



TEORIJA I PRAKSA

4

['76]

Časopis RTV – TEORIJA I PRAKSA javno je glasilo u kome se tretiraju pojave i problemi radija i televizije. On temelji svoju koncepciju na programskoj politici i zadacima radija i televizije u našem društvu: razvijanje socijalističkih samoupravnih odnosa, jačanje bratstva i jedinstva i ravnopravnosti naroda i narodnosti, afirmisanje marksističkog pogleda na svet, tekovina narodnooslobodilačkog rata i socijalističke revolucije; razvijanje stvaralaštva u oblasti kulture, nauke i umetnosti naših naroda i narodnosti; upoznavanje sa kulturom i naučnim dostignućima drugih zemalja i naroda, polazeći od načela otvorenosti za sve što je idejno i umetnički vredno i što predstavlja naučni progres i doprinos napretku i civilizaciji.

Redakcija nastoji da RTV – TEORIJA I PRAKSA bude *glasilo* koje potstiče na kritički odnos prema praksi radija i televizije radi razvijanja teorije. Časopis je namenjen *poslenicima* i *korisnicima* radio i televizijskih programa i svima onima koji to žele da budu, kao i društveno-političkim, naučnim, prosvetnim i drugim radnicima koje interesuju priroda i programi elektronskih medija radi razvijanja *kulture komuniciranja*.

Redakcija

BARIĆ SRĐAN
BULATOVIĆ MILAN
ĐORĐEVIĆ DR TOMA
DŽINIĆ DR FIRDŮS
JANKOVIĆ INŽ. MILENKO
JOVANOVIĆ MILE
KUN-BROČIĆ MIRA
LEANDROV IGOR
LUKIĆ SVETA
MIRKOVIĆ VLADIMIR
NASTIĆ SLAVKO
NOVAKOVIĆ SLOBODAN
PEŠIĆ DR MIHAILO
PLAVŠIĆ PRVOSLAV
POHAR LADO
POPOVIĆ ĐORĐIJE
ROTKOVIĆ RADOSLAV
SAVIĆEVIĆ DR MIROSLAV
SLAVKOVIĆ DUŠAN
ŠOMLO ANA
VUKIĆEVIĆ PETKO

Glavni i odgovorni urednik

MIROLJUB JEVTOVIĆ

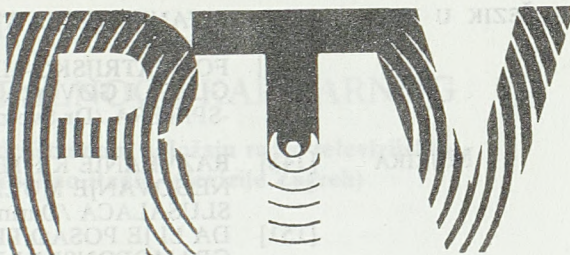
Sekretar: VIDOSAVA SUBOTIČKI

Izdavački savet

BERISAVLJEVIĆ ŽIVAN, predsednik
BOŽOVIĆ DR RATKO, zam.predsednika
BULATOVIĆ VUKOJE
ĐORĐEVIĆ ALEKSANDAR
JEVTOVIĆ MIROLJUB
KONSTANTINOVIĆ RADOMIR
MILIĆEVIĆ OGNJENKA
MILOSAVLJEVIĆ DR SLAVOMIR
NEORIČIĆ VLADIMIR
PETROVIĆ BRANKO
PRNJAT DR BRANKO
SEDMAK DR TOMISLAV
SPASIĆ DR ALEKSANDAR
TOMOVIĆ DR RAJKO

Za izdavača – VLADIMIR NEORIČIĆ
direktor Centra RTB za istraživanje
programa i auditorijuma

Likovno-grafička oprema: BOGDAN KRŠIĆ
Tehnički urednik: VIKTOR INŽ. KLIMPL
Lektor i korektor: KOSANA TANASKOVIĆ
Foto-slog: VERA SKOKNIĆ
Štampa: GRAFIČKI CENTAR
RADIO-TELEVIZIJE BEOGRAD,
Batajnički put 24



TEORIJA I PRAKSA

4 [1976]

Izdaje Radio-televizija Beograd

- | | | |
|----------------|-------|---|
| | [5] | IZMEĐU GLOBALNOG I KAPILARNOG /Matko Meštrović |
| | [14] | KOME JE RADIO ODGOVORAN? /Milan Merčun |
| | [19] | PRETPLATA I UDRUŽENI RAD /Slobodan Stefanović |
| TELEVIZIJA | [29] | TRAKTAT O TELEVIZIJI /Miroslav Čepinčić |
| | [34] | PIONIRI TELEVIZIJE /Petar Ivić |
| | [40] | OKRUGLA DVORANA - TV STUDIO ZAGREB, 1956. GODINE /Mario Fanelli |
| | [50] | FILMSKA I TELEVIZIJSKA SLIKA - II deo /Ranko Munitić |
| | [62] | TELEVIZIJA I KNJIŽEVNO DELO - SAUČESNICI U KULTURNOJ KOMUNIKACIJI /Miloš Nemanjić |
| | [75] | DECENIJA OBOGAĆIVANJA NASTAVE /Vojislav Stanojčić |
| RADIO | [79] | SADAŠNJOST I PROJEKCIJE /Lado Pohar - Branko Petrović |
| | [91] | RADIO-VEST /Dušan Slavković |
| KOMUNIKOLOGIJA | [101] | MASS MEDIA I TEORIJE O KOMUNIKACIJAMA /Dr Stevan Majstorović |
| | [113] | KOMUNIKACIJA /Žan Kaznev |
| | [127] | MULTIMEDIJSKI SISTEMI: DEFINICIJA I OPRAVDANJE /Rolan Garnije |

- | | | |
|--------------|-------|---|
| JEZIK U RTV | [135] | PITANJA JEZIKA TELEVIZIJE /Đorđe Kostić |
| | [142] | FONIJATRIJSKO-MEDICINSKI ASPEKT GLASA I GOVORA TV I RADIO-SPIKERA /Dr Svetozar Ristić |
| MUZIKA | [148] | RAZVIJANJE KRITERIJUMA I NEGOVANJE MUZIČKOG UKUSA SLUŠALACA /Darinka Simić |
| | [151] | DA LI JE POSAO PRAVLJENJA GRAMOFONSKIH PLOČA OZBILJAN ILI ZABAVAN /Svetolik Jakovljević |
| | [160] | MUZIKA KOJA NEMA PRAVOG IMENA /Božidar Pantić |
| ISTRAŽIVANJA | [164] | POLITIČKO-INFORMATIVNO DELOVANJE ŠTAMPE, RADIIJA I TELEVIZIJE U SR SRBIJI /Ljiljana Bačević |
| | [172] | UTICAJ NASILJA SA TELEVIZIJE NA GLEDAOCE /Nevenka Perković |
| | [187] | PSIHOLOŠKA ISPITIVANJA UTICAJA POSMATRANJA NASILJA NA ČOVEKA /Žarko Korać |
| DOGAĐAJI | [191] | REGIONALNI ATELJE ZA ŠKOLE I OBRAZOVNE TV PROGRAME /Eleonora Prohić |
| | [199] | INFORMACIJA O RADIO-TELEVIZIJI NR KINE /Dr Ivko Pustišek |
| KNJIGE | [202] | KONTROVERZE OKO MASOVNOG KOMUNICIRANJA /Borisav Džuverović |
| ANOTACIJE | [207] | ANOTACIJE TEHNIČKIH KNJIGA O TELEVIZIJI |
| | [209] | BIBLIOGRAFIJA O TELEVIZIJI /M.K.-B. |
| ČASOPISI | [212] | JOURNAL OF BROADCASTING - Zima 1976. - Televizija i socijalizacija omladine |
| | [213] | „RADIO-TELEVISION OIRT“, br. 5, 1975. |
| | [214] | „RADIO-TELEVISION“ br. 6, 1975. |

IZMEĐU GLOBALNOG I KAPILARNOG

(Prilog raspravama o društvenom položaju radio-televizijskih radnih organizacija, posebno Radio-televizije Zagreb)

1.

Osnovni razlog stvaranja samoupravnih interesnih zajednica jeste udruživanje radnih ljudi u proizvodnji i radnih ljudi u društvenim djelatnostima. Time se želi produbiti historijski proces pretvaranja viška rada u potreban rad, i ukinuti sve oblike posredovanja u razmjeni rada na području zadovoljavanja osobnih i zajedničkih potreba radnih ljudi.

Zato sva rješenja koja idu za tim, moraju biti u funkciji ostvarivanja temeljne ustavne norme da dohotkom u cijelosti upravljaju radni ljudi u osnovnim organizacijama udruženog rada, dakle i onim dijelom dohotka koji oni odvajaju za osobne i zajedničke potrebe.

Osnovni put u tome jest društveni sistem planiranja kojim se usklađuju planovi u osnovnim organizacijama udruženog rada i planovi unutar samoupravnih interesnih zajednica te ujedinjuju u jedinstveni društveni plan odgovarajuće društveno-političke zajednice.

Informativna djelatnost jeste ujedno i proizvodna djelatnost jer se jednim znatnim dijelom razmjenjuje posredstvom tržišta (tisak), ali i jedina djelatnost koja pokriva sva područja društvenog rada: ekonomske odnose i materijalni razvoj, samoupravni društveno-politički i delegatski sistem, vanjsko-političku aktivnost naše zemlje, zatim obrazovanje, znanost, kulturu i ideologiju, djelovanje društveno-političkih organizacija, scijalnu i kadrovsku politiku itd. Ni jedna od ovih djelatnosti ne pokriva ostale u takvoj širini, ali svaka od njih traži, ima pravo i obavezu da društvo o njoj bude obaviješteno. Drugim riječima, na području informiranja svaki član društva potencijalno je i korisnik i davalac informacija. Općenito govoreći, to znači da je informacija još uvijek roba, jedim je dijelom usluga, a teorijski anticipirajući ona bi trebala postati društvena supstancija. To jest, zacrtani društveni razvoj

trebalo bi u krajnjoj konsekvenciji da dovede do svakome dostupne, svagdje i svagda prisutne, svestrane i besplatne obaviještenosti.

Stoga se na ovom području ne može doslovno primijeniti shema samoupravne interesne zajednice čiji sastav čine delegati korisnika i davalaca usluga, jer ovdje takva podjela nije moguća. Naprotiv, u analizi pristupa valja početi od vitalnih ciljeva područstvljavanja informativnih djelatnosti i sredstava informiranja, vodeći računa i o tome što je suština samoupravnog komuniciranja, kao i o sistemskim elementima komunikacijskoga modela koji konceptijski treba tek izgraditi.

Osnovni cilj područstvljavanja sredstava informiranja jest stvaranje takvih društvenih odnosa u njima koji će neposredno unapređivati cjelokupni proces udruživanja i razmjene rada u svim sferama društvenog života. To znači da sredstva informiranja i cjelokupna informativna djelatnost moraju postati instrument ostvarivanja povijesnog zadatka radničke klase da ovlada čitavom reprodukcijom društva.

Područstvljavanje sredstava informiranja, dakle, znači njihovo dovođenje u službu proizvođačke i radničke većine društva, što zavisi od postignutog stupnja razvoja samoupravnih odnosa u svim društvenim strukturama, u proizvodnoj, političkoj, socijalnoj, kulturnoj i znanstvenoj sferi.

Takvo područstvljavanje moguće je ostvariti jačanjem organiziranog društvenog utjecaja neposrednim povezivanjem sa udruženim radom pri čemu su društveno-političke organizacije sve više idejni usmjerivač i artikulatork društvenih procesa, a sve manje nosilac izravne političke moći.

2.

Najveći dio komuniciranja u samoupravnom društvu tiče se materijalne zainteresiranosti i pitanja položaja radnog čovjeka u društvu. Tako se priroda procesa informiranja u samoupravnom društvu postavlja izuzetno, pa i radio i televizija dobivaju specifičnu ulogu i namjenu. Prihvaćajući samoupravnu društvenu praksu radio i televizija dužni su slijediti takav pristup vlastitoj funkciji, koji će biti izravan odraz najšireg društvenog interesa. To znači da i njihova osnovna djelatnost - stvaranje programa - mora započinjati u masovnoj društvenoj bazi.

Nosioci programskih odluka, dakle, ne mogu biti samo izravni stvaraoci programskih sadržaja radija i televizije, nego se te odluke moraju zasnivati na takvom društvenom odnosu koji će neposredno unapređivati cjelokupni proces udruživanja i razmjene rada. Osnovno je pitanje stoga, kako doći do takvog modela komuniciranja i takvog položaja radija i televizije u društvu, koji će osigurati ostvarivanje tih postavki.

U svom Statutu Radio-televizija Zagreb definirana je kao samostalna samoupravna organizacija radnika povezanih zajedničkim i društvenim interesima u radu i organiziranih u osnovne organizacije udruženog rada u njenom sastavu. To je radna organizacija koja obavlja djelatnost od posebnog društvenog interesa i ostvaruje svoju društvenu funkciju time što proizvodi, emitira i prenosi radijske i televizijske programe. Ona osim toga, razvija i unapređuje te medije, predstavlja osnovu radijskog i televizijskog sistema u SR Hrvatskoj i sastavni je dio cjelokupnog radio-difuzijskog sistema Jugoslavije.

Ostvarivanje društvenog utjecaja u osnovnoj djelatnosti i u razvoju tehničko-tehnološke baze Radio-televizije Zagreb dosad je koncipirano i uspostavljeno putem niza savjeta koji idu od Savjeta za program i razvoj RTZ do pojedinih redakcijskih savjeta, a u svom sastavu imaju, pored rukovodnih organa, i predstavnike samoupravnih organa, društveno-političkih organizacija i šire društvene zajednice.

Iskustvo je, međutim, pokazalo da se tim putem ostvaruje više formalni nego stvarni utjecaj društva i društvenih organa na upravljanje u masovnim sredstvima obavještavanja, što je konstatirano i u Rezoluciji X kongresa SKJ. Stoga je neophodno potpunije definirati taj utjecaj i stvoriti takav model samoupravljanja u toj oblasti u kojem će biti ukomponiran i odgovor na osnovno pitanje: kako da radnička klasa i socijalistička javnost čitave zemlje ostvaruje svoj utjecaj.

3.

U općem konceptu modela interesnih zajednica nisu dosad razmotrena ni predložena adekvatna rješenja i za djelatnost javnog informiranja, nije razrađen takav koncept njihovog cjelovitijeg povezivanja sa društvom. Jasno je, međutim, da „nova rješenja moraju odgovarati sadašnjim uvjetima, što će pospješiti i bolji rad i bolje organiziranje rukovodstva Saveza komunista, Socijalističkog saveza posebno, kao i

predstavničkih i drugih organa, odnosno omogućiti najšire povezivanje društvenih organa sa štampom, radijom i televizijom. U cjelokupnom odnosu društvo-štampa, ogromnu ulogu mora da ima organizacija Socijalističkog saveza kao front socijalističkih snaga osposobljenih i organiziranih da tu ulogu obavljaju. (...) Očito je da je potrebna nova organizacija tih veza i utjecaja na informativnu djelatnost i u komunama, i u republikama, i u Federaciji." (Todo Kurtović)

O osnovnim kriterijima konstituiranja samoupravnih interesnih zajednica na sjednici Komisije CK SKH za idejna pitanja u oblasti obrazovanja, znanosti i kulture istaknuto je svojevrmeno da prioritet u raspravama ne treba dati tome na kojem će se nivou vršiti samoupravno udruživanje, da li u općini, regiji ili republici, nego da je bitno shvatiti da je čitav sistem samoupravnih interesnih zajednica splet udruživanja u kojem su „međusobne veze unakrsne i zvjezdaste a ne piramidalne" (dr Uroš Peruško). U istom je smislu naglašeno da je u savjetovanjima, regionalnim i granskim, bitno izraditi programe koji će biti „dohodovno čitljivi", tj. u kojima se mogu vidjeti međusobne veze partnera koji sklapaju samoupravne sporazume (dr Zdravko Malić).

I Edvard Kardelj na 20. skupštini Stalne konferencije gradova Jugoslavije naglasio je da je samoupravljanju potrebna *ne samo vertikalna već i horizontalna integracija*. Uprvo to omogućava radnom čovjeku u organizaciju udruženog rada da ovlada ne samo cjelokupnim procesom proširene reprodukcije već i cjelovitim sistemom zadovoljavanja njegovih socijalnih, kulturnih i sličnih društvenih potreba. Time zapravo samoupravljanje dobiva jednu novu dimenziju koja čini da radnik upravlja ne samo sredstvima za proizvodnju nego i onim dijelom rada koji smo nazvali viškom rada, ali koji kroz sistem samoupravnih interesnih zajednica praktično prestaje da bude višak rada i postaje sastavni dio sredstava s kojima radnik osigurava sebi i društvu, kao cjelini, zadovoljavanje socijalnih, kulturnih i drugih potreba.

Drug Kardelj je pritom napomenuo još jedan aspekt, tj. da interesne zajednice mogu postati veoma značajan oblik tzv. *samoupravnih velikih sistema* tamo gdje se više ne radi samo o udruženom radu nego o udruženim interesima toga rada sa širim društvenim interesima, ili u najmanju ruku sa širim zajedničkim interesima pojedinih dijelova udruženog rada. On je rekao da misli na elektroprivredu, vodoprivredu, željeznički

i putnički saobraćaj, stambenu privredu i komunalnu djelatnost. Zanimljivo je da nije smatrao potrebnim da u te velike sisteme uključi i sistem sredstava javnog informiranja, odnosno, nije ga izričito spomenuo.

Također u Ustavu SFRJ utvrđuju se pet interesnih zajednica od posebnog društvenog interesa koji se posebno i navode (obrazovanje, nauka, kultura, zdravstvo i socijalna zaštita). Međutim, djelatnost informiranja, koja se u našem društvu također smatra djelatnošću od posebnog društvenog interesa, nije tako označena i u Ustavu. Svakako, za somenutih pet glavnih interesnih zajednica koje Ustav posebno spominje, izričito se naglašava da sudjeluju u radu i općinske i republičke skupštine. Drug Kardelj o tome kaže:

„Točno je da svaka općina nema svojih naučnih instituta, neke nemaju ni zdravstvene organizacije ili socijalno-zaštitne ustanove itd. Ali je s druge strane istina i to da nema općine u Jugoslaviji koja nije zainteresirana da se u njoj angažiraju ne samo institucije s područja obrazovanja, kulture itd. već i nauke, socijalne zaštite itd. Očigledno je da se u svakoj općini mogu organizirati takve interesne zajednice makar one obuhvaćale samo, da tako kažem, osiguranike ili samo interesente, a ne i radne organizacije koje pružaju određenu uslugu. U tom slučaju će se ti interesenti, osiguranici i sl. povezati s onim radnim organizacijama - vršiocima određenih usluga, koji su im najbliži. One ne moraju biti u istoj općini. Bilo bi besmisleno računati s tim da svaka općina treba imati kompletan sistem nauke, kulture, zdravstva itd. Ali jednak je interes građana u svim općinama za korištenje plodova rada radnih organizacija, odnosno institucija s područja kulture, obrazovanja, nauke, socijalne zaštite itd.”

Postavlja se pitanje: zašto u slijedu tog razmišljanja ne bi bio jednak i interes građana za rad i djelovanje radnih organizacija javnog informiranja? Zar upravo skupštine općinskih interesnih zajednica koje će slati svoje delegate u skupštinu odgovarajuće republičke interesne zajednice, ili tamo gdje pojedine interesne zajednice budu funkcionalno organizirane, ne trebaju uspostaviti odgovarajući odnos uzajamne povezanosti i odgovornosti, i kad je riječ o djelatnosti javnog informiranja? Pogotovo što upravo ta djelatnost može najviše pridonijeti „da zajednice žive punim životom u općini, da imaju živi kontakt s bazom, da mogu preko općinske

skupštine i preko regionalne ili republičke interesne zajednice zastupati i braniti svoje potrebe i interese”.

4.

Vjerojatno je više razloga da u ovaj opći sistem samoupravnih interesnih zajednica nije dosad uključena i djelatnost javnog informiranja shvaćena integralno, na način koji bi osigurao da njeno djelovanje i programsko profiliranje nađe neposrednu vezu sa masovnom društvenom bazom, da bude dio cjelokupnog sistema organiziranja udruženog rada. Jedan od bitnih razloga što model samoupravljanja u oblasti informiranja još nije izrađen jest upravo *teorijska i praktična nerasčišćenost pitanja što je to princip slobodne razmjene rada u toj oblasti*, koji su to uvjeti i osnove stvaranja specifičnih interesnih zajednica koje bi mogle osigurati neposredan utjecaj radničke klase i na zbivanja u toj oblasti.

