilog o jednom od današnjih televizijskih studija, a sad nam svima slijedi pitanje: „Kakva će biti Televizija u budućnosti?“

Ključne promjene kod televizije u budućnosti, odnosit će se na tehnološki napredak, poslovanje i promjene u ponašanjima konzumenata televizijskog sadržaja.

Radiodifuzno emitiranje putem televizijskih odašiljača će otići u povijest te će se sadržaji emitirati putem internetskih protokola, takozvana IPTV, što znači integraciju i ispreplitanje dvaju medija: televizije i interneta.

Televizija će biti dostupna za gledanje na svakoj ravnoj površini gdje se može projicirati slika, dok će televizijski zasloni biti multifunkcionalni, kvaliteta slike će se podići na novu razinu te je moguća kombinacija televizije s virtualnom i proširenom stvarnosti.

Očekuje se da će gledatelji plaćati za sadržaj koji žele gledati, a pomoću novih tehnologija, svaki će gledatelj na svome zaslonu vidjeti reklamu koja je namijenjena njemu. Isto je tako moguć utjecaj gledatelja na nove epizode televizijskih serija, u kojima bi određivali daljnji tok radnje.

Sada nam samo ostaje pričekati i vidjeti što će od navedenog biti realizirano i kako. Zasigurno smo zakoračili u doba u kojemu televizija piše novu povijest.

[Voditeljica – Odjava]

Gledali ste emisiju Televizija u Televiziji. Hvala na pozornosti i srdačan pozdrav.

[Odjavna špica]

ZAVRŠNI RAD – Josip Atalić, 1652/336; Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije

Sveučilište Sjever

Hodogram televizijske emisije "TELEVIZIJA U TELEVIZIJI", *verzija: 28.5.2019.*

R.br.	Vrijeme	Trajanje	Sadržaj	Mjesto	Grafika	Voditelj	Kamera	Switcher	Zvuk	Napomena
1.	0:00:00	0:02:00	Telop	vMix	Telop_FINAL.avi					
2.	0:02:00	0:00:19	Intro prije Multiviewa	vMix	Spica_Intro_vMix_FINAL.avi				Integrirani Jingle	
3.	0:02:19	do kraja emisije!	Multiview pozadina	vMix!	Multiview_vMix_FINAL.avi		DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Ton iz režije	Loop pozadine do kraja emisije!
		0:03:00	Countdown	Hyper Deck 2						
4.	0:05:19	0:00:19	Uvodna špica	vMix! Hyper Deck 2	Multiview_vMix_FINAL.avi Spica_Intro_FINAL.mov		DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Integrirani Jingle + Ton iz režije	
5.	0:05:38	0:00:20	Voditeljica - Uvod u emisiju	vMix! Media player 1! Media Player 2	Multiview_vMix_FINAL.avi Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png Displej SET1 =	Sjedi za pultom na SETU 1	Kamera 1 POLUTOTAL/TOTAL		Ton voditelja + Ton iz režije	Multiview pozadina i Logo - do kraja emisije!
							Kamera 2 POLUBLIŽI OD POJASA			
				Hyper Deck 2	Potpis_Andreja_FINAL.mov		DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;			
				Hyper Deck 2	Bumper_Alpha_FINAL.mov					
6.	0:05:58	0:00:10	Voditeljica - Uvod radio	vMix! Media player 1! Media Player 2	Multiview_vMix_FINAL.avi Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png Displej SET1 =	Sjedi za pultom na SETU 1	Kamera 1 POLUBLIŽI OD POJASA		Ton voditelja + Ton iz režije	
							DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;			
7.	0:06:08	0:01:36	Prilog: Marconi	Hyper Deck 2	Prilog_Marconi_FINAL.mov		DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Integrirani zvuk + Ton iz režije	
				vMix! Media player 1!	Multiview_vMix_FINAL.avi Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png					
8.	0:07:44	0:01:05	Voditeljica - Radio Zagreb	vMix! Media player 1! Media Player 2	Multiview_FINAL.mov Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png Displej SET1 =	Sjedi za pultom na SETU 1	Kamera 1 POLUBLIŽI OD POJASA		Ton voditelja + Ton iz režije	
							DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;			
9.	0:08:49	0:01:50	Prilog: Baird-Nipkow	Hyper Deck 2	Prilog_Baird_Nipkow.avi		DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Integrirani zvuk + Ton iz režije	
				vMix! Media player 1!	Multiview_vMix_FINAL.avi Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png					
10.	0:10:39	0:01:00	Voditeljica - TV Zagreb/HRT	vMix! Media player 1! Media Player 2	Multiview_vMix_FINAL.avi Logo uninTV = Unin_TV_LOGO.png Displej SET1 =	Sjedi za pultom na SETU 1	Kamera 2 POLUBLIŽI OD POJASA		Ton voditelja + Ton iz režije	
							Kamera 1 BLIŽI OD POPRSJA ILI NADLAKTICA			
							DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;			

11.	0:11:39	0:01:52	**Prilog: HRT Čakovec**	Hyper Deck 2 vMix! Media player 1!	Prilog_HRT_CK-VZ_FINAL.mov **Multiview_vMix_FINAL.avi** **Logo uninTV** = Unin_TV_LOGO.png	Odlazi na SET 2	**Kamera 2** **BLIZI OD POJASA** DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Integrirani zvuk + Ton iz režije	**Kamera 1 odlazi sa SETA 1 te dolazi na SET 2 i ostaje tamo!**
12.	0:13:31	0:01:20	**Voditeljica - Televizija u budućnosti**	Hyper Player 2 vMix! Media player 1!	TVuTV-Infografika_1,2,3,4,5,6,7,8.png **Multiview_vMix_FINAL.avi** **Logo uninTV** = Unin_TV_LOGO.png	Stoji ispred Chroma key pozadine na SETU 2	**Kamera 1** **AMERIKANAC** DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Ton voditelja + Ton iz režije	
11.	0:14:51	0:00:08	**Voditelj - Odjava**	vMix! Media player 1!	**Multiview_vMix_FINAL.avi** **Logo uninTV** = Unin_TV_LOGO.png	Stoji ispred Chroma key pozadine na SETU 2	**Kamera 1** **AMERIKANAC** DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Ton voditelja + Ton iz režije	
12.	0:14:59	0:00:34	**Odjavna špica**	Hyper Deck 2 vMix! Media player 1!	Odjavna_Spica_FINAL.mov **Multiview_vMix_FINAL.avi** **Logo uninTV** = Unin_TV_LOGO.png	Ostaje na poziciji	Kamera 1 i 2 - ostaju na pozicijama DSLR-REZIJA; DSLR-STUDIO;		Integrirani Jingle + Ton iz režije	Svi sudionici i dalje ostaju na svojim pozicijama
13.	0:15:33	0:00:34	**Odjavna špica** *Full screen*	vMix! Media player 1!	Odjavna_Spica_FINAL.avi **Logo uninTV** = Unin_TV_LOGO.png			PROGRAM Mix	Integrirani Jingle	
	0:16:07	KRAJ								

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, _____Josip Atalić_____ *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom _____Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije_____ *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

_____
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, _____Josip Atalić_____ *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom _____Izrada koncepta i dizajn vizualnog identiteta televizijske emisije_____ *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

_____
(vlastoručni potpis)