Oslanjajući se na više puta izražena mišljenja da se sistem interesnih zajednica ne može izgraditi preko noći, može se reći da je u ovoj oblasti prevladao stanoviti i možda opravdan oprez. No, bitno je utvrditi: kako masovna sredstva komuniciranja tretirati s obzirom na njihovu proizvodno-tehničku i na njihovu društveno-ekonomsku komponentu. U stvari, marksistički gledano to su nove proizvodne snage koje imaju ogroman potencijal za emancipaciju masa, ali ostaje pitanje kako u njima društveno inicirati i osigurati masovni samoregulirajući proces saznavanja koji je relevantan za interese čitavog društva. To pitanje, realno postavljeno, nesumnjivo treba povezati sa realnom ocjenom o tome koliko u danom momentu u samoupravnom društvu politička sfera može i smije svoje mjesto ustupiti društvenoj, samoupravnoj; i u kojoj se mjeri razvio proces prestrukturiranja klasične socijalističke političke javnosti u samoupravnu javnost. To je također u vezi i sa stvarnim stupnjem razvijenosti općih društveno-ekonomskih snaga, socijalističkih odnosa u njima i društvene svijesti, od čega zavisi kako ćemo brzo trasirati put kojim će se ljudi iz objekta informiranja postepeno pretvarati u subjekte samoupravnog komuniciranja u svim sferama društva. (France Vreg)

U tom smislu aktualna je i relevantna i ocjena Tode Kurtovića: „Samostalnost sredstava informiranja i njihova povezanost sa društvom ne može se zamijeniti vezama pojedinaca ili samo pojedinih organa sa sredstvima informiranja. To je mnogo

kompleksniji odnos koji kao koncept tek treba da se razradi i razvija. Zato je neophodno da se svakodnevno razvija mehanizam koji povezuje društvo i štampu. Bez takvog mehanizma i akcije praktično je nemoguće otkloniti pritisak na sredstva informiranja koji dolazi od strane određenih grupa koje egzistiraju i još će dugo egzistirati. Zato je i taj mehanizam, u stvari, sastavni dio društvene zaštite i slobode pisanja i demokratskog samoupravnog razvoja štampe. Društvo u cjelini, a posebno štampa, odnosno ustanove i institucije iz oblasti informiranja, zainteresirani su za stvaranje i razvijanje takvog mehanizma. Treba također odlučno ustati protiv svega što se zatvara pred štampom. Jer, kao što je poznato, sve što se zatvara pred štampom u principu se zatvara i pred progresom, pred borbom Saveza komunista, pred samoupravnim socijalističkim odnosima.”

Ali, takva aktivna otvorenost komunikacionog sistema usko je povezana sa eksplicitnim kriterijima selekcije informacija, koja se mora zasnivati na utvrđenim potrebama pojedinaca i društvene zajednice u cjelini. Stoga, za razliku od totalitarnog sistema, osnovna karakteristika sadržaja javnih sredstava informiranja u samoupravnom društvu trebala bi da bude ne toliko pozitivna usmjerenost koja „opravdava” sam sistem, nego prije svega argumentiranost vrijednosnih tvrđenja i nizak transmisioni stupanj, tj. *dezinstitucionalizacija vrijednosnog sistema*. (Tomo Martelanc).

5.

Jasnije određenje samoupravnog komunikacionog sistema pa i načina njegovog interesnog organiziranja, povijesni je proces, u kojem i sistematska znanstvena istraživanja moraju dati značajan doprinos. Jasno je, međutim, da umjesto reprezentanata javnoga mnijenja koji se u institucionaliziranom vrijednosnom sistemu javljaju kao zamjena za javno mnijenje, mi moramo poći od *novog koncepta javnosti samoupravnog socijalizma*, a to je društvena sfera u kojoj radni ljudi, okupljeni u svoje osnovne zajednice (radne, teritorijalne, interesne i dr.) neposredno odlučuju o društvenoj reprodukciji i svom vlastitom životu.

To je javnost udruženoga rada i čitave delegatske baze koja neposredno odlučuje u svojim osnovnim samoupravnim ćelijama, a isto tako putem svojih delegata ima pravo

odlučivati i na svim razinama u skupštinama društveno-političkih zajednica. Stoga treba shvatiti da je *nova funkcija javnog mnijenja* da bude instrument uspostavljanja uspješne komunikacije delegatske baze na svim tim razinama odlučivanja i da posluži iseljavanju čitave neinstitucionalne kritičke snage te delegatske baze.

Taj zahtjev traži jačanje takvog trenda razvoja koji vodi razvijanju komunikacijskih sistema na razini općine, radne organizacije i lokalne zajednice, i na usmjeravanje postojećih i republičkih i federalnih komunikacijskih sistema na te razine komunikacijske delegatske baze. Naše društvo, naime, zakoračilo je na put izgradnje historijski novog tipa socijalne integracije, koja se ne podređuje ni principima tehnokratske ni principima etatističko-birokratske organizacije. Potrebe suvremenog proizvodnog i političkog organiziranja našeg društva ističu novi zakon: autonomija dijelova i njihovo dobrovoljno udruživanje u cjelinu. (France Vreg)

6.

U dosadašnjem procesu konstituiranja samoupravnih interesnih zajednica u SR Hrvatskoj i u Zagrebu Radio-televizija Zagreb tretirana je kao svaka druga radna organizacija. U tom su smislu i obavljeni svi poslovi potpisivanja samoupravnih sporazuma za svih 19 tipova interesnih zajednica koje su predviđene u Ustavu Hrvatske, bilo da su locirane na općinskom, gradskom i republičkom nivou. Posebnost društvene djelatnosti kojom se bavi Radio-televizija Zagreb kao svojom osnovnom djelatnošću, tj. javnim informiranjem, došla je do izražaja samo u interesnim zajednicama usmjerenog obrazovanja i znanosti gdje su predviđene djelatnosti formiranja novinarskih kadrova i znanstvenog rada na području komunikoloških i telekomunikacijskih istraživanja. Inače, sama djelatnost javnog informiranja tretirana je organizaciono nedosljedno i različito za tisak i za radio-televizijsku djelatnost. Radne orgaizacije novinsko-izdavačke djelatnosti naime nalaze se u sindikatu grafičkih radnika, a Radio-televizija u sindikatu kulture i umjetnosti. No, bez obzira na to, očito je da u tom smislu i ne treba tražiti rješenje za osnovni problem uspostavljanja samoupravnog odnosa društvo-Radio-televizija na principima slobodne razmjene rada. Naime, u današnjoj fazi razvoja

čitavog društveno-ekonomskog i društveno-političkog sistema veoma je teško utvrditi stvarne subjekte i davalaca i korisnika usluga u ovoj oblasti i ostvariti dohodovnu čitljivost njihovih interesa. Jer, ipak masovna sredstva informiranja djeluju globalno, a informacije moraju skupljati kapilarno. Ali, na tome ne treba stati!



Sl. 15 - TV slika iz 1930. god. Jedva se nazirala, Sl. 18 - Tv prljemnik iz 1933.

Milan Merčun

KOME JE RADIO ODGOVORAN?

Samoupravna interesna zajednica radio-difuzije - sledeći korak ka podružtvljavanju delatnosti radija

Međunarodni simpozijum „Radio osamdesetih godina” je, između ostalog, postavio i pitanje: „Kome je radio odgovoran?”.

Nema nikakve sumnje da to pitanje zanima veoma širok krug saradnika radija, a još više, naravno, sve one društvene činioce koji se sreću sa delatnošću radija ili osećaju da odlučujući uticaj na radio nije uvek u pravim rukama. Mnogi saradnici radija, a još više progresivno orijentisani istraživači, osećaju sve veću provaliju između uskih državnih, političkih, verskih i drugih grupacija koje zahtevaju da radio bude samo njima odgovoran, i širokog auditorijuma slušalaca, koje pokušavaju da zadrže na nivou pasivnog primaoca onoga što mu drugi poručuju, uprkos svim modernim metodama. Povećavanje broja i izbora radio-programa, uvođenje kontaktnih, participativnih, servisnih, obrazovnih, rekreativnih i drugih programa, karakterističnih za poslednju deceniju, pored svih obećanja nije dalo trajnije rezultate. Nekakva kriza savremenog radija je tražena u konkurenciji televizije, u novim aktivnostima slušalaca, poplavi informacija; tražena je u svim mogućim pravcima, samo ne tamo gde je ona najakutnija: bilo je vrlo malo istraživanja u pravcu potrebe za intenzivnijim podružtvljavanjem radija. I više od toga. U stručnim listovima se sve češće mogu sresti tvrdnje da su konkretna rešenja problema odgovornosti radija u pojedinim državama nesumnjivo dobra, ako ne i odlična, i da zato u to područje ne treba dirati. Očigledno je da se grupacije koje su već obezbedile odlučujući uticaj na radio plaše da bi pogaču vlasti morale deliti, ili, još gore, prepustiti nekom drugom. Metode vlasti nad radijom su u svetu različite, ali kad uklonimo spoljašnje ruho koje može izgledati i nadasve demokratski, pod njim se u svoj svojoj golotinji ukaže uska grupacija vladajuće strukture. Ponegde se sa promenom vlade automatski menja i celo rukovodstvo radija, ponegde zbog neposlušnosti pred vladajućom klasom jednostavno se ne

obnavlja pravo na dodeljenu frekvencu. Razlika između tih dveju metoda je samo estetske prirode.

Problem odgovornosti radija je i kod nas već dugo u središtu interesovanja. To posebno važi za razdoblje od 1950. godine, kada je sa uvođenjem samoupravnog društvenog sistema započeo odlučan proces transformacije radija iz državnog u istinsko društveno sredstvo javnog informisanja. Uvođenje radničkih saveta u radio-stanicama i uvođenje organa društvenog upravljanja - saveta, skupština i drugih oblika društvenog uticaja, otvorilo je proces podružljavanja i dalo mnoga dobra rešenja. Ali je istovremeno zaoštrilo i sve sukobe koje je prošlost ostavila u nasleđe sadašnjici. Umesto državnih, na mnogim mestima su se pojavile monopolističke tendencije u samim radio-kućama, ili bar u programskim grupacijama za pojedina područja programske delatnosti. Svako razrešavanje društvenih protivurečnosti, stranputica i kriza, nužno je u svojoj kritici ukazalo i na pokušaje monopolizacije uticaja na radio.

Nova ustavna rešenja koja su se za kratko vreme već pokazala kao izuzetno značajan revolucionaran korak u razvoju našeg socijalističkog društva su, doduše, ponovo potvrdila načelo da celokupna delatnost sredstava javnog informisanja kod nas počiva na radnom čoveku i deluje u njegovom interesu, ali su, što je još značajnije, ukazala i na puteve kojima će ta načela moći i da se praktično ostvare u uređivanju celine samoupravnog društvenog sistema. Jedan od tih puteva je i organizovanje celokupne delatnosti informisanja po principima koji važe za samoupravne interesne zajednice. Upravo ove godine ulazimo u onu fazu razvoja kada se po republikama i pokrajinama počinju formirati ideje i stavovi o tome kako ostvariti takvu samoupravnu interesnu zajednicu.

Pokušajmo da bar u osnovnim crtama naznačimo neke osobenosti tog procesa. U prilog organizovanja radio-difuzije kao samoupravne interesne zajednice govori više činjenica. Najpre, neosporno je da je celokupna delatnost radio-difuzije, kako tekuća programska, tako i razvojna, od posebnog društvenog značaja. Ako imamo nameru da se uključimo u izgradnju samoupravnog društva, onda je isto tako nesporno da delatnost radio-difuzije zahteva sistematsko podružljavanje i na taj način obezbeđivanje najšireg uticaja na programsku politiku i sadržaj radio-programa kako od strane društvenih snaga, pre svega Saveza komunista i Socijalističkog saveza,

tako i od strane neposrednih korisnika programa, stvaralaca i izvođača. Podruštvljavanje je put koji jedini može zaista da onemogući različite tendencije ka monopolnom prisvajanju radija od strane različitih društvenih grupacija kao i od strane samih izvođača programa. Dalji značajan činilac predstavlja delegatski sistem, kao jedan od temelja samoupravnog uređenja, u kome radio ima značajnu ulogu ne samo time što u nekoliko emisija neprestano govori o delegatskom delovanju, nego pre svega time što celokupnim svojim programom obezbeđuje svestranu razmenu informacija, nudi stalno uporište za afirmaciju delegatskih odnosa i neposredno živi u svim fazama formiranja delegatskih stavova. Bez doslednog podruštvljavanja nije moguće ostvariti funkciju radija u delegatskim odnosima. Radio je svojom programskom delatnošću, a takođe i rasprostranjenošću broja prijemnika, već prerastao u opštenarodno dobro i praktično je prisutan u svakoj porodici. Interes neposrednih korisnika se pokazuje kako u odnosu na njegovu informativnu, tako i u odnosu na kulturnu, obrazovnu i rekreativnu delatnost. Neposredni korisnik radija mora se izboriti za svoj uticaj kako zbog svog interesa i društvene funkcije radija, tako i zbog mogućnosti daljeg razvoja radija. Radio-difuzna delatnost predstavlja značajno interesno područje i s obzirom na veliko zaleđe kulturnih i drugih stvaralaca i poslenika. Ostatke najamnih ili honorarno najamnih odnosa među stvaraocima i izvođačima radio-programa moguće je otklanjati samo putem podruštvljavanja.

Uz već navedena obrazloženja potrebe za daljim podruštvljavanjem radija mogli bismo navesti još mnoga druga, kao na primer delatnost radija u društvenoj samozaštiti i narodnoj odbrani, programske delatnosti za iseljenike i dr.

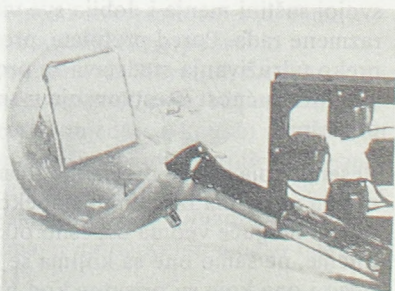
Na tim osnovama teku traženja konkretnih rešenja. Pitanje: da li jedna ili više interesnih zajednica na području informisanja, još uvek je otvoreno. U Sloveniji, na primer, sve više je prisutna zamisao da se radio-difuzija, slično štampi, organizuje u posebne interesne zajednice, koje bi se zatim na nivou republike udruživale u savez samoupravnih interesnih zajednica za informisanje, a u Jugoslaviji u savez samoupravnih interesnih zajednica radio difuzije, na primer, koji bi, po nekim shvatanjima, u mnogočemu mogao nadmašiti već unekoliko preživeli JRT.

Samoupravna interesna zajednica za radio-difuziju u SR Sloveniji bi se prema pripremljenim konceptima zasnivala na delegacijama i delegatima mesnih zajednica koji bi, organizovani na odgovarajući način u oblasnim zajednicama za radio-difuziju sačinjavali *veće korisnika* u skupštini samoupravne interesne zajednice radio-difuzije SR Slovenije. Drugo *veće*, *veće skupštine* sačinjavali bi delegati izvođača, to jest radnika radio-difuznih organizacija, radnika RTV Ljubljana i lokalnih radio-stanica. Kod većine učesnika u raspravi o formiranju samoupravne interesne zajednice radio-difuzije u SR Sloveniji prisutno je mišljenje da je veoma zanimljiv i koristan predlog o formiranju trećeg *veća* skupštine samoupravne interesne zajednice radio-difuzije, koj bi sačinjavali spoljni saradnici radio-programa. Radi se o relativno širokom krugu radnika kulturnih i drugih organizacija kao i pojedinaca koji nisu neposredno radnici radija, ali imaju izrazit interes da svoje stvaranje afirmišu preko radija. Na taj način bi samoupravna interesna zajednica, sastavljena od delegata iz mesnih zajednica i radnika iz OOUR-a, delegata radnika sa radija i delegata spoljnih saradnika, istinski povezivala sve društvene interese i omogućavala stalno usmeravanje, pa i kontrolu delovanja radija. Skupština SIZ radio-difuzije bi obezbeđivala jedinstvenost radio-difuzije u republici i njenu povezanost kako sa drugim činiocima iz područja javnog informisanja, tako i povezivanje na nivou SFRJ. Zbog takve društvene uloge zajednice, ona bi raspravljala i odlučivala kako o programskom usmeravanju, tako i o konkretnim programskim planovima, o pitanjima razvoja, i, povezana sa drugim interesnim zajednicama, brinula bi o racionalnoj upotrebi društvenih potencijala i sredstava. Izrađeni su i koncepti finansiranja delatnosti radio-difuzije po principima samoupravne interesne zajednice. Pri tom se i pretplata po svojoj suštini menja i dobija sve više osobine slobodne razmene rada. Pored pretplate, predviđeno je i finansiranje preko udruživanja sredstava za programske i razvojne potrebe, kao i mogućnost učestvovanja u sredstvima zajedničke potrošnje.

Rešenja koja se sve preciznije formiraju otvaraju radiju u novim uslovima izuzetne perspektive i pokazuju da je tim putem moguće veoma uspešno otkloniti mnoge nagomilane dileme, ne samo one sa kojima se danas radio susreće u svetu, nego i one koje su prisutne kod nas.

Pitanje kome je radio odgovoran, na osnovu stanja koje smo pokušali da opišemo u kratkim crtama, kod nas se pokazuje u sasvim drugoj svetlosti. Zahvaljujući samoupravnom sistemu i načinu mišljenja, mi smo se već snažno otrgli od starih metoda odgovornosti radija i prešli na neposredno podružtvljavanje.

Renesansa radija, o kojoj smo pre nekoliko godina uveliko govorili, dobiće čvrste temelje tek sa podružtvljavanjem i, u njegovom okviru, afirmisanjem idejne uloge Saveza komunista.



Sl. 16 - TV slika iz 1931. godine bila je mnogo jasnija, Sl 17 - Original Zvorkinog IKONOSKOPA iz 1932. god. (prototip se čuva u Muzeju PTT u Beogradu, kao najstariji tv-eksponat kod nas.)

PRETPLATA I UDRUŽENI RAD

1. DRUŠTVENO-EKONOMSKI POLOŽAJ RADIO- -DIFUZNIH ORGANIZACIJA U STICANJU DOHOTKA

Sagledavanje dohotka radio-difuznih organizacija ograničili smo na republičke i pokrajinske radio-televizijske stanice. Ovo zbog toga što je osnovni izvor dohotka ovih organizacija pretplata, a to ih dovodi u isti položaj prema ekonomskom statusu njegovog sticanja.

1.1. *Radio i televizijski programi kao upotrebne vrednosti*

Zakonom je pretplata definisana kao naknada za korišćenje radio-difuznog prijemnika. Stiče se utisak da je to taksa koja se plaća za korišćenje nekog predmeta, odnosno uređaja.

Međutim, suština je sasvim drugačija. Upotrebna vrednost radio-difuznog prijemnika sastoji se u mogućnostima prijema radio-difuznog programa koji nastaje radom uposlenih radnika u radio-difuznim stanicama. Znači, upotrebna vrednost radio-difuznog prijemnika zavisi od mogućnosti prijema određenih radio i televizijskih programa, tj. od mogućnosti prijema jedne druge upotrebne vrednosti. Prijemnici ne bi imali nikakvu upotrebnu vrednost bez ove druge vrednosti, jer je ekonomska svrha nabavke radio-difuznog prijemnika u spoju ovih dveju upotrebni vrednosti. Elektronska industrija proizvodi aparate čija je upotrebna vrednost u tome što mogu da prime i reprodukuju drugu upotrebnu vrednost koju elektromagnetski talasi nose u etru, odnosno na prostoru koji u isto vreme postaje područje njenog plasiranja radio-difuznih prijemnika.

Kao što se kroz cenu radio- i televizijskog prijemnika plaća upotrebna vrednost tehničke mogućnosti prijema određenih programa, tako se kroz pretplatu plaća i upotrebna vrednost slušanja i gledanja tih programa. Iza izraza „korišćenje prijemnika”, koju upotrebljava zakonodavac, stoji „ekonomska suština korišćenja programa”. Iz tog proizilazi da su cena radio- i televizijskih prijemnika s jedne strane, i pretplata s druge, prometni izrazi određenih konkretnih radova koji su stvorili određene upotrebne vrednosti: prijemnik i program.

Proizvod rada radio-difuznih organizacija je roba¹, a njihova proizvodnja je materijalna proizvodnja² bez obzira kakva joj je spoljašnja priroda - da li je to glas iz radio-prijemnika ili slika sa televizijskog ekrana.

Baš zbog te robne specifičnosti, usklađivanje prometnog izraza konkretnog rada koji stvara radio- i televizijske programe i suprotnosti između apstraktnog i konkretnog rada su složeniji nego kod ostalih roba, ali u osnovi RTV programi nose sve njihove bitne karakteristike.

1.2. Način formiranja pretplate

Obim i struktura radio- i televizijskih programa koncipiraju se prema potencijalnom broju i slojevitosti konzumenata tih programa, nacionalnim, odnosno kulturnim osobenostima, rasporedu slobodnog vremena itd. Prema tome, obim i struktura radio- i televizijskog programa nije neka apstrakcija, već procena potreba korisnika kojima su programi namenjeni i koji te programe putem pretplate „kupuju”.

Po karakteru proizvodnje čiji finalni produkt nije opterećen kroz neki supstancionalni predmet, proizvodnja radio i televizijskog programa slična je proizvodnji električne energije. I proizvođači električne energije (hidroelektrane i termoelektrane) proizvode električnu energiju prema potencijalnim potrebama svojih korisnika (istina, u ovom slučaju potrebe se mogu proceniti na egzaktniji način) i kroz dalekovode šalju ih konzumentima. Međutim, samo one količine električne energije koje merni instrumenti potrošača registruju kao utrošene, naplaćuju se po unapred određenim cenama. Pri utvrđivanju cena električne energije polazi se od toga da sva električna energija koja se proizvodi neće biti utrošena. Ove količine električne energije za proizvođača su u

¹ „Roba je pre svega, spoljašnji predmet, stvar koja svojim svojstvima zadovoljava ljudske potrebe bilo koje vrste. Ništa tu ne menja kakve su prirode ove potrebe, na primer, potiču li iz stomaka ili fantazije”. (K.Marks: *Kapital*, tom I, str. 2., „Kultura”, Beograd).

² „Ta materijalnost, odnosno predmetnost sadržana je i u društvenom (apstraktnom) radu čija se „supstanca” kao iskristalisana grušešina radnog vremena nalazi u proizvodu rada RTB. I upravo ta predmetnost i jeste ono što taj proizvod rada čini robom, tj. što ga može i dovodi u odgovarajuće odnose prema drugim robama”. (M.Sindić: *Društveno priznavanje rada u RTB*, Stručna saopštenja o elementima primene ustavnih amandmana u RTB).

stvari izgubljene. Zbog toga su troškovi „izgubljene” energije uključeni u cenu električne energije koja se stvarno troši.

A proizvođači radio- i televizijskih programa i proizvođači električne energije imaju proizvode koji se ne mogu „lagerovati”, oni su procenjena potencijalna potrošnja; oni ih proizvode, a da ne znaju tačno koja će količina biti stvarno konzumirana i kroz dalekovode, odnosno putem elektromagnetnih talasa (kroz etar), dostavljaju ih svojim korisnicima. I jedni i drugi se priključuju na mrežu; prvi na distribucionu - električnim vodom, a drugi u emisionu mrežu - prijemnom antenom. I jednima i drugima osnovica za izračunavanje cena je ukupna masa troškova koja proizilazi iz ukupne količine proizvedenog programa, odnosno električne energije, uvećane za akumulaciju.

Slanjem radio- i televizijskih programa u etar proces se završava i praktično je nemoguće ustanoviti koja se količina programa stvarno koristi, dok kod električne energije merni instrumenti postavljeni na razna obračunska mesta i priključke potrošnje, tačno evidentiraju koji je korisnik i u kojoj količini utrošio električnu energiju. Kada se ne može utvrditi koji korisnik koliko sluša, odnosno gleda radio- i televizijske programe, ukupna masa troškova tih programa se u jednakom iznosu deli na sve pretplatnike i predstavlja pojedinačnu cenu za korišćenje radio- i televizijskog programa.

U toj pojedinačnoj ceni („mesečnoj naknadi”, „pretplati”) sadržana je cena ukupnog programa koji pretplatnik može da sluša i gleda; on mu stoji na raspolaganju kao potencija koju sam aktivira. Pošto nijedan pretplatnik ne sluša, odnosno ne gleda sve programe, cena koju plaća za ono što gleda i sluša sadrži i naknadu za programe koje ne gleda i ne sluša, kao što i cena električne energije sadrži i naknadu za proizvedenu a neiskorišćenu električnu energiju. Slično je i sa cenama u gradskom saobraćaju. Korisnik plaća uglavnom istu cenu bez obzira koliko stanica koristi vožnju. U tu cenu su ukalkulisani i prazni hodovi, kao i deo ponuđenih i neiskorišćenih kapaciteta.

Da se za određenu cenu dobijaju određene potencijalne mogućnosti korišćenja koje se mogu realizovati u celosti ili delimično, nije samo slučaj kod radio- i televizijske pretplate. Paralela se može povući i sa cenama listova i časopisa.

Za određenu visinu pretplate radio, odnosno televizijska stanica pruža svojim slušaocima i gledaocima spektar raznih programa koje u određeno vreme mogu da prate. Gledaoci i slušaoci, zavisno od afiniteta i slobodnog vremena, prate programe koje odaberu iz te skale mogućnosti.

Za određenu cenu lista kupac dobija potencijalnu mogućnost da pročita sve što je u njemu napisano. Međutim, i u ovom slučaju on bira samo ono što ga interesuje, što znači da se koristi samo delom celine za koju je platio punu cenu. Pri tome je irelevantno što ima masu papira čitavog lista ili časopisa, jer je upotrebna vrednost lista i časopisa u napisanim porukama, a ne u papiru.

Razlika između radija i televizije s jedne, i dnevnih listova i časopisa s druge strane, u tome je što se određeni radio- i televizijski programi mogu koristiti samo u sukcesiji i to u vreme kada su plasirani, a štampa se može koristiti u svakom trenutku. Međutim, to ne menja suštinu stvari.

Razlika je dalje i u tome što kupac kome se ne sviđa sadržaj lista ili časopisa, može da prestane da ga kupuje. Kao što je već rečeno, takva mogućnost postoji i za pretplatnika i on može da odjavi korišćenje radio i televizijskog prijemnika. Međutim, ostaje činjenica da je on, na ovom nivou kupovne moći, opterećen značajnom investicijom koju je učinio kupovinom radio ili televizijskog prijemnika koji za njega nema nikakve druge upotrebne vrednosti osim prijema programa. Prema tome, odustajanje od kupovine listova i časopisa je ekonomski i pravno mnogo jednostavnije.

1.3. Način utvrđivanja visine pretplate

Prema odgovarajućim propisima, odluku o visini pretplate donosi radio-televizijska stanica, a na tu odluku saglasnost daju odgovarajući republički organi. Prema najnovijim propisima o društvenoj kontroli cena i radio i televizijska pretplata uključene su u sistem društvenog dogovaranja o cenama, što je dokaz da pretplata ima isti tretman kao i veliki broj drugih roba i usluga.

Prilikom utvrđivanja visine pretplate polazi se od sledeća četiri osnovna elementa:

- 1) obim i struktura programa (unapred ocenjeni kao društveno potrebni);

- 2) potrebna ulaganja u razvoj;
- 3) stvarni i potencijalni broj radio i televizijskih pretplatnika;
- 4) opšti nivo i tendencije kretanja cena.

Zbog toga radio-difuzna organizacija mora odmeravati cenu korišćenja programa tako da pokrije troškove proizvodnje i obezbedi akumulaciju za razvoj, a da cena u isto vreme bude takva da obezbeđuje potražnju za prijemnicima. To znači da se radio-difuzna organizacija mora boriti da obezbedi programe koji imaju „prođu”, a da su po ceni takvi da ne angažuju sredstva koja pretplatnik, s obzirom na kupovnu moć u datom vremenu, ne može platiti, ali i da ima takvu akumulaciju koja će obezbediti razvoj sistema i uvek ga činiti „neočekivanim”, nečim „što još nije viđeno”, šireći se u pokrivanju prostora i u programu.

Organi društva i elektronska industrija su takođe zainteresovani za razvoj radio-difuzije jer to proširuje tržište elektronske industrije, modernizuje ukupnu potrošnju, a i ceo društveni život. Svi znaju da niska pretplata ne obezbeđuje dobre programe i ekspanziju radio-difuznog sistema i obratno: da visoka pretplata zaustavlja potrošnju za prijemnike, odnosno vodi stagnaciji broja kupaca.

U ovom momentu, od 1,562.000 porodica u Srbiji van pokrajina, 1,088.000 (70%) su pretplatnici radija, a 830.000 (53%) pretplatnici televizije. Nastojanje da sve porodice budu pretplatnici, direktan je ekonomski interes radio-difuzne organizacije. I kada sve porodice budu pretplatničke, ekonomski interes će ostati da svi, kada im se amortizuje prijemnik, obnove ugovor time što će kupiti nov.

Visina pretplate se utvrđuje za duži vremenski period i iskazuje kao prosečna cena po jednom pretplatniku za taj period. Prema tome, kada ona predstavlja prosečnu veličinu, njena realna vrednost u toku perioda za koji je utvrđena oscilira u odnosu na tako utvrđenu prosečnu veličinu. Ali, gledano kroz čitav period za koji je utvrđena, realna vrednost pretplate uglavnom se poklapa sa prosečno utvrđenom veličinom.

Inače, mehanizam verifikacije visine pretplate, a ubuduće društvenog dogovaranja o njenoj visini, uključuje sve relevantne društvene faktore, kao i institucije koje se stvaraju da interesi pretplatnika budu zaštićeni.

U periodu za koji je utvrđena pretplata može doći do oscilacija. Pored onih koje imaju, uslovno rečeno, planski karakter samim tim što utvrđena pretplata predstavlja prosečnu veličinu, deo oscilacija u odnosu na ekvivalentnu vrednost pretplate može doći i u sledećim slučajevima:

- ako je porast broja pretplatnika brži no što je planirano;
- ako se daju manji programi po obimu i programi slabijeg kvaliteta.

Odstupanje od ekvivalentne vrednosti pretplate zbog većeg broja pretplatnika no što je računato, manifestuje se kroz povećaje prihoda. U takvim okolnostima reakcija radio-televizijske stanice može biti dvojaka:

- a) izmena strukture u većoj meri no što je planirano, jer veći auditorijum ima i širi spektar potreba (reakcija intenziteta) ili
- b) povećanje obima programa, ili obima rasprostiranja programa putem emisione mreže (reakcija ekstenziteta).

Odstupanje od realne vrednosti pretplate zbog manjeg obima i maje vrednosti programa manifestuje se smanjenjem troškova. U takvim slučajevima reaguje auditorijum, što se, pored ostalog, ogleda i u odjavljivanju korišćenja prijemnika.

Neosporno je da broj imalaca radio- i televizijskih prijemnika zavisi od standarda i drugih faktora nezavisnih od programa i broja pretplatnika. Ako ih ne posmatramo statički već u dužem nizu godina, možemo zaključiti da postoje korelativni odnosi između kretanja broja pretplatnika i programa, s tim što u izvesnim periodima programi služe kao podsticaj za veću ekspanziju kupovine prijemnika da bi u narednom periodu broj imalaca prijemnika i njihova izmenjena struktura zahtevali veći obim i prestrukturiranje programa.

Mehanizam društvenog uticaja i oblika društvenog upravljanja u radio-televizijskim stanicama je jedan od katalizatora koji deluju u pravcu anuliranja „vanplanskih” oscilacija u odnosu na realnu vrednost pretplate.

Očigledno je da je savremena industrija informacija i zabava - štampa, radio i televizija - u osnovi, kao i svaka druga industrija, podvrgnuta zakonima tržišta direktno (štampa), ili indirektno (radio-difuzija).

2. STICANJE DOHOTKA PREMA NACRTU ZAKONA O UDRUŽENOM RADU

Prema Nacrtu zakona dohodak je veličina koja ostaje kada se iz ukupnog prihoda naknadi vrednost materijalnih sredstava koja su u celini utrošena u procesu reprodukcije - materijalni troškovi, i obezbedi reprodukcija stalnih sredstava za proizvodnju i drugih sredstava rada - troškovi amortizacije. Prema tome osnov za sticanje dohotka je ukupan prihod koji ostvari osnovna organizacija, a karakter ostvarivanja ukupnog prihoda opredeljuje karakter dohotka.

Nacrt zakona utvrđuje četiri osnove vida za ostvarivanje ukupnog prihoda:

- prodajom proizvoda i usluga na domaćem i inostranom tržištu, odnosno u okviru organizacije udruženog rada;
- slobodnom razmenom rada;
- učešćem u zajednički ostvarenom dohotku po osnovu udruživanja rada i sredstava;
- primanjem na ime kompenzacije, regresa, premije, dotacije i po drugim osnovima utvrđenim zakonom ili samoupravnim sporazumom, odnosno ugovorom u skladu sa zakonom.

Smatramo da su za temu o kojoj govorimo relevantna prva dva vida ostvarivanja ukupnog prihoda, pa ćemo samo na njima i zadržati našu pažnju.

2.1. *Sticanje dohotka kroz ostvarivanje ukupnog prihoda prodajom proizvoda i usluga*

Ukupan prihod koji se ostvari prodajom proizvoda i usluga jeste, prema Nacrtu zakona, prilično homogena kategorija. Na ovaj način ostvaruju ukupan prihod osnovne organizacije u kojima se vrednovanje rada vrši isključivo posredstvom tržišta i koje stvaraju novu vrednost. Prema tome, ovu kategoriju određuju isključivo ekonomski kriterijumi.

Nacrt zakona predviđa dve varijante ostvarivanja ukupnog prihoda prodajom proizvoda i usluga:

- u osnovnoj organizaciji koja neposredno stavlja u promet svoje proizvode i usluge, i

● u osnovnoj organizaciji koja proizvodi i usluge prodaje drugoj osnovnoj organizaciji u okviru složene organizacije udruženog rada.

U osnovnoj organizaciji koja neposredno stavlja u promet svoje proizvode i usluge, radnici stiču dohodak iz ukupnog prihoda koji osnovna organizacija ostvari prodajom tih proizvoda i usluga po cenama ostvarenim na tržištu.

U okviru radne organizacije ili složene organizacije udruženog rada postoje osnovne organizacije koje svoje proizvode i usluge prodaju drugim osnovnim organizacijama koje ih koriste kao proizvode, odnosno usluge proizvodne ili finalne potrošnje (interna realizacija). U osnovnim organizacijama koje svoje proizvode i usluge prodaju drugim osnovnim organizacijama radnici stiču dohodak prodajom tih proizvoda i usluga po zajednički, sporazumno utvrđenim internim cenama.

2.2. Sticanje dohotka kroz ostvarivanje ukupnog prihoda slobodnom razmenom rada

Slobodna razmena rada kao vid ostvarivanja ukupnog prihoda, pa prema tome i sticanja dohotka predviđena je za:

- osnovne orgaizacije koje obavljaju delatnost u oblasti obrazovanja, nauke, kulture, zdravstva i socijalne zaštite kao i druge društvene delatnosti;
- osnovne organizacije u drugim delatnostima u kojima delovanje zakona tržišta ne može biti jedini osnov usklađivanja rada i potreba niti vrednovanja rezultata rada, i
- osnovne organizacije komunalnih delatnosti, energetike, vodoprivrede, saobraćaja i drugih delatnosti materijalne proizvodnje, ako se u njihovim samoupravnim interesnim zajednicama međusobni odnosi uređuju na načelima slobodne ramene rada.

Iz ovoga proizlazi da je kategorija sticanja ukupnog prihoda slobodnom razmenom rada vrlo heterogena i da nju ne opredeljuju samo ekonomski kriterijumi. Naime, mada pojam društvene delatnosti nije precizno definisan on je u većoj meri formalno pravna nego ekonomska kategorija.

Rešenja koja je dao Nacrt zakona za ostvarivanje ukupnog prihoda i sticanje dohotka slobodnom razmenom rada nominalno su data samo za društvene delatnosti, a suštinski

nisu adekvatna ni za sve društvene delatnosti zbog širokog dijapazona različitosti njihovog ekonomskog karaktera. Rešenja koja je dao Nacrt zakona svode se na sledeće:

1. Radnici u osnovnoj organizaciji koja obavlja jednu od društvenih delatnosti stižu dohodak iz ukupnog prihoda koji ostvare slobodnom razmenom rada, neposredno ili preko, odnosno u okviru samoupravne interesne zajednice, iz dohotka drugih osnovnih organizacija, prema doprinosu koji su svojim radom dali u stvaranju nove vrednosti u materijalnoj proizvodnji, povećanju proizvodnosti ukupnog društvenog rada i razvoju društva u celini.

2. Radnici u osnovnoj organizaciji koja obavlja jednu od društvenih delatnosti mogu ostvarivati ukupan prihod slobodnom razmenom rada, neposredno ili preko, odnosno u okviru mesne zajednice ili samoupravne interesne zajednice, i iz ličnog dohotka radnika ili dohotka, odnosno prihoda drugih radnih ljudi, prema doprinosu koji su svojim radom dali zadovoljavanju ličnih i zajedničkih potreba i interesa tih radnih ljudi.

3. Način na koji radnici u osnovnoj organizaciji koja obavlja društvenu delatnost ostvaruju ukupan prihod kroz slobodnu razmenu rada je „naknada za obavljanje delatnosti odnosno izvršene usluge (cena usluge) ili po drugim osnovima u skladu sa samoupravnim sporazumom”.

Po osnovu slobodne razmene rada ostvaruju ukupan prihod i stižu dohodak i radnici u svim radnim zajednicama.

3. DOHODAK U RADIO-DIFUZNIM ORGANIZACIJAMA

Na početku smo napomenuli da se specifičnost radio-difuzije kao delatnosti ispoljava i kroz određene specifičnosti dohotka koji se u njoj stvara. Istovremeno smo i postavili pitanje da li rešenja data u Nacrtu zakona o udruženom radu respektuju ove specifičnosti.

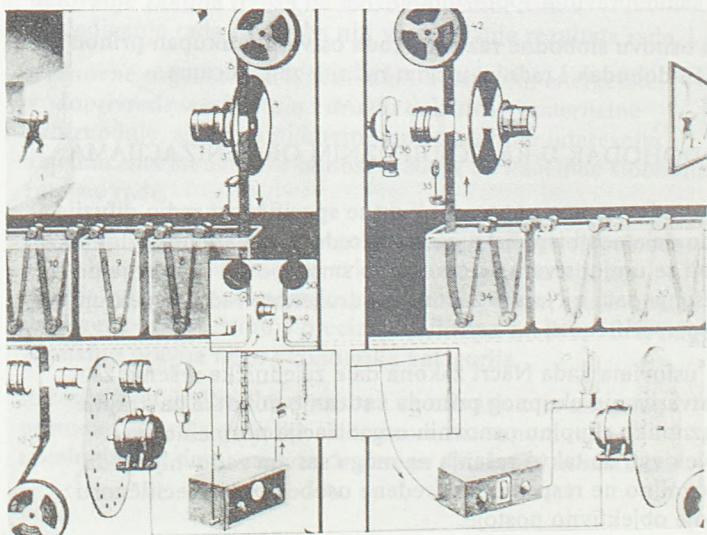
U uslovima kada Nacrt zakona daje zajednička rešenja za ostvarivanje ukupnog prihoda i sticanje dohotka za krajnje raznoliku skupinu osnovnih organizacija normalno je očekivati da takva rešenja ne mogu sasvim zadovoljiti i da dovoljno ne respektuju određene osobenosti i specifičnosti koje objektivno postoje.

Pošto predstavljaju društvenu delatnost, radio-difuzne organizacije ostvaruju ukupan prihod i stižu dohodak kroz slobodnu razmenu rada. Međutim, sve ono što smo ranije govorili o ekonomskom karakteru delatnosti i karakteru ukupnog prihoda i dohotka radio-difuznih organizacija upućuje na zaključak da je njihov ukupan prihod u stvari prelazna forma između prodaje proizvoda i usluga i slobodne razmene rada sa više elemenata prodaje proizvoda i usluga. Prema tome, odgovor koji smo na početku postavili bio bi negativan.

Na kraju želimo da istaknemo da je u javnoj diskusiji o Nacrtu zakona zapaženo da slobodna razmena rada kao društveno-ekonomska kategorija nije u celini sagledana i razrađena. Isto tako je zapaženo da ponuđena rešenja za ostvarivanje ukupnog prihoda i sticanje dohotka kroz slobodnu razmenu rada nisu dovoljna i kompleksna jer se teško mogu primeniti na sve osnovne organizacije koje stižu dohodak na ovaj način.

Pošto ima dosta primedbi koje govore o problematici koju smo i mi ovde obradili, treba očekivati da će se u Predlogu zakona i u konačnom tekstu naći adekvatnija i celovitija rešenja.

Sl. 19 - Shema prenosa tv-slike pomoću filma, iz 1935. godine



Miroslav Čepinčić

TRAKTAT O TELEVIZIJU

Rezultati, propusti, mogućnosti i prevazilaženja

Ma koliko da zbunjuje i, možda, pomalo zamara pominjanje i čak postavljanje teza oko kojih se još uvek krećemo u lakoj nedoumici, kao pred putokazima za koje sumnjamo da su možda krivo postavljeni te nas neće odvesti do željenog cilja, moramo se na njih podsetiti, koliko radi prijatnosti sećanja na početke bavljenja jednom, tada atraktivnom tehničkom i tehnološkom zagonetkom, tako i zbog potrebe da sećanje ne iščezne nepomenuto u vremenu, koje nam, evo, opet nameće svoj tok sa upornom, matematičkom tačnošću. Međutim, ovakva podsećanja mogu dati i neočekivane plodove koji će možda još sutra značiti nezamenljivu kariku u razvoju medijuma o kome govorimo. Ovo može da se razume i kao jedan od načina i kao teoretski postulat za razvitak i nadgradnju naše televizijske prakse i da se prihvati bez bojazni od bilo kakvog subjektivnog predimenzioniranja sentimentalnih uspomena i zastarelih utisaka. Konačno nije li u ovakvim i od ovakvih momenata i stvarana ona empirijska postavljenost neophodna za bilo kakvu dalju praktičnu i teoretsku aktivnost! Ne zaboravljajući početke, mi sledimo jedan razvojni tok upravo pomoću ovakvih sećanja koja nam obezbeđuju potrebnu distancu da bismo uopšte mogli shvatiti i fiksirati jednu od najvećih ekspanzija vizuelnoga koja se događa baš u ovo naše vreme.

A ta nesigurna sećanja i prvi utisci mogu se sumirati (ukoliko ovaj termin spada, a dosad sve govori da je tako, u prirodu samog medijuma), u jednu žižu, u nezabrinutost i optimističku zbunjenost pa i oduševljenje pred sredstvom koje nam je tada izgledalo i komplikovano i jednostavno, i poznato i nepoznato, na momente nesavladivo a na momente (tada još uvek retke) ukroćeno i podatljivo. Verujem da su se svi koji su se bilo kojim povodom i u bilo kakvoj funkciji susreli sa ovim medijumom u to vreme, imali iste ovakve utiske koji se kreću u najneverovatnijim oscilacijama i kontroverzijama.

Predstavljena danas kao vid našeg iskustva, ta nekadašnja iskušenja a ponekad i zablude, imaju prilično velik značaj za naše današnje poznavanje televizijskog medijuma.

Možda bez objektivnog traga u onome što se kasnije dešavalo, naša su iskustva ipak pokazala da su ova lutanja donela niz dragocenih rezultata. Kao i svuda u poslu sličnom ovom našem i ovde je delovala jedna neiskazana, nenapisana, pa ipak vrlo prisutna dijalektika, koja se manifestovala u dijapazonu od manipulisanja jednim tehničkim sredstvom do prelaska na korišćenje već oformljenog medijuma.

Ako bez naročite skepse zaključujemo sa ove vremenske udaljenosti, ti počeci, uključujući i sve one komplementarne napore na tehničkom, tehnološkom i kreativnom planu, deluju danas kao avantura koja je u sebi sadržavala određeni smisao, a taj smisao je sa našom klasičnom predstavom avanture upravo nespojiv, čak paradoksalan. Iako je svako kretanje ka nepoznatoj, no kako već rekosmo privlačnoj i opčinjavajućoj enigmati, pre svega avantura, ovoga puta ona je bila obremenjena i određenim ciljevima koji su vrlo jasno najavljivali genezu novog medijuma. I ovo prerastanje iz tehničko-tehnološke novine ka sredstvu za vizuelnu komunikaciju pa do medijuma, koji se već danas sastoji od ogromnog broja funkcija, čiji uticaj nije uvek predvidljiv, postalo je svojevrsni takozvani „bum“ kulturološke renesanse današnjice. Mnoga od ranijih predviđanja i nadanja počinju da se ostvaruju u zastrašujućim razmerama sa kojima medijum dostiže vid univerzalnosti koja će se ubrzo obogatiti i mitskim dimenzijama. Neslućene mogućnosti koje sadrži veliki su izazov za svaki stvaralački i analitički pokušaj. To je izazov sa kojim se i mi danas nosimo, delimo megdan sa njim ali ne da bismo ga porazili već da bismo ga pridobili, na neki način unapred upućeni na njegovu štedrost. Sve ove vrline medijuma duguju mnogo njegovoj univerzalnosti, pri čemu je njegova univerzalna priroda upravo ono što nam je nekada izgledalo (a možda se nekome i danas tako čini) kao efemernost. Taj skoro nenarušeni identitet sa vremenskim tokom, sa dešavanjem čiji televizijski refleksi, bez obzira na njegovu prirodu, deluju kao neophodnost, ne možemo sa bilo kog aspekta nazvati efemernim.

Ovaj utisak efemernosti televizijskog medijuma i njegove produkcije još uvek je diskretno prisutan u nekim argumentima čija zlonamernost u odnosu na sam televizijski

posao mislimo da već postaje beskorisna, čak groteskna. Nužni ali ne i uvek spasonosni skepticizam, sa kojim je potencijalni autor primao, pre otprilike dve decenije, ovu mašinu za proizvodnju slika, usavršeniju od bilo koje do tada, danas nam već izgleda nepotreban, no ne i smešan. Tada ova avantura sa svojevrsno skrojenom opreznošću, prirodno podstaknuta tehnološkim lavirintom u koji je naš autor svesno ulazio sve dublje, odjednom postaje specifični kreativni čin. I da li danas, posle dve decenije lutanja tim lavirintom, možemo biti iskreni da sa optimizmom, iza koga stoje ozbiljnost i sigurnost proteklih godina, donesemo bez bojazni, možda preuranjen zaključak, da je enigma lavirinta rešena, da je taj moderni Minotaur pretvoren u krotko biće koje poslušno sledi naše zahteve! Nismo li bili neposredni svedoci te evolutivne faze izdvajanja jednog medijuma iz njegovog tehnicističkog jezgra i tehnološke ekskluzivnosti! Konačno, pred čime u medijumu koji koristimo stojimo danas? Ovo naravno ne bi trebalo da bude pitanje upućeno empiriji, već više trenutak zamišljenosti nad futurološkom koncepcijom medijuma, pre svega u odnosu na njegovu sadašnju i, razume se, buduću humanističku funkciju.

U ovoj situaciji, već na počecima naslućeni entitet medijuma, slika, imala je one kvalitete da televiziji obezbedi, inače toliko očekivan od drugih medijuma, atribut univerzalnosti. Slika je, kao što je već poznato, možda jedinstven komunikacijski fenomen čija univerzalnost, bar dosada nije došla u pitanje. Reč, jezik, bezuspešno nastojeći da se približe nivou koji bi pružao nade za jednu moguću univerzalnu jezičku situaciju, potisnut je sa svojih vekovnih pozicija. Svi, pre svega lingvistički, filozofski i konačno humanistički naponi da se ostvari ovaj cilj, ostali su, čini se, bez rezultata. Civilizacija slike, a to je upravo naša današnja civilizacija, produkt je jednog visokog tehničkog i tehnološkog razvoja. Upravo zbog toga pomalo je paradoksalno traženje i ostvarenje one suštinske humanističke funkcije medijuma. Ta paradoksalnost pojavljuje se i danas, sa jednom sada već sociološkom rezonancom. Ovo bi se moglo formulisati istovremeno kao pitanje i kao problem: da li suštinska humanistička funkcija i postavljenost televizijskog medijuma preti, u praktičnom svakodnevnom konsumiranju, da se izrodi u svoju suprotnost, u vid dehumanizirajuće aktivnosti? Tiranija slike, izvesna hipertrofija ikonografskog i uopšte likovnog u svakodnevnom životu, nesumnjivo nam daje povod za razmišljanje i o ovoj

nepredviđenoj i u počecima medijuma neočekivanoj temi. Svako da zbog ugroženosti svoje humanističke funkcije, televizija je ipak spremna da kontroliše medijum u okvirima nekad postavljenih kriterijuma. Ovde bismo umesto nedovoljnog objašnjenja ili slučajnog zaključka mogli ponoviti malopre izrečenu hipotezu o identitetu vremenskog razvoja i razvoja medijuma koji je predmet našeg interesovanja. Van svake sumnje je da u ovom slučaju postoji jedna, usudili bismo se nazvati je ontološka komplementarnost. Radi se o određenom dopunjavanju i prosleđivanju fenomena koji se događaju u vremenu a koji su neophodan uslov postojanja samog medijuma. Oni su, tačnije, njegova nasušna potreba, njegova hrana, njegov život, jednom rečju njegova suština. U ovakvoj situaciji, skoro smo spremni da zanemarimo tehničko-tehnološki moment, ali on ipak ostaje prisutan iako na neki način manje zapažen. Stvarnosni fenomeni (a njih je zaista mnogo i beskorisno je da ih nabrajamo) nalaze svoju specifičnu refleksiju u televizijskom medijumu, bar je takva pretpostavka moguća. No, a to nam izgleda najvažnije i svakako u nekoliko dotiče suštinu medijuma, stvarnosni fenomeni u njemu doživljavaju i postižu izvesnu ekspresivnu transformaciju. To nije ništa drugo već jedna od mogućih skrivenih suština predstavljenog fenomena. Televizijski medijum ne samo što na taj način interpretira stvarnost, već dosledno ranije spomenutom identitetu, postaje i njen integralni deo. I evo nas kod još jedne mogućnosti da se zapitamo da li ovako jednostavno, pomoću jednog spekulativnog šematizma možemo otkriti suštinu medijuma, čiji nam tehničko-tehnološki mehanizmi izgledaju danas toliko poznati i istraženi, da smo posle dve decenije počeli skoro nezainteresovano da ih potcenjujemo.

Međutim, televizija je od svoje čisto tehničko-komunikacijske funkcije pa do medijuma izrasla tako što je pokušala da nam predstavi i na taj način približi stvarnost, ne fabrikovanu, ne nameštenu ili izmenjenu, već novootkrivenu stvarnost, ili neke od njenih aspekata koji nam do pojave TV medijuma nisu bili poznati. Tako smo mi još uvek u toku istraživanja specifičnosti TV medijuma, ali i u epohi jedne od njegovih prvih ozbiljnih kriza. Normalno, televizijskim poslenicima se nameće problem njenog prevazilaženja; zadatak koji svakako neće biti jednostavno ispunjen praktičnom akcijom već i teoretskim sondiranjem ove krizne problematike.

Humanistička i društvena funkcija TV medijuma u našim uslovima donosi i svoje specifičnosti; funkcionalnost medijuma ne može postojati izvan njegove ideološke uloge. Kao sredstvo za javno komuniciranje TV medijum pripada društvu, našem radnom čoveku. Ovo je svakako njegov najzahtevniji i prvenstveni zadatak i cilj. Njegov uticaj na ljude, na njihovo ideološko opredeljenje, jednom rečju na njihovu klasnu svest, čini se još uvek nije dovoljno ispitan. Kulturna i ideološka misija u izgrađivanju i učvršćivanju socijalističke ideje i njenog ostvarivanja, i permanentna prisutnost marksističke misli u korišćenju TV medijuma, javljaju se kao vrlo određeni zadaci pred televizijskim radnicima.

Ovde se susrećemo i sa imperativom koji se nalaže i na teoretskom planu a to je klasna determinisanost televizijskog medijuma. Po svojoj prirodi demokratičan ali ujedno sa izvesnom intimističkom tendencijom koja bivstvuje u njegovom psihološkom delovanju na gledaoca, TV medijum u svom estetsko-idejnom smeru treba da bude jedinstveno orijentisan. Svakako da ova dužnost ostaje jedna od najaktuelnijih i u sferi njene stvaralačke realizacije. Manifestovanje delovanja TV medijuma naročito je očigledno po njegovom prolasku kroz mitski obojenu atmosferu svakodnevnog, kao kroz sopstveno čistilište, atmosferu koju ovaj medijum lako može izazvati. Poznati su nam brojni strani a i neki domaći primeri ovog fenomena te ih ovde nećemo izdvajati. Razjedinjavanje svojih humanističkih principa medijum duguje u ovoj inklinaciji ka mitu, koja predstavlja skrivenu opasnost po sam medijum. Odatle potrebe potrošačkog društva (a potreba za mitovima je jedna od njegovih karakteristika), ne razvijaju medijum, već, nasuprot tome, koče njegov razvoj. Kroz stvaranje što čvršće veze između samog medijuma i istinskih idejno-estetskih potreba našeg radnog čoveka, kroz iskren stvaralački zamah ka obogaćivanju njegovih pogleda, proširivanju njegovog kulturnog prostora, ukratko ka njegovom humanizovanju, mi činimo pokušaj da ponovo uspostavimo, rekli bismo klasične, humanističke pozicije TV medijuma. Prilog tom naporu je i ovaj mali traktat o televiziji, tačnije o njenom sadašnjem trenutku.

Petar Ivić

PIONIRI TELEVIZIJE

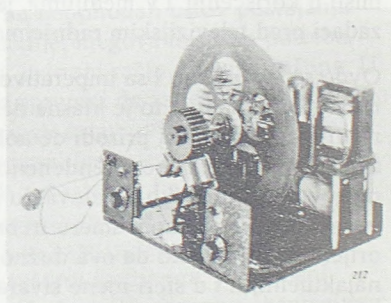
O pojmu i nastanku televizije bilo je reči u drugom broju našeg časopisa pod naslovom *Rađanje televizije*. Sama reč *televizija* potekla je još 1900. godine u Parizu, a zvanično je uvrštena u naučnu terminologiju devet godina, kasnije za vreme eksperimenata francuskih fizičara Furnijea (Fournier) i Rinjua.

Naša javnost se prvi put sa ovim pojmom upoznala vrlo rano iz naslovne strane *Politike* od 27. januara 1911. (sl.1), kada su se u svetu tek nazirali prvi eksperimenti sa prenosom slike na daljinu elektronskim putem. Međutim, prošlost televizije kod nas je malo poznata i do skoro je bila neispitana.

Najraniji podaci o televiziji uopšte, datiraju još od eksperimenata nenadmašnog genija Nikole Tesle, oca svetskih radio-telekomunikacija. Dok su se mnogi naučnici sveta trudili da statičnu sliku (fotografiju, crtež, skicu) prenesu na daljinu mehaničkim sredstvima, Tesla je još 1900. godine objavio jedan svoj pronalazak koji će kasnije poslužiti mnogim elektroničarima da usavrše aparate za prenos slike.

„Ako snop koncentrisanih zrakova iz oscilatora vrlo visoke učestanosti izbacimo u deliću sekunde, pa ga posle reflektovanja (od izvesnog predmeta, bez obzira na njegovu daljinu) učinimo vidljivim na fluorescentnom zastoru, možemo utvrditi (*videti*) gde se taj predmet nalazi...” Ove Tesline reči bile su putokaz istraživačima na polju tehnike vizuelnih radio-telekomunikacija, a njegovo delo temelj te oblasti, iz koga je nastao i radar, a kasnije i tzv. laserska televizija.

A ko su prvi televizijski eksperimentatori u našoj zemlji? Nalazimo ih vrlo rano i u isto vreme



Sl. 1 - Dž. L. Berd (levo) u prvom tv studiju, Sl. 2 - Na mehaničkoj televiziji radio je Anton Kodell, Sl. 3 - Inž. Josip Slišković, prvi čovek sa malog ekrana 1936. god.

ЈУГОСЛОВЕНСКИ РАДИО ЧАСОПИС ТЕСЛА

Месечни стручно-популарни алманах за радио и другу примену
Технике 1933.

Год. III НОВИ САД Број 23

Уредник: **Др. Јосип Слишковић**
 Помоћник: **К. Довишић**
 Издавач: **Др. Јосип Слишковић**
 Издавачко предузеће: **Др. Јосип Слишковић**

САДРЖАЈ:

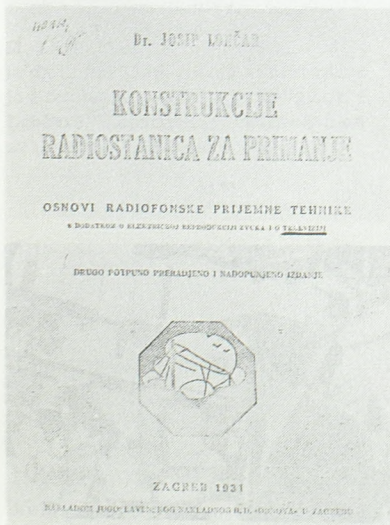
Часопис: 1. Радио изложба. 2. Мали трајнији сунци. 3. Израда вредног трансформатора. 4. Изградња са теоријом изградње. 5. Различита лабораторија. 6. Изградња сунца. 7. Услови радио-апаратуре. 8. Техничка питања. 9. Радио-клубови. Библиографија. Практична радио-техника.

Аз. Орбис — Звук

Радио изложба на I међународном Београдском сајму

Радио изложба на I Београдском сајму извршила је велику централну павилјона сајмшта. Осим тога (јероватно због недостатка места), поједини излагачи расејани су и по осталим павилјонима, а београдски сајмшта изградио је свој посебан изложбени павилјон. По изложби изложеног материјала, радио изложба је била доста богата. Било је изложено око стотину различитих примерака. У већини и са први поглед, сва ова личе један на другог. Укусних су делаца и форма.

Облик апарата у великој је већини остао исти. Већина делова између велике пали-скале крај свичника. Ређе је свика испод пали-скале звучника. Пала у ова појединачна „апаратурна“ чиница.



Sl. 4 - Prva strana časopisa u kojem je objavljen "TV dnevnik" Josipa Sliškovića 1936. god.

Sl. 5 - Prva strčna knjiga u kojoj se govorilo o televiziji (naslovna strana)

kada se i u svetu uveliko vodi borba za prenos žive slike na daljinu. Nije prošla ni puna godina dana od kad je u Londonu 25. aprila 1925. Škotlanđanin Džon Lodži Berd prvi u svetu preneo živu sliku (sl.2), a mi smo već imali svog prvog televizijskog

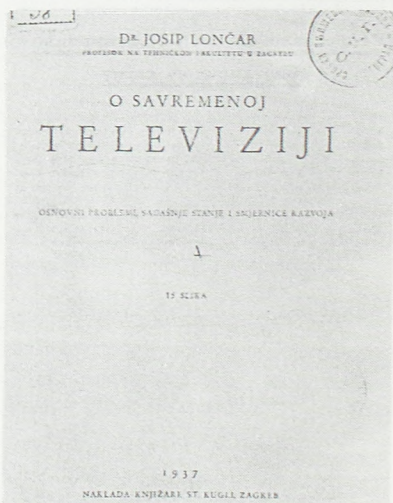
eksperimentatora. Ljubljanačanin Anton Kodeli posle desetogodišnjeg upornog istraživanja, 1926. godine vršio je uspešne televizijske eksperimente.

Tako je Kodeli postao pionir televizijske slike kod nas, a ipak se o njemu vrlo malo zna. Njegova biografija ostala nam je i do danas nepoznata (sl.2). Svoje patente objavio je u drugim zemljama, a radio je sa tehničarom Francom Barom.

Pre Kodelijevih eksperimenata bilo je samo reči o televiziji kroz tadašnju našu stručnu literaturu. Jedan od prvih prikaza doneo je časopis *Telegraf i telefon* u čestom broju, decembra 1924. na strani 68. pod naslovom *Televizija i foto-televigrafija (telefonija)*.

Trinaestog i četrnaestog jula 1929. godine prve slike bežičnim putem primio je iz Beča u Beogradu jedan tehničar Radio-Beograda pomoću aparata „Fultograf“. To je bio početak radio-foto-televigrafije. A ko je nastavio sa živom slikom, televizijom? Veliko ime evropske radio-tehnike i pionir austrijske televizije, naš zemljak inženjer Josip Sliško, koji je svoje prve TV eksperimente počeo 1929. u Beču. Sledeće, 1930. godine konstruisao je televizijski otpremnik koji se i danas čuva u Tehničkom muzeju grada Beča. Josip Sliško je rođen 8. decembra 1902 (sl.3) u Busovači kod Travnika. Gimnaziju je završio u Mostaru odakle je otišao u Austriju gde i danas živi. Zaslužan je za razvoj evropske, a najviše za razvoj austrijske televizije. Njegov najznačajniji naučni poduhvat je konstruisanje elektronskih aparata koji bi omogućili „gledanje zatvorenih očiju“, tj. oslobađanje slepih od večne tame pomoću „elektronskog oka“, na čemu i danas radi kao i mnogi naučnici sveta iz oblasti elektronske optike.

Inženjer Josip Slišćović je prvi Jugosloven koji se pojavio na televizijskom ekranu, na video-telefonskom prenosu iz Lajpciga u Berlin, marta 1936. godine. U svom *Televizijskom dnevniku* koji je vodio tih dana on kaže: „Bio sam vrlo uzbuđen dok sam vodio televizijski razgovor sa svojim kolegom koji je u isto vreme bio u Berlinu” - počinje priču inž. Slišćović, opisujući u detalje prvu televizijsku vezu na daljinu od 180 km, uspostavljenu istovremeno na obe strane. - „Najednom, ekranom su preletele potpuno nejasne senke a odmah zatim prepoznao sam lice svog kolege. Verujte mi da mi je u tom času stao dah i da nisam znao šta da kažem. Nakon pozdrava prošlo je više od pola minuta dok sam se oslobodio neke čudne stege i neobičnog duševnog uzbuđenja. Zamislite, vi čujete glas prijatelja, poznajete ga po glasu, a *istovremeno ga i vidite*. Uskliknuo sam: „Zar je to moguće!?” i bio sam zaista srećan tih nekoliko trenutaka kao dete kada ga neko iznenadi lepom i dugoočekivanom igračkom. Čim sam se sabrao počeo sam sa kolegom da ispitujem kvalitet i oštrinu slike. Uzeo sam svoj mali ručni sat i pokazao ga upitavši: „Šta vidite sada?” Odgovor je stigao odmah: „To je vaš mali ručni sat!” Na pitanje šta može da razabere na brojačniku, rekao je da položaj kazaljke može potpuno da odredi, a da brojke ne može da pročita jer su suviše male... Odmah zatim moj prijatelj je primetio da nisam obrijan što sam učinivši pokret rukom preko lica, morao da priznam. A moralo je i biti, od silnog iščekivanja takvog događaja zaboravio sam na brijanje tog jutra... Nemoguće je opisati utisak koji su na mene učinile ove primedbe jer su se tu zbivali vrlo neobični događaji, kad mislimo da nas niko ne vidi, odjedanput saznajemo da nas i te kako dobro posmatraju, pa čak i kritikuju! Dalje sam utvrdio da je osvetljenje tako dobro postavljeno da je sasvim moguće videti i levi i desni profil kao i čitavo lice sa svim detaljima. I da je bez gubitka oštine slike moguće odmiciati i primicati glavu na određeno odstojanje



Sl. 6 - Dr Josip Lončar, prve tv eksperimente izveo je 1929. god.

Sl. 8 - Naslovna strana naše prve knjige o televiziji

Sl. 10 - Tv kamere prvi put na Olim - pijadi 1936. god.

RADIO
BEOGRAD

ILUSTRIRANI
DJELOVI
ZARADIONIKU

20
1936

ТЕЛЕВИЗИЈА 1936

U ovom broju časopisa Radioizlaski, koji izlazi jednom tjedno, objavljuje se prvi broj časopisa "Televizija 1936". Časopis je posvećen pitanjima koja su u vezi s televizijom, a posebno s njenom primjenom u obrazovanju i kulturi. U ovom broju objavljuje se članak dr. J. Lončara o konstrukciji radio-stanica za primanje, kao i drugi članci koji se bave raznim aspektima televizije. Časopis je namenjen široj publici, a posebno onima koji su zainteresovani za razvoj televizije u našoj zemlji.

od aparata za TV snimanje... Uveren sam da će ovaj uređaj skoro biti predat i na javnu upotrebu, na opšte dobro i sreću celog čovečanstva. Televizija mora postati opšte dobro!" (sl.4).

Prvi stručni prikaz o televiziji dao je profesor Elektrotehničkog fakulteta dr Josip Lončar (sl.5) u delu *Konstrukcija radio-stanica za primanje* (sl.6), glava XVII, drugo izdanje iz 1931. godine (sl.7). Tako smo dobili prvog značajnijeg teoretičara televizije. U njegovoj drugoj knjizi *O savremenoj televiziji*, Zagreb, 1937, nailazimo ne samo na tehničke opise televizije, nego i na njene sociološke, naučne i druge aspekte (sl.8).

Posle ovih događaja nema podataka o bilo kakvim istraživanjima sve do 1936. koju su u Evropi nazivali „Godinom televizije“ (sl.9). Te godine je izvršen prvi televizijski prenos sa Olimpijskih igara u Berlinu, (sl.10). Nešto posle toga BBC u Engleskoj uveo je redovni televizijski program (sl.11). Na radio-izložbama u Beogradu i Zagrebu od 1934-1936. godine strane firme su izlagale katodne cevi, foto-čelije, fonoskope i druge „čudne“ naprave koje su označavale da se u svetu zaista nešto uveliko sprema na polju elektronskog prenosa slike (sl.

Sl. 9 - Prvi naš stručni časopis počeo je da izlazi 1929. godine a informisao je i o televiziji. Sl. 7 - Iz knjige dr. J. Lončara: "Konstrukcije radio-stanica za primanje" 1931 god.

Poglavlje XVII.

O TELEVIZIJI

Problem električkoga gledanja dalekih scena i kina na daljinu. Poteškoće i osnovni principi televizije. Opis jednostavne sheme televizije. Problemi i mogućnosti televizije.

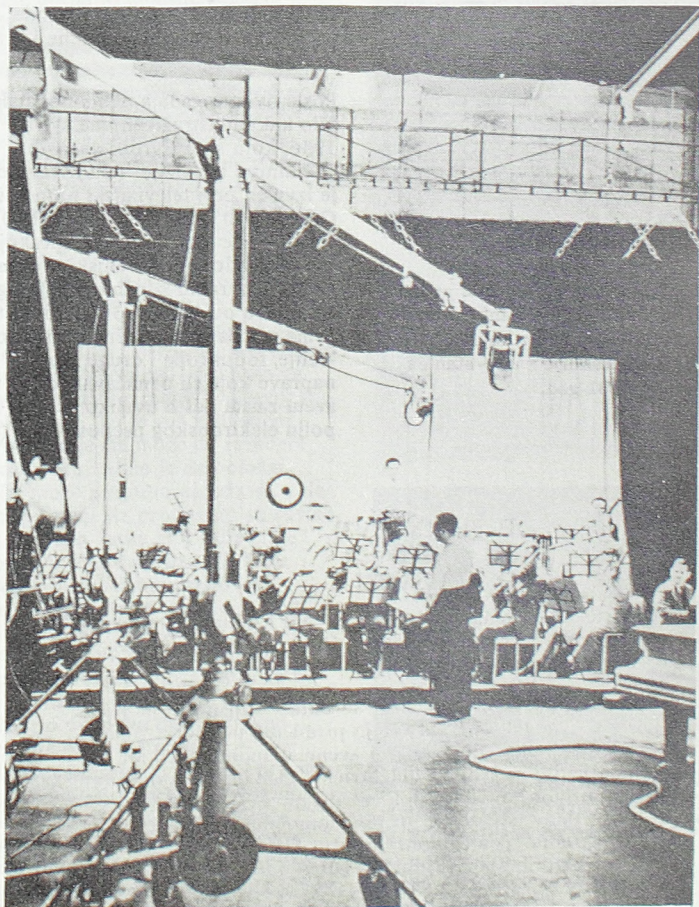
172. Dva su tipa problema, koji se danas supsumiraju pod zajednički širi pojam televizije. Prvi je problem: učiniti električkim prenosom vidljivim događaje i scene u momentu, kad se zbivaju na udaljenim mestima (električko gledanje na daljinu ili televizija u užemu snimku), dok se drugi, nešto malo lakše rješivi problem daće stilizirati ovako: omogućiti, da se neki film, igran u jednom centralnom mestu (stanici za davanje) može gledati prikladnim aparatima u istom momentu i u dru-

12-20). Ujesen 1936. godine na Zagrebačkom sajmu relativno dobro je radila „Filipsova“ primopredajna televizijska stanica.

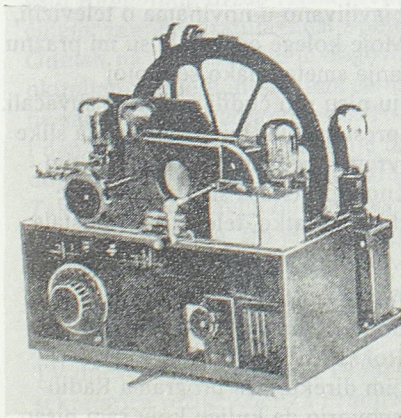
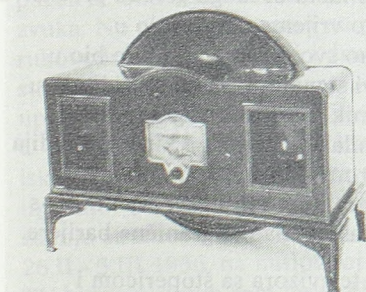
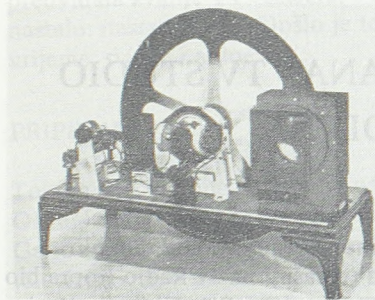
Jedno pionirsko ime iz tog vremena ostalo je nepoznato. Na četvrtoj radio-izložbi u Beogradu od 4-13. oktobra 1936. u umetničkom paviljonu „Cvijeta Zuzorić“ na Kalemegdanu bio je izložen „model televizijskog aparata“ koji je konstruisao jedan član našeg Radio-kluba; „davač i primač sa Nipkovim točkom od gramofonske

ploče i glim-lampom“ - kako se tada govorilo. Ko je konstruktor tog prvog TV aparata u Beogradu ni do danas nismo uspjeli da saznamo. Njegova naprava nije ništa originalno, ali je značajna jer je prvi pokušaj u Beogradu da se „nešto radi“ na polju televizije, tom velikom čudu koje je dolazilo.

Godine 1938. desio se jedan od najznačajnijih događaja kod nas u oblasti televizije. Na drugom sajmu u Beogradu (danas lokacija Starog



sl.11 - TV studio BBC iz 1936. g.



Sl. 12 - Unutrašnji izgled televizora iz 1928. god. Sl. 13 - Televizor iz 1928. godine (Dž. L. Berd), Sl. 14 - Tv-pri - jemnik iz 1930. godine (unutrašnji izgled mehanizma)

sajmišta) u vremenu od 9-19. septembra 1938. firma „Filips“ napravila je pravi televizijski studio u jednom od izložbenih paviljona. Iz tog studija je vršen prvi televizijski prenos pravog programa, i to dva puta po dva sata - pre i posle podne, svakodnevno u toku trajanja sajma. Članovi dramske grupe Radio-Beograda Marica Popović, Jovan Gec, Blaženka Katalinić, Viktor Starčić, Žarko Cvejić i drugi bili su naše prve „televizijske zvezde“, kako ih je tadašnja štampa nazivala (sl. 21-23).

Televizijski kamerman je bio jedan visoki Holandanin koga su zvali dugajlija a čije ime nije zabeleženo. On i danas živi u Hagu. Program se mogao pratiti preko televizijskih prijemnika montiranih između paviljona u samom krugu sajmišta. Tako smo dobili i prve televizijske gledaoce. Poslednjeg dana sajma televizija je demonstrirana i na Dedinju.

Ovaj događaj sa prvim televizijskim prenosom kod nas bio je ujedno i prvi takve vrste na Balkanu i na jugoistoku Evrope. Sledeće, 1939. godine slične televizijske demonstracije izvedene su i u Zagrebu, sa glumcima pred velikim brojem gledalaca (sl.24). Tada su se već javili i mnogi TV teoretičari (sl.25).

U to vreme samo četiri zemlje u svetu imale su televizijski program: Engleska od 1936., Sjedinjene Američke Države, Sovjetski Savez i Francuska od 1937. godine. Strahote II svetskog rata sprečile su razvoj i ekspanziju televizije u drugim zemljama pa i kod nas. Reči tvorca svetskih radio-telekomunikacija Nikole Tesle, iz 1925. godine, da će televizija služiti svim ljudima sveta, obistinile su se posle dugo vremena.

Mario Fanelli

OKRUGLA DVORANA - TV STUDIO ZAGREB, 1956. GODINE

Sve je počelo ljeta 1954. godine, u vrijeme kada sam bio novinar i režiser Radio-Kopra (tadašnji naziv Radio-Kopra bio je „Radio slobodne teritorije Trsta - zona B”). Naši tehničari improvizirali su TV prijemnike kako bi mogli gledati prvenstvo svijeta u nogometu koje se u to vrijeme odigravalo u Švicarskoj. RAI je tada emitirao svoj program koji je bio u eksperimentalnoj fazi a njihovi signali mogli su se vidjeti i u Kopru. Postavili su TV prijemnik u hol stare zgrade radija, tako da je ta prostorija poprimila izgled malog kina. Iz studija u Milanu spikerica Mariza Boroni (Marisa Borroni) svaku večer nam je poželjela laku noć. Njen topli glas zajedno je s njenim osmijehom prelazio tadašnje hladne granične barijere.

Svaku sam večer sjedio pored televizora sa štopericom i papirima u ruci. Mjerio sam dužinu emisija, vrste, opisivao kadrove... Sve što je bilo objavljivano u novinama o televiziji, izrezivao sam i sakupljao. Moje kolege ostavljale su mi praznu stolicu i nastojali me što manje smetati, iako se mojoj zainteresiranosti za televiziju nisu niti čudili niti su je shvaćali. U to vrijeme najviše me impresionirala „tajna” prijenosa slike na daljinu, mogućnosti istovremenog gledanja na različitim mjestima, a posebno mogućnost prijenosa slike u prostore izvan zemljine kugle i obratno. Ukratko, televizija je postala moja strast.

Godine 1955, kao gost Radio-Zagreba, režirao sam dramu *Potraga za nestalim* od Sudolija. Tom prilikom urednik Dramske redakcije Duško Roksandić upoznao me je sa Zlatkom Sinobadom, tadanjim direktorom programa Radio-Zagreba, s kojim sam se dogovorio da knjigu koju sam pisao o televiziji predam krajem godine. (Knjigu sam pisao na talijanskom, a početkom 1956. godine preveo ju je Frane Adum i štampana je za internu upotrebu.) Istom prilikom dogovoren je i moj dolazak na Radio-Zagreb krajem godine. U televiziju nitko nije vjerovao, a mene je trebalo nekako zaposliti. Tadašnja sistematizacija radnih mjesta uopće nije

predviđala zvanje TV režisera. Po našem običaju prvo što je nastalo: nastao je vic „Došlo je tele, doći će i vizija!” Za ono vrijeme, svježe i aktuelno...

PRIPREME

Tokom siječnja, ing. Galić i ja održali smo pet predavanja u Okrugloj dvorani a bila su popraćena projekcijama i skicama. Galić se već duže vremena interesirao novotarijom zvanom televizija - tako da su njegova predavanja bila veoma precizna i stručna. Dakle, u toj Okrugloj dvorani pred našim očima počeo se otkrivati čudesan svijet elektronike, svijet slike i zvuka. No nije ostalo samo na predavanjima. Pod rukovodstvom ing. Galića i druga Trsa već je radila grupa stručnjaka. Zahvaljujući svemu tome, život televizije počeo je upravo u Zagrebu i to nekoliko godina prije nego što bi inače. U to vrijeme izlazio je *Jugoslavenski Radio list* koji je isključivo bio namijenjen stvaralaštvu i problemima vezanim uz radio. Od Sinobada dobio sam nalog da uređujem cijelu zadnju stranicu tog lista. Dakle, u devetom broju tog lista, od 26.II - 3.III 1956, na naslovnoj strani prvi puta je izašla slika TV kamere. Zatim sam pisao članke koji su bili objavljivani u listu *Republika*, držao razna predavanja po gradu a sve s istim ciljem: zainteresirati javnost i pojedince za rad na televiziji. Odmah na početku bilo je dogovoreno da oko televizije treba okupljati mlade ljude kojima će televizija postati životni cilj, a ne samo obično radno mjesto. To napominjem zbog toga što se i dan-danas može čuti mišljenje da su, u početku, na televiziju dolazili ljudi koji su propali kao kazališni ili filmski umjetnici. Takvo šta predstavlja običnu besmislicu, jer jednu gotovo naučnu fantastiku, što je u to vrijeme predstavljala televizija, nikako nisu mogli inicirati i pretvoriti u stvarnost umorni i neuspjehom obeshrabreni pojedinci već isključivo mladi ljudi puni entuzijazma, energije i potrebe za novim.

TV dnevnik rada do kraja 1956. godine vodila je tadašnja prva sekretarica režije Zdenka Pranjić.

Godine 1956, 10. siječnja, održan je sastanak koji je vodio Sinobad a prisustvovali su mu: tehnički direktor Radio-Zagreba Vojko Trs, glavni inženjer Galić, ing. Vajs (Weiss) zadužen za TV tehniku i ja zadužen za TV program. Na tom sastanku zaključeno je da se na Sljemenu instalira odašiljač jačine 500 W koji je trebao proraditi 15. svibnja točno na 30.

godišnjicu osnutka Radio-Zagreba. Također je zaključeno da se nabave uređaji potrebni za TV studio. Mi tada nismo raspolagali niti s jednim dinarom namijenjenim Televiziji, tako da uređaje nismo mogli kupiti nego smo ih posudili od francuske firme „Tomson”.

U početku smo nastojali doći do reportažnih kola koja bi ujedno služila kao uređaj za studijska snimanja. „Reportažna kola omogućit će da se putem direktnog prijenosa raznih događaja najbolje istakne originalnost odnosno „ličnost” televizije, specifičnost njenog izraza.”

Jedan od prvih novinskih članaka o našoj Televiziji napisao je novinar Sead Saračević za list *Vjesnik u srijedu*, 15.IV 1956. pod naslovom *Televizija u Zagrebu*. Povodom početka izgradnje TV mreže 15. svibnja S.Saračević piše:

„S tim u vezi vrše se sve pripreme, pa se na Učki gradi i posebna kućica, u kojoj će biti smješten relejni uređaj. U samoj radio-stanici obučava se već jedna grupa stručnjaka i tehničara koja će raditi oko tih uređaja. Formirana je i ekipa, koja razrađuje planove i ispituje mogućnosti za kasnije davanje vlastitog programa. U početku će televizijski releji i antene na Sljemenu biti smješteni na Tomislavovu domu. U planu je i izrada posebnog radio i TV tornja na samom vrhu Sljemena, na Piramidi. Na godišnjem Proljetnom velesajmu posebnu pažnju posjetilaca privukao je prototip telvizijskog prijemnika, što ga je izradila Radio-industrija iz Zagreba”.

TV ŠKOLA

U *Narodnom listu* od 16.V 1956. publicist i novinar M. Konjhodžić piše:

„... mnogo je lakše nabaviti tehničku opremu nego stvoriti kadar za upravljanje tim kompliciranim poslom. Novinari i muzičari u isto vrijeme postaju glumci, a čak i neki tehničari moraju imati neko znanje, smisao i sklonost za umjetnost. Vjerojatno će se televizija kod nas razviti dosta naglo. To se može pretpostaviti, jer se već duže vrijeme u Radio-Zagrebu ozbiljno bave pripremom i stvaranjem kadrova za televiziju. Službeno ne postoji škola, ali ona stvarno već radi.

Tehničko osposobljavanje mnogo je lakši problem nego rad u drugom pravcu: da se stvore kadrovi za stvaranje i izvođenje

TV programa ... Pred organizatore tog posla postavljaju se zato novi problemi. Trebat će stvoriti (i već se to čini) mnogo potpuno novih, do sada kod nas nepoznatih profesija..."

S našim pripremama počeli smo intenzivno od onog trenutka kad je ing. Galić došao s vješću da ćemo tokom ljeta dobiti uređaje za TV studio. Za releje i odašiljač na Sljemenu uređaji su stigli početkom svibnja, i to od firme CSF. Istodobno je nabavljeno 30 TV prijemnika marke „Lorenc” koji su raspoređeni po gradu.

PRVI MALI EKRAN U ZAGREBU

15. svibnja u 20 sati u Domu Armije u Zagrebu, održana je svečana akademija u povodu tridesetgodišnjice osnivanja Radio-Zagreba. U isto vrijeme s tek postavljenog odašiljača na Sljemenu, emitiran je eksperimentalni program austrijske televizije. U centru Zagreba pred postavljenim televizijskim aparatima bila je velika gužva.

PRVE KAMERE - DRVENE

Tokom svibnja, programska grupa je pripremala nekoliko emisija. Tamara Srkulj i Ante Jurin radili su na jednoj dječjoj emisiji. Pokušali smo stvoriti neku vrst dječje TV grupe koja bi bila sastavljena od djece koja je već radila u radio-drami i pionirskom kazalištu. Na dokumentarnoj emisiji radili su Ante Kesić i Danijel Marušić. Mladen Delić pripremao je sportsku emisiju a Boris Hrzić političku. Dramska grupa pripremala je jednu originalnu TV dramu. Na pripremama tehničke strane radili su kameramani Miloš Radivojević, tehničar rasvjete Oberman i grafički majstor Branko Katić.

Vrijeme koje je ostalo do dolaska prvih TV uređaja ispunili smo učenjem i vježbanjem na drvenim kamerama. Knjiga Rudi Breca (Bretz) o televizijskoj produkciji opisivala je „Bos-Bretz” kameru. Autor te knjige bio je predavač televizije na Univerzitetu u Kaliforniji. U toj knjizi također bilo je priloženo nekoliko crteža kamera, prema kojima smo dali napraviti dvije naše. Iza njih su stajali Miloš Radivojević i Ivan Sušan. Te drvene kamere upotrebljavali smo kao i Bretzovi studenti. Probe smo zvali „hladne probe” nasuprot „vrućim” tj.

s pravim kamerama. S nama je također radio Ljubo Jelčić čija su zaduženja bila predavanja.

Još jedna neistina dugo vremena se provlačila u razgovorima o počecima televizije kod nas. Govorilo se da se televizija formirala „s brda s dola”, improvizirana, bez priprema, itd. Iznošenjem ovih podataka želim dokazati kako se brzo ali s punom odgovornošću „iz ničega, bez ičega” formiralo prvo programsko televizijsko jezgro u zemlji. Za taj posao trebalo je i entuzijazma i volje da se izdrži u skučenosti, neizvjesnosti a mnogo puta i u omalovažavanju.

Godine 1956, 2. kolovoza, predao sam plan „ORGANIZACIJA EKSPERIMENTALNOG TV STUDIJA TV ZAGREB”, s prijedlozima o programu, ekipi, popisom radnih mjesta. Predložio sam da iz Kopra angažiramo režisera Antona Martija, Ivu Ruđerija kao scenaristu i Josipa Grubišića-Čabu kao urednika dnevnika. Marti mi je bio poznat kao dobar glumac i režiser koji je imao iza sebe nekoliko veoma uspješnih revijalnih spektakla. Po njegovom dolasku u Zagreb zajedno smo obilazili mjesta gdje su se ljudi zabavljali, bilježili smo imena zabavljača i pjevača koje bismo jednog dana mogli angažirati u našim emisijama. Uvijek kad pomislim na te dane ne mogu zaboraviti kako smo došli po njega i njegovu neodlučnost da krene u tu neizvjesnu pustolovinu - televiziju.

PRVI TV STUDIO: OKRUGLA DVORANA

Tokom kolovoza uređivao se u Okrugloj dvorani naš prvi studio. Uz najbolju volju i najveći entuzijazam nismo mogli izbjeći zvuk tramvaja. Na kraju krajeva bili smo smješteni na prvom katu nekadašnje banke. No, ipak najveći problem bila je vrućina. U toj maloj prostoriji znalo je biti 30-40 ljudi pod rasvjetom od preko 1000 luxa. Jedan od prvih kartona kojeg smo dali izraditi bio je „legendarni” karton s natpisom „Stanka”. On se često pojavljivao zbog potrebe da radnici promjene scenu ili da prozračimo studio. U tom malom prostoru da bi se izdržalo bila je potrebna i psihička i fizička snaga. Tih dana mnogi su ozbiljno oštetili svoje zdravlje, a neki manje izdržljivi postepeno su odustajali. Gotovo je nevjerojatno da je iz one prostorije emitiran TV dnevnik, muzičke emisije, drame, itd. Ništa bolji uvjeti nisu bili u prostoriji gdje je bio video i kontrolni uređaj. Odatle je skoro

više od dvije godine emitiran naš TV program. Izdržali smo možda i iz prkosa.

Evo što je pisao S.Saračević u članku *VUS-a* od 21.XI 1956. o našem prvom studiju:

„U jednoj *velikoj* prostoriji (podcrtao M.F.) u radio-stanici Zagreb (u Jurišićevoj ulici) vrše se ovih dana završni radovi - uza zidove se postavljaju strunjače s materijalom za zvučnu izolaciju. Na stropu su čitavi nizovi fluorescentnih lampi, u kutovima su reflektori. Tu su razni panoi, draperije i zavjese, djelovi raznog namještaja, uređaj za postizanje raznih efekata, itd. To je prvi televizijski studio u našoj zemlji u kojem suvereno „vrebaju“ dvije velike TV kamere, svaka s četiri objektiva”.

18. kolovoza nas trinaestoro iz grupe pristupili smo uvježbavanju prvog eksperimentalnog programa. Radili smo dva puta dnevno i to: najavu TV dnevnika, demonstraciju rada u studiju, zabavni program. Bilo je to pravo maratonsko vježbanje svih faza rada. TV dnevnik se isprobavao 10 puta. Najteže je bilo savladati proces rada u kojem su sudjelovali: sekretarica režije, muzički suradnik, ton-majstor, tehničar itd. Nakon svake vježbe održavan je sastanak radne grupe na kojem je analiziran rad. U to vrijeme izabrali smo i onu fotografiju Zagreba koja je dugo godina bila naš znak a posve slučajno smo u fonoteci došli do muzičke špice TV studija Zagreb, koja se održala 15 godina.

Prvi pokus ili, kako smo ga nazivali, prvi „eksperimentalni program” nametnuo je na dnevni red problem organizacije TV produkcije. Iskustvom na vlastitoj koži došli smo do zaključka da je za uspješan rad u studiju potrebna prvenstveno radna disciplina, intenzivna psihička koncentracija, brzi refleksi te usklađeno komplikovano sadejstvo niza stručnjaka.

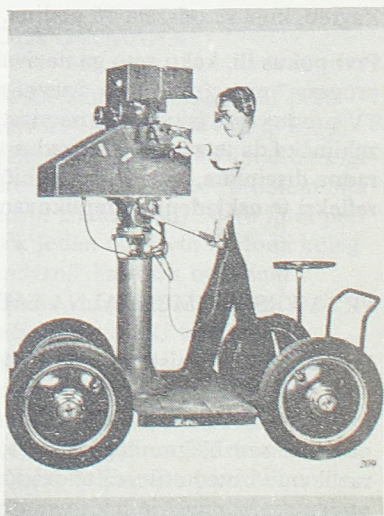
PRVA EKSPERIMENTALNA EMISIJA

Već u početku insistirali smo na *televizijskom izrazu*. Nastojali smo se što prije osloboditi radijskih i kazališnih formi i njihovih utjecaja. U centru je bio *kadar* i pojam „slika”. Jedini način da se izbjegnu duga lutanja, nepotrebne rasprave o razlikama između filma i televizije te dilema da li je televizija umjetnost ili nije, bio je da se odmah od prvih kadrova prokrči

put TV „ličnosti“, njenih originalnih svojstava. Nije se radilo o razlici između TV i spomenutih medija, već o njenoj specifičnosti i autentičnosti. Glavni kriteriji u razgovorima o našoj „pustolovini“ bio je da li je nešto „televizično“ ili nije. Dakle, ta afirmacija medija kao takvog bila je jedini putokaz da se izvučemo iz lavirinta u koji su nas gurali i u kojem su se rađali nesporazumi i zablude što su često kočile program televizije. Oni koji su osporavali originalna svojstva medija tražili su da se za TV ne rade originalne emisije, jer „za to nemamo niti iskustva niti sredstava“. Zahtjevali su da TV prenosi gotovo isključivo filmove, eventualno predstave iz kazališta, nastupe folklornih grupa. Najapsurdniji je svakako bio zahtjev da se iz studija prenose ni više ni manje nego biciklističke utrke. Međutim, po našem shvatanju, TV se nije smjela svesti na sredstva za reprodukciju već je morala biti nov način komunikacije i novi izražaj kulture.

Nastavimo s dnevnikom:

2. septembra 1956. sredena je knjiga režije i muzički dio emisije. Dovršeni su svi natpisi i inscenacija. Program je sastavljen ovako: najava, TV Dnevnik, spiker Jelčić, prikaz rada u studiju radi M.Fanelli, zabavnu emisiju režira A.Marti.



Sl. 20 - Japanska tv-kamera na koč - kovima, iz 1935. godine

3. septembra 1956. Ujutro pokus čitavog programa sa svim akterima. Poslije podne održan je generalni pokus s kostimima. U 20 sati počelo je emitiranje prvog, eksperimentalnog programa naše televizije. Pred kontrolnim ekranom bilo je oko 80 ljudi iz Radio-Zagreba. Uz program od 3. septembra ostala je plahtica s redoslijedom:

TV STUDIO

PROGRAM, DNE 3.IX 1956.

Telekino	Špica: RADIO-TELEVIZIJA ZAGREB EKSPERIMENTALNI PROGRAM
Kamera 1	Slika grada
Kamera 2	Najava I
Telekino	Špica TV dnevnik
Kamera 2	Vijesti (Hržić)
Telekino	Film: vijesti iz <i>Filmskih novosti</i> , američki TV filmovi, itd. AUDIO: Spiker čita tekst
Kamera 1	Najava II za komentatora
Kamera 2	Komentator (M.Fanelli)
Kamera 1	TV demonstracija
Kamera 1	Kratka stanka
Kamera 2	Najava III (za Zabavni program)
Kamera 1	Kartoni Zabavnog programa
Kamera 2	Zabavni program (A.Marti)
Kamera 1	Najava IV: film
Telekino	Film: <i>Jedan dan na Rijeci</i>
Kamera 1	Odjava

Ivan Hetrih je u časopisu *Teatar* br. 6. 1956. pisao o ovom programu slijedeće:

„Zatreperila je slika na ekranu. Spikerica je smješkom i malim naklonom glave pozdravila gledaoce i slušaoce i rekla: „Dobro veče, dragi gledaoci! Lako je moguće da se u toku odvijanja ovog programa pojave i neke poteškoće, pa vas molimo, da nas ne ocjenjujete prestrogo, jer su ovo prvi počeci u stvaranju našeg televizijskog programa!“. Tko da to danas zna: Da li je bilo grešaka ili ne? Uzbudjenje je bilo jako i tko da opazi neku omašku? Sve se čini tako jednostavnim kao da to nije početak.”

U tom programu, u skečevima su nastupili slijedeći glumci: Zvonko Strmac, Borivoje Šembera, Nela Eržišnik, Ivo Paić, Marija Malić i Anton Marti. Nakon emitiranja našeg prvog eksperimentalnog programa ekipa je otišla proslaviti taj svoj prvi uspješno obavljen zadatak u Gradski podrum gdje smo sami platili svoju večeru, „čuveni“ specijalitet srpski grah. Dobili smo i prve čestitke. Martijev Zabavni program bio je prava novost, a primjedbe su bile stavljene jedino na sadržaj skečeva. Ono što je sve impresioniralo bila je odlična tehnička strana ovog programa. Naš prvi korak je zadovoljio...

Ta činjenica je učvrstila odluku Uprave da iskoristi otvaranje novog Zagrebačkog velesajma za prvo emitiranje u eter.

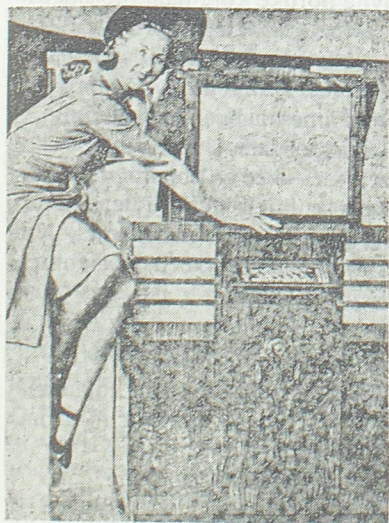
SEPTEMBRA PRVA TV EMISIJA EMITIRANA U ETER

Na novom Zagrebačkom velesajmu, blizu glavnog ulaza, nedaleko od mjesta gdje će se kasnije svečano otvoriti Velesajam, bio je napravljen mali privremen paviljon - improvizirani studio tek formirane zagrebačke Televizije. Tamo su bile dvije prostorije. Jedna za kontrolu slike i režiju a druga je bila studio u kojem su bili smješteni mikrofoni, rasvjetna tijela, stalci, scenski elementi, ukratko, sve što smo prenjeli iz Okrugle dvorane. Sve to uspjeli smo demontirati i ponovo montirati u novom studiju za nekoliko dana. Formiranim ekipama data su zaduženja. Šestog septembra iznijeli smo van naše dvije kamere. Jednu smo postavili na krov studija, a drugu kod govornice. Najnoviji uređaj koji je tek bio stigao - link, bio je postavljen na krov i isproban. Nakon što smo sve postavili, izvršili smo generalni pokus za sutradan. Dakle, 7.septembra, prvi put na ovim prostorima,

jednu minutu prije 9 (ili 11) pojavio se natpis „TV STUDIO ZAGREB” - odsvirana je špica i pojavila se slika s kamere na krovu: total Zagreba u čijoj se dubini vidjelo Sljeme a u prvom planu krovovi Velesajma. Slika kamermana Ivana Sušnja, sada šef TV snimatelja, klizila je zatim od ulaznih vratiju Velesajma. Reporter Cino Handl rekao je: „Nalazimo se na novom Zagrebačkom velesajmu, odakle vršimo direktni prijenos otvorenja Zagrebačkog velesajma”.

Druga slika poslana je u eter. Bila je to slika kamermana Miloša Radivojevića, sada šefa filmskih snimatelja. Upravo u trenutku kada su u kadar ulazila kola Predsjednika Republike Tita. Kamera je pratila druga Tita, dok nije sjeo na svoje mjesto.

Naša prva javna emisija trajala je cca 25 minuta. Prva emitirana slika na Balkanu bila je emitirana preko našeg odašiljača na Sljemenu do gledalaca koji su se tog trena zatekli ili u kavanama po Zagrebu ili pred izlozima i centru grada gdje su bili postavljeni TV prijemnici.



Sl. 23 - Blaženka Katalinić pored tv-prijemnika u studiju 1938, u Beogradu

Ranko Munitić

FILMSKA I

TELEVIZIJSKA SLIKA - II deo

Prvi dio naše studije, objavljen u 2. broju ovog časopisa, posvetili smo ispitivanju globalnih razlika koje postoje između filmske i televizijske slike: polazeći od, da tako kažemo, razlika u materijalu, dakle od razlika po mediju, dali smo naslutiti da će te osnovne različitosti imati itekakvih posljedica u vezi našeg različitog, naravno, doživljavanja, ili čak površnog percepiranja, tih vizuelnih fenomena.

Ne ulazeći u detalje, bili smo već tada u mogućnosti da nabrojimo najmanje osam jasno uočljivih svojstava koja se kod televizijske slike otjelotvoravaju na način sasvim različit od otjelotvorenja dostignutih u strukturi filmske slike. Neka od tih posebnih svojstava proizlazila su iz čisto količinskih faktora (format, tonalitet, lokacija slike), druga su se opet vezivala za specifičnost intuitivne poruke koja se kod tih vizuelnih sklopova ispunja u našoj svijesti na sasvim drugačiji, da ne kažemo suprotan način. Jer, bez obzira na kakvoću, direktnost i jasnoću diskurzivne poruke koju nam filmska ili televizijska slika upućuju (bez obzira, dakle, na profil i količinu čitljivih informacija, podataka, činjenica i simbola koji nam se tim slikama posreduju), svaki od tih vizuelnih naboja obraća nam se u isti mah i nekim svojim implicite sadržanim intuitivnim porukama, porukama vezanim ne za ono *što* i *kako* nam režiser želi reći - već za objektivna, materijalna svojstva medija koja se, htjeli mi to ili ne, aktivno upliću u diskurzivni profil poruke i često je (naročito ukoliko tih interferencija nismo svjesni) mijenjaju u većoj ili manjoj mjeri.

Prisjećanja radi, poslužiti ćemo se najjednostavnijim primjerom. Reporterski snimljene sekvence na bilo kojem od aktualnih ratišta savremenog svijeta sasvim će različito na nas djelovati budemo li ih promatrali na velikom (kinematografskom) ili malom (televizijskom) ekranu, čak i ako riječ bude o istim prizorima. o identičnim sekvencama.

Gledajući spomenuti prizor na kinematografskom platnu, osjetit ćemo da prisustvujemo nečem zaista dramatičnom, strašnom i potresnom: snimljeni događaj utisnut će se u našu svijest i uzbuditi nas. Izlazeći iz kinematografa, ponijet ćemo u sjećanju ne samo ono što smo vidjeli, već i dubinu pritom osjećenog doživljaja...

Budemo li pak spomenuti prizor vidjeli na malom ekranu, naš kontakt s događajem bit će znatno težniji: naša svijest prihvatit će i upiti u sebe težinu saopćene poruke, naš um registrirat će novi čin strahote koji se odvija na aktuelnoj militantnoj sceni. Ali naša podsvijest ostat će nedotaknuta ili tek posredno dodirnutu nekim posebno upečatljivim detaljem: no bit će to samo detalj, i mi nećemo (intimno) osjetiti ništa posebno, osim, naravno, onog (sviješću, voljom i ličnošću uslovljenog) otpora prema ratovanju, uništenju i smrti, osim elemenata dakle koje u sebi nosimo kao zrele i svjesne jedinice. Ali ništa više od toga! Jer, u tim trenucima mi ipak ostajemo u dubljem smislu ne-uzbuđeni, naša podsvijest ne upotpunjava svijesni doživljaj intimnim osjećanjem drame, unutarnjom emotivnom katarzom.

Odakle ta disproporcija u reagiranju pred naizgled identičnim fenomenom?

Uzrok, ma kako jednostavan izgledao, prirodan je (obzirom na medij) i razumljiv (u vezi našeg reagiranja na medijske specifičnosti): filmska slika prikazuje nam heroje i žrtve snimljenog događaja u vizuelnim oblicima koji su veći od stvarne veličine čovjeka; sve one koje je kamera registrirala na bojnopolju mi promatramo uvećane, upravo onoliko puta koliko je slika na kinematografskom ekranu veća od normalne ljudske figure. I obratno: sve to viđeno na malom ekranu nudi nam se u formama manjim od svakidašnjih, manjima od onih na koje nas je priučila svakodnevna percepcija ljudskog bića. S jedne strane, vizuelna monumentalnost filmske slike intuitivno nam nameće poseban, dramatičniji i poštovanjem ispunjeniji odnos prema onom i onima što gledamo; s druge strane, umanjeni akteri istog događaja na televizijskom ekranu sugeriraju nam, također intuitivno, svoju „količinsku inferiornost” u odnosu na stvarni, i pogotovo kinematografski uzorak. Ali ni u jednom trenu naša podsvijest ne opredjeljuje se prema onom što gledamo u smislu podatka i događaja: naš senzorni aparat reagira na ono *kako*, i to u mjeri koja čak osjetno utječe i na kategoriju *što*. Veliki čovjek sa

kinematografskog ekrana otkriva se (uspoređen s veličinom prirodnog uzorka) kao svojevrsni vizuelni „višak količine“, pa odatle i kao intuitivni „višak vrijednosti“, dok se, obrnuto, mali čovjek sa televizijskog ekrana ukazuje kao „manjak količine“ i „manjak vrijednosti“ ponajprije u odnosu na naturalni prototip, a onda i na kinematografski vizuelni model kojeg već odavno nosimo u svijesti i podsvijesti kao aktivni korektiv mnogih percepcija i vizuelnih doživljaja...

A te primarne, elementarne razlike po mediju (čak i kad se radi o običnoj kategoriji banalnog formata) toliko su aktivne i djelotvorne, da u odnosu na njih uglavnom možemo zanemariti sve one kontekstualne razlike koje doživljavamo promatrajući filmsku ili televizijsku sliku: ukratko, činjenica da se našoj podsvijesti netko prikazuje većim ili manjim od modela na koji smo svakidašnjicom naviknuti - jača je od svega drugog što bi doživljaj moglo modificirati, jača je dakle od činjenice da u kinematograf odlazimo a televizor jednostavno palimo u vlastitoj sobi, jača je i od svih ostalih takvih okolnosti koje bismo mogli nabrojiti i objasniti.

I eto zbog čega je medij zaista poruka, odnosno veći ili manji dio te poruke, medij sam po sebi, bez obzira na ono što bismo mi htjeli ili nastojali stvoriti mimo njegovih implicitnih posebnosti.

Iz primjera što smo ga naveli valjalo bi međutim izvući još nekoliko širih zaključaka, podjednako važnih za predmet našeg trenutnog interesa.

Prvo, svakako, da prilikom prethodnog zamišljanja odnosno koncipiranja nekog vizuelnog zahvata posebnu pažnju moramo obratiti mediju odnosno materijalu kojim se kanimo poslužiti: ukoliko smo u mogućnosti unaprijed računati s posebnim nijansama koje će u gledaočev doživljaj unijeti vilmska slika za razliku od televizijske, bit ćemo u stanju

a) kontrolirati neželjene posljedice takve interferencije, a onda

b) ćemo te medijske nedostatke čak biti u stanju iskoristiti kao interpretativne ili oblikovne prednosti - ne dopuštajući da nam se te „doživljajne varijable“ nekontrolirano upletu u oblikovni zahvat, već koristeći njihovo prisustvo da bismo baš tim novim dimenzijama na neki način podvukli, ojačali doživljaj.

A drugo, što nas više zanima, nameće se skoro samo od sebe: ne treba se naime zavaravati iluzijom da je određena slika

identična u svom kinematografskom i televizijskom izdanju! Jer, ona to nije: mimo svoje diskurzivne, informacijske poruke, ona gledaocu upućuje i intuitivnu, medijski uslovljenu poruku, što znači da gledalac različito reagira - odnosno, da zapravo gleda dvije različite slike. A pošto ta intuitivna, medijska poruka mora izvršiti određeni utjecaj i na informacijsku, diskurzivnu poruku - to i na ovom planu dolazimo do argumenta koji pokazuje da fizički identična slika (po sadržaju, profilu, tonalitetu, planu, rakursu itd.) poprima na različitim ekranima drugačije „metafizičke” odlike, da nas tim odlikama navodi na različito reagiranje i drugačiji odnos, pa se ta „fizički” identična slika nezadrživo raspada na dvije sasvim različite metafizičke silnice, na dvije smjernice od kojih svaka djeluje u svom posebnom pravcu, čak u pravcu koji teče na suprotnu stranu od prve.

Ovaj problem u vezi imanentne diskrepancije „iste” slike na različitim ekranima pojavljuje se u okviru skoro svih mogućih kombinacija na liniji veliki ekran - mali ekran.

Kod dokumentarnih snimaka opasnost je najakutnija, zato što uvećavanjem ili unižavanjem likova i događaja naša podsvijest u isti mah uvećava ili unižava onaj humani, kritički, socijalni, psihološki itd. potencijal koji se slikom prenosi. Kod igranog filma dilema je estetske prirode: određeni domet djelovat će na velikom ekranu monumentalno i uspješno, na malom ekranu pretvorit će se u dosadnu koještariju.

Dovoljno je u tom smislu prisjetiti se sudbine onih filmova koje kino-prikazivači neoprezno prenose iz TODD-A-O formata u sinemaskop format: slavna Kjubrikova (Kubrick) *2001: odiseja u svemiru* nije takvom transplantacijom izgubila samo vanjski bljesak, već se iz vanredno tempiranog vizuelnog organizma pretvorila u razvučenu, neodmjerenu aglomeraciju kadrova; atraktivni *Lorens od Arabije* Dejvida Lina (David Lean) izgubio je prevođenjem u sinemaskop temeljnu draž na kojoj je autor gradio svoje vedute pustinskog sunca i pješčanog prostranstva; slatkoj melodioznosti podređena vizuelna gama *My fair lady* Džordža Kjuhora (George Cukor) također se pretvorbom u sinemaskop izokrenula u dosadno koketiranje sa šarenilom prizora...

A to zato što svaki prizor u TODD-A-O formatu (baš kao i svako pretapanje) mora trajati nekoliko sekundi duže nego u sinemaskopu da bi ga naša svijest prihvatila: ogromne

dimenzije platna diktiraju i drugačije ritmiziranu interpunkciju, a utječu i na montažu, pošto, recimo, modificiraju ustaljena rješenja plan-kontraplan ili bliski plan-total i nameću im drugačije modalitete temporalnog i prostornog otjelotvorenja, što se sve gubi prenošenjem filma u sinemaskop, te u takvom slučaju odličan TODD-A-O film postaje loš sinemaskop film.

Pa kad je to tako, kad se razlike itekako primjećuju u okvirima promjena do kojih dolazi na velikom kinematografskom ekranu, kako li će tek izgledati poremećenja do kojih dolazi kad se filmski prizor ili cjelina filma sa velikog platna u dvorani prenese na mali, sobni, televizijski ekran?

Jer, još jednom, time nismo promijenili samo količinski profil slike, samo njenu vanjštinu: spomenutim činom zadržali smo i u njeno kvalitativno biće, izvršili smo nedopuštena i štetna pomjeranja u samoj jezgri vizuelne strukture. Što sve zajedno nikako nije moguće smjestiti u okvire perifernog, estetičkog, ne baš suviše važnog problema.

Jer, svakodnevno smo svjedoci posvajanja kojeg televizija vrši nad filmskim kinematografskim repertoarom: ta odakle bi urednici smogli materijala za svoj program kad veoma često ne bi posizali za aktuelnom i historijskom riznicom kinematografskih filmova, kad prostor malog ekrana ne bi povremeno ispunjavali dometima snimljenim za veliki ekran...

Nevolja je u tome što većina kinematografskih filmova nije samo snimljena već i „mišljena” za veliki ekran... A sva logična predviđanja o tome što na mali ekran ide a što ne ide, ubrzo se otkrivaju netočnim i proizvoljnim, čak i u slučajevima kad su prijedlozi popraćeni sasvim uvjerljivim argumentima i vjerojatnim prognozama.

Svojevremeno, prije nekih petnaestak godina, pisac ovih redaka prisustvovao je zanimljivom eksperimentu jedne strane televizijske institucije. Urednici filmskog programa pozvali su putem ankete gotovo sve aktivne kritičare, teoretike i estetičare da naprave listu kinematografskih filmova koji bi

a) po njihovom mišljenju idealno odgovarali formatu i posebnosti malog ekrana, odnosno, listu filmova koji

b) nikako ne bi podnjeli prikazivanje na televizijskom programu.

Drugim riječima, pitanje je glasilo: koji i kakav film ništa neće izgubiti prezentacijom na malom ekranu, a koji će i kakav biti osjetno oštećen takvom promjenom lokacije.

Rezultati ankete bili su više nego zanimljivi.

Na prvom mjestu filmova idealnih za prikazivanje na televiziji našlo se slavno remek-djelo iz nijemog perioda *Stradanje Jovanke Orleanke* iz 1928. Karla Teodora Drajera (Carl Theodor Dreyer), na drugom mjestu psihološka drama Viljema Vajera (William Wyler) *Nasljednica* iz 1949. godine...

Na prvom mjestu liste filmova izrazito nepodobnih za mali ekran našla se *Moja draga Klementina* iz 1946. Džona Forda (John Ford) premda se, zapravo, na tom mjestu mogao naći bilo koji vestern, pošto je težište svih odgovora u anketi upozoravalo ne toliko na Fordov domet koliko na sam žanr kao primjer sasvim suprotan mogućnostima i potencijalima televizije; na drugom mjestu našao se slavni *Crni Orfej* francuskog režisera Marsela Kamijsa (Marcel Camus) iz 1958. godine...

Zašto su okupljeni stručnjaci odabrali upravo ova ostvarenja?

Svaki primjer karakterističan je na svoj način.

Onako od oka odmjeravajući, kao da u povijesti sedme umjetnosti zaista nema filma koji bi malom ekranu odgovarao više od Drajerovog *Stradanja Jovanke Orleanke*. I to iz vrlo „vidljivog” razloga: čitavo to remek-djelo, naime, uglavnom je sagrađeno iz krupnih planova. Poznati proces neobičnoj ženi-borcu predstavljen je tu istraživanjem i fiksiranjem minuciozne psihološke igre na licima prisutnih: majstor vizualiziranja nevidljivog i intimnog, Drajer će u svakom krupnom planu fiksirati djelić unutarnje dileme, iskušenja, sukoba ili emocionalnog stanja, i zatim će iz tih fizionomijskih, odnosno psiholoških atoma sačiniti neusporedivo snažan dramski luk, film u kojem se izvana skoro ništa ne dešava, no čija vizuelna struktura ječi dramom rijetko viđenom na ekranu...

Bijaše to vrijeme, mislimo na trenutke provođenja ankete, u kojem se, što ni danas nije rijetko, upravo krupni plan smatrao nekom vrstom izrazito televizičnog rješenja: pa ako je tako, mislili su ispitanici, šta može potpunije odgovarati malom ekranu od ostvarenja skoro kompletno sazdanog upravo na tom i takvom više televizičnom no kinematografskom temelju?

Nešto slično odredilo je izbor i slijedećeg filma na listi najviše televizičnih, *Nasljednice* Viljema Vajlera. Uglavnom vezana na enterijer, radnja suočava nekoliko snažnih likova i, u dobroj tradiciji pozorišne dramaturgije, precizno prekriva gradacijom njihovih odnosa čitav raspon filma. I opet, rečeno je, u ovom slučaju nema se što izgubiti, suženi format malog ekrana može samo naglasiti i kondenzirati taj ionako zatvoreni i plastično modelirani dramsko-psihološki krug zbivanja...

Nasuprot tome, kao primjerno ne-televizični filmovi istaknuti su takvi u kojima eksterijer i slobodni pejzaž igraju vodeću ulogu. *Moja draga Klementina* zauzela je u tom smislu simboličko mjesto, poziciju u ime čitavog žanra: jer, možete li zamisliti vestern snimljen izvan prostranih veduta prerije, van dalekih horizonata ovjenčanih nizovima planina, bez virtuoznih konjskih jurnjava i pucnjave u kanjonima, ukratko, bez svih situacija u kojima se ljepota i dramski napon postižu inkorporiranjem događaja u ogromni specijalni krug zapadnjačkog ambijenta, u prostor dakle kojem filmska mitologija ovog žanra duguje najveći dio svog sadržaja i upečatljivosti... A od toga, glasila je kategorička tvrdnja, na malom ekranu baš ništa neće preostati: izgledat će to kao da ste zanosne totale s mnoštvom statista pokušali sabiti u kutiju šibica...

Slična ekspertiza odredila je poziciju *Crnog Orfeja*, filma čija radnja teče na ulicama Rio de Žaneira u trenucima masovnog i tradicionalnog karnevala: sav taj kovitlac tjelesa, pokreta, lica, boja i detalja - ima li ikakve šanse u „okvirčiću” televizijskog prijemnika, može li gledaocu ponuditi više od pretrpane, nasilno smanjene slike kojoj nedostaje zraka, prostora i djelotvornog radijusa...

Sve ovo, koliko nas sjećanje služi, bijahu primjedbe što su sa raznih strana padale prilikom razgovora što ga je na kraju ankete spomenuta televizija provela među okupljenim učesnicima.

Zaista, zvučalo je sve to uvjerljivo i precizno, pa je među ostalima i pisac ovih redaka bio spreman priznati da se, izgleda, došlo konačno do neke vrste ključa za neophodno razlikovanje televizičnih od ne-televizičnih filmova...

Ali radost prekretnog otkrovenja nije dugo trajala.

Jer, mudri organizatori ankete povelili su nas zatim u kino-

dvoranu i prikazali nam tamo još jednom četiri prvoodabrana filma, da bi nas zatim preselili u televizijski studio i pokazali ista ta djela na ekranu malog sobnog prijemnika...

Naravno, desilo se ono što pretpostavljate: *Stradanje Jovanke Orleanke* i *Nasljednica* pretvorili su se u beznačajne, neuvjerljive i čak dosadne artefakte, a *Moja draga Klementina* i *Crni Orfej* ostali su daleko podnošljiviji i mnogo manje oštećeni projekcijom televizijskog karaktera...

Pokušali smo odmah ispitati uzroke kolektivne zablude. Tada, nismo baš sve uspjeli zadovoljavajuće formulirati, no danas je svakome jasno o čemu se radilo, o čemu se radi kad je riječ o globalnom aspektu navedenog problema.

Što se Drajerove majstorije tiče, nije trebalo zaboraviti da suština filmskog krupnog plana ne leži samo u činjenici da se tu cjelokupni prostor prizora posvećuje ljudskom licu, već i u istini da se to lice u okolnostima projekcije pojavljuje na velikom kinematografskom platnu; suština cjelokupnog Drajerovog poduhvata leži naime u povjerenju prema monumentalnosti što će je određeno lice steći na takvom ekranu: fizionomija tu više nije samo podatak, ona je (budući „uvećani” znak lica, dakle filmski simbol i konkretno stanje u isti mah) potencirana vizuelno-plastička vrijednost čija unutarnja snaga i dramatičnost počiva i naglašava se na bazi formata i kvaliteta slike kojom se prenosi... Taj niz izvanredno upečatljivih, skoro skulptorski moćnih fizionomija-simbola-stanja pretvorio se na malom ekranu u običnu seriju portreta, u seriju zanimljivih lica, ali ipak samo lica, televizijskih lica, znači umanjenih lica. A pošto vanjska monumentalnost nije u ovom slučaju bila nametljiva količinska oznaka, već posljedica poetske i oblikovne koncentracije, to se njenim gubitkom izgubila i okosnica čitavog vizuelno-filmskog zahvata. Zamislite Mikelandelovog *Mojsija* otjelotvorenog u formi male gipsane figure: baš tako izgledala je Drajerova *Jovanka Orleanka* u okviru televizijskog ekrana...

A iznenađenje i razočaravajući šok bijahu to jači što smo u početku sigurnije očekivali pozitivni rezultat eksperimenta: baš isto takva neprijatnost dočekala nas je tokom maloekranske prezentacije *Nasljednice*, jer se paralelno s gubitkom veličine prizora izgubila i snaga Vajlerove stilizacije...

Nasuprot tome, kod *Klementine* i *Crnog Orfeja* očekivali smo negativni rezultat, pripremali smo se duhovno na novu

uslovnost filmske slike, odnosno, u toku gledanja, neprestano smo viđeno upotpunjavali sviješću o drugačijoj medijskoj i materijalnoj lokaciji filmske slike. I ta svijest, to nezaobilaženje problema omogućilo nam je da filmove odgledamo bez problema i neprijatnih obrta što odrediše susret s televizijskim izdanjem Drajera i Vajlera.

Naravno, i Ford i Kami izgubili su spomenutom transplantacijom, baš koliko i Drajer odnosno Vajler: ali nisu izgubili iz tematskih i žanrovskih razloga, nisu izgubili zato što bi slobodni pejzaž bio nešto ne-televizično a krupni plan nešto izrazito televizično, pokazalo se brzo da takve pretpostavke nikako ne odgovaraju istini, već su, svi oni, izgubili zato što smo jedan medijski kvalitet i jednu materijalnu uslovnost (filmska slika, filmski zamišljena i filmski oblikovana slika) naprosto prenijeli u drugi, različit medijski kvalitet, u novu materijalnu uslovnost (televizijska slika, slika mišljena i ostvarena unutar ordinata malog ekrana)...

Ono što nam je pomoglo ne bijaše, dakle, nekakva prednost pojedinog autora u odnosu na televizijski medij, već naša svijest o promjeni, pa odatle i permanentna korektura opažaja kojom smo upotpunjavali viđenje filma.

Kasnije, tokom vremena, takva iskustva korištena su da bi se filmovi odnosno serije zamišljene za televiziju realizirale u skladu s potrebama i mogućnostima tog medija: danas je lako ustanoviti po kojim se i kakvim režijskim, mizanscenskim, montažnim, ritmičkim, kompozicionim itd. osobinama televizijski vestern razlikuje od kinematografskog. Razlike, naravno, nisu količinski kapitalne ni izvana nametljive, one se sastoje u formuliranju cjelokupne vizije u skladu s potencijalima i posebnostima malog ekrana. Ipak, gledajući neki kinematografski film na malom ekranu, senzibilni gledalac osjetit će izvjesne smetnje (sve manje, naravno, pošto nas svakodnevna praksa „domaćeg kinematografa” snabdjeva novim navikama i sve potpunijim imunitetom prema nekadašnjim primarnim perceptivnim smetnjama), baš onakve kakve osjeća likovni stručnjak kada mu umjesto originala slikarskog platna trenutno bude dostupna samo umanjena, ma kako savršena bila, kopija...

Sve ovo, međutim, odnosi se samo na onaj dio kinematografije koji obuhvaća živo snimljena ostvarenja, dakle igrane i dokumentarne filmove.

Dometi animacije (crtani filmovi, kolaži, lutka filmovi, itd.) potpuno izmiču spomenutoj zakonitosti i njih možemo bez ikakve smetnje seliti s velikog na mali ili s malog na veliki ekran.

Logično je zapitati se: zbog čega? Šta je to što animiranoj filmskoj slici omogućava, da tako kažemo, daleko širi radijus neometanog prezentiranja no što je to slučaj s igrano-filmskom ili dokumentarno-filmskom slikom?

Najkraće rečeno, to je sadržaj tih slika, to je vrsta i kakvoća predmetnosti obuhvaćene tim slikama.

Igrani i dokumentarni film, ne treba zaboraviti, nastaju postupkom kojim se na filmsku traku presnimava određena vrsta i količina događaja što se pred njihovim kamerama odvijaju: a ti događaji, bili izmišljeni ili iz života izvučeni, bili ostvareni u artificijelnom dekoru studija ili prirodnom poprištu stvarnosti, dijelovi su života i životne realnosti u kojoj obitavamo. Oni su na izvjestan način, veći ili manji, modificirani oblici tog života, te od početka do kraja ostaju povezani s vizuelnim (vidljivim) kategorijama i fenomenima tog života.

Animirani film (crtani, kolaž, lutka itd.) ne raspolaže takvom životnom pojavnošću pred kamerom: objektiv snima mrtve crteže, slike, od izrezaka sačinjene figure ili lutke (male skulpture), pa im posebnom tehnikom, snimanja „sličica po sličica”, pridodaje i pokret i filmsko postojanje odnosno filmski život u cjelini.

No da bismo precizno sagledali sve posljedice tog nedostatka životne pojavnosti pred kamerom, poslužiti ćemo se iskustvima semiotologa. Pozvat ćemo u pomoć dr Dušana Stojanovića, eminentnog stručnjaka upravo te vrste, odnosno poglavlje *Film i slika* iz njegove knjige *Film kao prevazilaženje jezika*, Beograd, 1975. Ulazeći u komparaciju filmskog prizora sa vizuelnom slikom „u smislu u kojem se ta reč upotrebljava u vizuelnim medijumima: slikarstvu i plastičkim umetnostima uopšte”, Stojanović kaže:

„Tvrdili smo da filmsku sliku približava svakodnevnom afilmskom opažaju postojanje u njoj gradijenta fature i gradijenta pokreta kakvi postoje i na retini oka. To znači da filmski vizuelni prikaz *liči* na afilmsko perceptivno iskustvo po gradivnom i po pokretnom aspektu. Filmska slika prikazuje

isto tkivo, fakturu, gradivnost kakvu imaju i predmeti u svakodnevnom opažaju, a i njihove neposredne dinamičke funkcije. Mi ćemo sada to svojstvo sličnosti nazvati *autentičnošću*. Bitno je, prema tome, da filmski snimak čuva *gradivnu autentičnost* prikazanih tela i predmeta i njihovih kretanja”.

Drugim riječima: pojave i fenomeni što se odvijaju u životu (afilmski elementi) ili pred kamerom igranog odnosno dokumentarnog filma (profilmski elementi) nisu samo obične, sekundarne sirovine za filmsku sliku, već i normativni kvaliteti s kojima filmska slika i dalje ostaje povezana i u odnosu na koje provjerava svoju konačnu valjanost obzirom na dostignuti stupanj gradivne autentičnosti.

Stojanović kaže dalje: „I najfantastičnija zver, čak i ona koju zoologija ne poznaje, nego je plod puke imaginacije, biće autentična ako po fakturi izgleda da je od krvi i mesa i ako se po fizičko-dinamičkim manifestacijama te takture ponaša kao živi stvor, to jest ako pokazuje živost crta lica koja odgovara prirodnoj izražajnosti i vitalnost i gipkost organskog životinjskog pokreta”, da bi zaključio: „Nije, dakle, važan profilmski vid objekta, već njegov filmski vid u relaciji sa mogućim njegovim afilmskim vidom”.

Drugim riječima: nije važno od čega je i kako napravljen objekt-biće pred kamerom, ukoliko se njegov izgled i ponašanje na ekranu usaglasi sa prirodnošću koju bi, da postoji, takav objekt-biće imao u afilmskoj, stvarnosnoj sferi. A odatle: umjetni elemenat filmskog prizora opstoji uvjerljivo na ekranu u funkciji svoje sposobnosti da sliči stvarnosnom ili mogućem stvarnosnom fenomenu.

Gledajući, dakle, prizore igranog ili dokumentarnog filma, mi svjesno ili nesvjesno uspoređujemo njihov izgled i sadržaj sa izgledom i sadržajem realne životne scene: čovjeka na ekranu mi intuitivno kompariramo sa živim, poznatim uzorkom i odatle različiti osjeti važnosti prilikom gledanja tog bića u rasponu velikog ili malog ekrana.

Animirani filmovi, međutim, ne sadrže nikakav iz života presnimljeni podatak: oni nude očima presnimljene crteže ili skulpture, pokrenute elemente likovnih umjetnosti, rezultate, dakle, prethodno izvršene stilizacije, rezultate jednog već dovršenog procesa kojim se sadržaj stvarnosti posvojio i modelirao oblikovnim instrumentarijem određenog medija.

I baš zato, mi nemamo ni potrebe ni razloga za intuitivno uspoređivanje animiranog prizora sa životnim prizorom, bez obzira na stalnu komparativnu aktivnost koja se u nama odvija netom pogledamo fotografiju, igrano-filmski ili dokumentarno-filmski snimak.

Formulirano Stojanovićevim rječnikom, reklo bi se da umjetni elemenat animiranog filmskog prizora opstoji uvjerljivo na ekranu isključivo u funkciji svoje likovne dovršenosti i potpunosti - a nikako u funkciji svoje sposobnosti da sliči stvarnosnom ili mogućem stvarnosnom fenomenu.

Komunikacija sa slikama i skulpturama, opet, odavno nas je priučila na najrazličitije formate i raspone u kojima se prikazani sadržaj može pojaviti: što je još važnije, mi ne znamo kakvih je zapravo dimenzija Miki Maus ili mačak Tom, za razliku od živo snimljenog glumca ili naturščika, kojeg odmah (ma i potpuno nesvjesno) uspoređujemo sa stvarnim čovjekovim stasom i profilom. Nacrtni ili modelirani lik velik je upravo onoliko koliko iznosi njegova trenutna veličina pred našim očima, pa ćemo odatle njegovu prirodu prihvatiti bez obzira na trenutne dimenzije prezentacije, bez obzira uramljivao ga veliki kinematografski ili maleni televizijski ekran.

Zaista, prisjetite se: koliko ste animiranih filmova vidjeli najprije u kinematografu pa onda na televizijskom programu a da prilikom ponovnog gledanja u drugačijem formatu, odnosno, u različitom medijskom kontekstu, nikakvih smetnji ni promjena niste osjetili?

Što bi, usput budi rečeno, odlično moglo poslužiti estetičarima koji istražuju suštinske razlike između animirane i živo snimljene filmske slike: zaista, animacija je nešto drugo, ona svoj kontakt s gledaocem ostvaruje mimo ograničenja egzistencijalnošću zadane slike igranog ili dokumentarnog ostvarenja...

Miloš Nemanjić

TELEVIZIJA I KNJIŽEVNO DELO - SAUČESNICI U KULTURNOJ KOMUNIKACIJI

Postoji teza o radikalnom sukobu između televizije i književne kulture uopšte, o odumiranju tradicionalne književne kulture i njenom utapanju u tokove nove kulture - masovne, industrijske ili kako je već sve ne nazivaju. Ovu tezu, o kojoj ovom prilikom nemamo nameru da raspravljamo šire, osporavaju rezultati nekih istraživanja u zemljama gde televizija veoma dugo vrši funkciju novog sredstva kulture. Kod nas slična istraživanja doskora nisu vršena, pa je ovo skromno istraživanje poteklo iz potrebe da se ispita neposredan uticaj televizije na čitanje.¹ U ovom slučaju, dakle, televiziju uzimamo kao aktivnog činioca, a čitanje uglavnom kao njegov objekt. U stvari, ovaj odnos je mnogo složeniji i posredovaniji.

Osnovno stanovište koje bismo zastupali jeste da postoji komplementaran odnos između funkcije televizije i upotrebe nekih tradicionalnih sredstava kulture kao što je npr. knjiga, odnosno književno delo. Takvo stanovište zasniva se na pretpostavci da televizija onim svojim programima koji se uklapaju u tokove književne kulture prilagođene televizijskom medijumu podstiče interesovanje za dela književne kulture. Prema tome, smatramo da je najumesnije da govorimo o uzajamnom uticaju između televizije i književnih dela, a taj uzajamni uticaj je višestruk, počev od izbora književnog dela za adaptaciju i prikazivanje na televiziji pa do uticaja na književnu i televizijsku publiku. Kakav će biti karakter i intenzitet ovog međusobnog uticaja zavisi, međutim, od opšteg kulturnog konteksta u kome svoju funkciju vrše i televizija i knjiga odnosno književno delo. Kulturni kontekst, koji podrazumeva karakter i sadržaj i televizije i književnih dela i

¹ Mr Miloš Nemanjić i Slobodan Canić: *Delovanje televizije na čitanje i potražnju knjiga, projekt istraživanja*, Centar RTB za istraživanje, decembar 1974.

karakter kulturne komunikacije koja se uspostavlja sa njima, može da bude relativno jedinstven, što može da podstiče komplementarnu funkciju televizije i književnih dela, a može da bude i delimično različit, što svakako otežava takvu funkciju. Mi smo pošli od toga da je funkcija televizije u jednoj svojoj bitnoj dimenziji, kulturnoj, komplementarna sa funkcijom knjige odnosno književnog dela - implicite i od toga da oboje zadovoljavaju relativno jedinstvene kulturne potrebe. Drugim rečima, pretpostavljamo, kada je reč o odnosu koji nas interesuje, da televizija deluje podsticajno na izbor književnih dela i na njihovo čitanje isto toliko koliko i sama književna dela određuju odnos prema televiziji i njenim sadržajima, pre svega sadržajima iz oblasti književne kulture.

Nas, međutim, ne interesuje bilo koji uzajamni odnos televizije i književnih dela odnosno čitanja tih dela. Kada je reč o televizijskom programu, možemo da razlikujemo informativni i prezentativni sloj gotovo u svim programskim strukturama, a razlikovanje ova dva sloja je posebno značajno u programima koji se oslanjaju na književnu kulturu. U informativnom sloju, koji je izuzetno značajan, svoje mesto nalaze svojevrсни prikazi knjiga i pisaca najrazličitijih vrsta, počev od naučnih dela i autora naučnika pa do književnih dela i književnika, dok u prezentativnom sloju nalazimo zastupljena uglavnom književna dela, koja nas u ovom slučaju pre svega interesuju.

Polazeći od toga da televizija svojim programima u celini, a posebno svojim kulturnim programima, ne predstavlja oponenta književnoj kulturi, mogli bismo da specifikujemo tri moguća slučaja:

- da književna dela ne čitaju oni televizijski gledaoci koji ni ranije, pre pojave televizije, nisu imali mnogo interesovanja za književnost,
- da pojedina književna dela koja su doživela svoju televizijsku realizaciju sada čitaju i oni koji ranije nisu znali za ta dela, odnosno oni koji uopšte nisu pokazivali mnogo sklonosti ka čitanju, i, najzad,
- da televizijsku realizaciju pojedinih književnih dela gledaju u većini slučajeva oni koji su imali prilike da pročitaju neku od knjiga koja je poslužila kao osnova za televizijsku adaptaciju ili bar neku drugu knjigu od pisca čije se delo prikazuje na televiziji.

Mada bi drugi slučaj bio najtipičniji za uticaj televizije na čitanje, sumnjamo da postoji u svom čistom vidu, kao što ni treći slučaj ne smatramo tipičnim za prirodu odnosa koji nas interesuje. U stvarnoj kulturnoj komunikaciji, pretpostavljamo, postoji kombinacija ovih slučajeva.

Polaznu osnovu za istraživanje našli smo u izjavama kvalifikovanih informatora, u ovom slučaju bibliotekara, koji su ukazali na veliko interesovanje čitalaca za pojedine knjige koje su doživele televizijsku adaptaciju. Izričiti iskazi su glasili: „Vrlo često, posle televizijske serije, koja je rađena prema nekoj knjizi i prikazivana kod nas, interesovanje za tu knjigu je naglo poraslo”,² a navođeni su primeri *Sage o Forsajtima*, *Budenbrokovih*, *Gradića Pejtona* i drugih knjiga odnosno odgovarajućih televizijskih serija ili emisija.

Korišćenje knjiga iz biblioteke, međutim, samo je jedan od načina da se dođe do željenih knjiga za čitanje. Da bi se pročitala neka knjiga postoje bar tri osnovna načina: pozajmica iz biblioteke, pozajmica od prijatelja, drugova, rođaka i kupovina. Ne upuštajući se za sada u ocenu koji je od ovih načina najzastupljeniji, opredelili smo se za potražnju knjiga na knjižarskom tržištu pod uticajem serija odnosno emisija na televiziji rađenih po određenim književnim delima. Kupovanje knjiga je, po nama, manifestacija žive, aktuelne kulturne potrebe u odnosu na knjige. Kupovanjem se, u stvari, izražava kompletna kulturna potreba, u svom motivacionom, intelektualnom i ekonomskom aspektu.

Prema već navedenom istraživanju čitalaca beogradskih biblioteka, od 700 čitalaca koliko ih je ukupno obuhvaćeno ispitivanjem 50% kupuje knjige manje-više redovno, pri čemu je 26% čitalaca kupilo više od 10 knjiga u toku jedne godine. To svedoči da je ovaj kanal za dolaženje do knjiga prilično razvijen. Naravno, drugo je pitanje koliko se knjige kupuju na podsticaj televizije. Ovo drugo, pored onog osnovnog razloga, a to je cena knjige, zavisi od više činilaca: od toga da li je neko delo skoro objavljeno, odnosno da li je doživelo svoje ponovljeno izdanje i od toga koliko je pristupačno u drugim kanalima pozajmljivanja. Ima književnih dela objavljenih pre deceniju ili dve, a možda još i ranije, koja nisu doživela

² Čitaoci beogradskih biblioteka, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, 1973.

ponovljena izdanja, pa ih nije ni moguće naći u knjižarama. Ovde se, dakle, jedan izdavački momenat javlja kao prepreka za uspostavljanje kontakta sa književnim delom koje je doživelo televizijsku realizaciju. Pitanje je takođe da li sva književna dela mogu da se nađu i u svim narodnim bibliotekama kao najpristupačnijim bibliotekama. Nije od manje važnosti ni problem naslova televizijske emisije i književnog dela. Ukoliko postoji podudarnost, što je u većini primera slučaj, identifikovaje književnog dela u knjižari ili biblioteci je vrlo lako. Ukoliko takva podudarnost ne postoji ili ukoliko je televizijska emisija rađena po nekom proznom radu koji je deo veće celine, po nekoj noveli iz zbirke novela na primer, identifikovanje je vrlo otežano. Takav je slučaj, primera radi, sa novelom *Težak put* Franca Bevka ili sa pripovetkom *Petao nije zapevao* Ivana Dončevića.

U svakom slučaju, potpunost i širina ovog međusobnog uticaja između televizije i književnih dela ili bar uticaja televizije na izbor književnih dela među televizijskom publikom zavisi od:

- obima i strukture književnih dela prikazanih u ovoj ili onoj formi na televiziji,
- pristupačnosti ovih književnih dela u knjižarskoj i bibliotekarskoj mreži,
- motivisanosti gledalaca odnosno čitalaca da pronađu ova književna dela da bi ih pročitali.

Prelazimo na konkretnu analizu književnih dela prikazanih na televiziji u jednom vremenskom razdoblju.

KNJIŽEVNA DELA NA TELEVIZIJI TOKOM 1974. GODINE

U obzir je uzeta, kao što se vidi, 1974. godina, koja je u vreme početka ovog istraživanja bila programski i kalendarski završena.

Ne upuštajući se u ocenu da li je to malo, dovoljno ili mnogo, konstatujemo, kada napravimo sistematsku analizu, da književna dela svakako predstavljaju jednu od osnova za televizijske emisije. Konstatujemo da je bilo, u ovoj ili onoj formi, prikazano 48 televizijskih emisija odnosno serija rađenih po književnim delima. Naši autori su bili predstavljeni sa 23 književna dela, a strani sa 25.

Kakva je, međutim, struktura ovih emisija, odnosno serija?

Vidimo, pre svega, da je emitovano pet stranih televizijskih serija sa 38 epizoda i 4 domaće televizijske serije sa ukupno 22 epizode.

Među domaćim serijama najpoznatija i sa najvećim brojem epizoda (9) bila je serija *U registraturi* Ante Kovačića. Samo jedna serija, i to u svega tri epizode, rađena je po romanu savremenog slovenačkog pisca Ivana Tavčara, serija *Cveće ujesen*. Druge dve serije su bile: *Čedomir Ilić* i *Fiškal*.

Među stranim televizijskim serijama svakako je najpoznatija i sa najvećim brojem epizoda (19) bila serija *Rat i mir* engleske televizije. Tu spada i televizijska serija rađena po jednoj od najduhovitijih knjiga francuske književnosti - *Klošmerl*, a sa vrlo velikim brojem epizoda bila je prikazana i kanadska serija *Vajtkoukovi sa Džalne*. Ostale serije su bile: *Očevi i deca* i *Džek London*.

Filmske adaptacije, koje su tokom navedene godine doživele i svoju reprizu na malom ekranu, bile su najbrojnije. Mada to ne možemo da prihvatimo kao tipično televizijski izraz, mi ovaj sloj u strukturi televizijskog programa, s obzirom na uticaj koji ispitujemo, ne možemo da zanemarimo.

Od stranih književnika, njih 15 je predstavljeno preko književnih dela koja su ekranizovana, a od naših znatno manji broj, samo četvorica sa pet književnih dela.

Najpoznatiji filmovi koji su bili prikazani, a koji u isto vreme za osnovu imaju i vrlo poznata književna dela, jesu *Trijumfalna kapija* Eriha Marije Remarka (Erich Maria Remarque), *Ana Karenjina* Lava Tolstoja, *Snegovi Kilimandžara* Ernesta Hemingveja (Ernest Hemingway), *Rimsko proleće gospođe Ston* Tenesi Vilijamsa (Tennessee Williams) i dr. Od naših književnika Branimir Nušić je sa tri filmske adaptacije bio najzastupljeniji.

Za nas su posebno interesantne, ako ne i najznačajnije, televizijske adaptacije pojedinih prozanih književnih dela prikazanih u zaokruženim televizijskim emisijama. Takvih je emisija bilo osam:

1. *Težak put* Franca Bevka
2. *Petao nije zapevao* Ivana Dončevića
3. *Florijanovići* Vladana Desnice

4. *Legenda o Karasu* Stanka Tomašića
5. *Poklon* Mite Foteva
6. *Zlostavljanje* Ive Andrića
7. *Josipina* Slavka Grume, i
8. *Čovek koji je zaustavio sunce* Miodraga Ilića

Ovde se, očigledno, radi o manje poznatim i nedovoljno u književnom smislu popularnim delima naših pisaca, koja, oživljena kroz televizijske adaptacije, mogu da izazovu neočekivana interesovanja.

Najzad, četvrtoj grupi pripadaju dramska dela u izvornom obliku, koja su doživela ili televizijsku adaptaciju ili su jednostavno prikazana kao pozorišni komadi snimljeni za televiziju. Tu su među našim dramskim tekstovima najpoznatiji *Ekvinocio* Ive Vojnovića i *Naši očevi* Vojislava Jovanovića, a od stranih *Dugo putovanje u noć* Judžina O'Nila (Eugene O'Neill), *Otac* Avgusta Strindberga (August Strindberg) i *Heda Gabler* Henrika Ibzena (Henrik Ibsen).

Pošto dramski tekstovi po pravilu nisu tekstovi privlačni za čitanje, u ovom slučaju nije moguće pretpostaviti ni neki veći uticaj prikazanih emisija na opredeljenje čitalaca odnosno gledalaca.

Ostaju, dakle, prethodno navedena tri sloja u strukturi televizijskog programa, pri čemu najznačajnijima smatramo televizijske serije, jer one najduže i najintenzivnije deluju, tako da mnogi još u toku prikazivanja same serije zažele da pročitaju i književno delo po kome je serija rađena. Ne treba, kao što smo naglasili, zanemariti ni uticaj filmovanih romana, a teorijski i praktično, za našu kulturnu praksu i kulturnu komunikaciju, posebno značajnim smatramo odnos između proznih tekstova naših pisaca i njihovih potencijalnih čitalaca kada su ovi tekstovi prevedeni na televizijski izraz.

U okviru svakog od ovih slojeva, međutim, možemo da napravimo još neke relevantne podele. Pre svega, radi se o popularnosti, odnosno nepopularnosti pojedinih književnih dela, odnosno o vremenu kada je neko delo bilo popularno, jer se stalno pojavljuju nova književna dela. Popularnosti serije *Rat i mir* je mogao da doprinese samo roman. Već je popularnosti romana *Klošmerl* - mogla da doprinese istoimena serija, a da ne govorimo o *Čedomiru Iliću*, na primer, ili o *Cveću ujesen*.

Uporedo sa ovim javlja se i problem pristupačnosti. Postoje književna dela koja su u prevodu doživela i po nekoliko izdanja i kojima je zasićeno i knjižarsko tržište i biblioteka mreža i takva književna dela koja su doživela samo jedno izdanje ili najviše dva. Među književnim delima koja su doživela prikazivanje na televiziji, u ovoj ili onoj formi, nesumnjivo se na vrhu liste po broju izdanja nalaze *Rat i mir* i *Ana Karenjina* Lava Tolstoja i *Pikova dama* Aleksandra Puškina. Veliki broj izdanja kod nas imali su, međutim, i *Trijumfalna kapija* Eriha Marija Remarka, *Očevi i deca* Ivana Turgenjeva, *Zvonar Bogorodičine crkve* Viktora Igoa (Victor Hugo), *Grand hotel* Viki Baum (Vicki Baum) i *Klošmerl* Gabrijele Ševalijeja (Gabriel Chevallier). S druge strane, mali broj izdanja imaju *Uljez u prašinu* Viliijema Foknera (William Faulkner), *Snegovi Kilimandžara* Ernesta Hemingveja i *Jenki na dvoru kralja Artura* Mark Tvena (Mark Twain).

Sve to, dakle, zajedno: književni rod, popularnost, broj izdanja, pristupačnost, izazov televizijske emisije i drugo određuje meru uticaja televizije na oživljavanje interesovanja za književna dela.

ISPITIVANJE U VELIKIM BEOGRADSKIM KNJIŽARAMA

Ukazivanje na sve ove momente imalo je za cilj jedino da skrene pažnju koliko je ovaj problem međusobnog uticaja televizije i interesovanja za književna dela složen i posredovan nizom činilaca. Ako bismo izvršili selekciju svih naslova koji su se pojavili na malom ekranu, uzimajući u obzir ovo što smo prethodno rekli, broj naslova knjiga do kojih je relativno lako doći bilo u bibliotekama bilo u knjižarama osetno se smanjuje.

Polazeći od toga, izvršili smo izbor iz svih emisija koje su prikazivane tokom 1974. i zadržali se na šest serija, tri naše i tri strane, na devet filmova koji su uglavnom rađeni po romanima stranih književnika i na četiri prozna rada naših književnika, koja su adaptirana za televizijsko prikazivanje.³

Od serija, to su naše serije *Čedomir Ilić*, *U registraturi* i *Cveće ujesen*, zatim film *Višnja na Tašmajdanu*, a od proznih dela

³ Izlaganje koje sledi i rezultati koji se iznose deo su realizovanog projekta koji je prethodno naveden: *Delovanje televizije na čitanje i potražnju knjiga*, a čiji su autori Mr Miloš Nemanjić i Slobodan Canić, Centar za istraživanje programa i auditorijuma, januar 1976.

Težak put, Petao nije zapevao, Florijanovići i Zlostavljanje. Od stranih serija u ovaj naš mali uzorak su ušle: *Rat i mir, Klošmerl i Očevi i deca*, pa filmovi *Trijumfalna kapija, Pikova dama, Ana Karenjina, Don Kihot, Snegovi Kilimandžara, Bez porodice, Zvonar Bogorodičine crkve i Jenki na dvoru kralja Artura.*

Sa tom listom naslova napravili smo mali upitnik za knjižarske radnike u nekoliko beogradskih knjižara. Odgovori su prispeli iz sledećih knjižara:

1. knjižare „Prosvete” u Knez-Mihailovoj br. 35
2. knjižare „Nolita” u Maršala Tita br. 23
3. knjižare „Jugoslovenske knjige” u Knez-Mihailovoj br.2

S obzirom na mali broj odgovora, kao i s obzirom na nepotpunost evidencije koju su knjižare za ovu svrhu mogle da imaju i eventualnu nesigurnost u pamćenju knjižarskih radnika kada se radi o traženim obaveštenjima, rezultate koji su dobijeni ne treba uzeti kao reprezentativne u strogom smislu reči. Oni su više ilustrativni, ali ipak dovoljno potvrđuju neke naše početne pretpostavke, pa u tom smislu ukazuju na mogućnosti i pravce daljih istraživanja.

Pošto je bilo vrlo teško dobiti precizne podatke o broju prodatih primeraka navedenih knjiga, išli smo na jednostavnu skalu koja je trebalo da odredi, interesovanje kupaca za date knjige pre i posle emitovanja televizijskih realizacija. Ova skala sadrži tri stepena interesovanja pre TV prikazivanja: *malo, srednje i veliko*, da bi posle prikazivanja diferencirala interesovanje kupaca kao *isto, veće i mnogo veće* u odnosu na prethodno izraženo interesovanje, shodno proceni i raspoloživoj dokumentaciji knjižarskih radnika kao stručnih informatora.

Navodimo odgovore prema redosledu navedenih knjižara

„PROSVETA”

Pre svega navodi se da je *malo interesovanje* pre TV prikazivanja vladalo za sledeća dela: *Čedomir Ilić, Cveće ujesen, Klošmerl, Pikova dama, Don Kihot, Težak put, Petao nije zapevao, Florijanovići i Zlostavljanje*, dakle za gotovo sva domaća dela. Njima se, međutim, pridružuju i poznata dela Servantesa (Cervantès) i Puškina. Izuzetak je *U registraturi* možda stoga što je to sastavni deo školske lektire.

Posle TV prikazivanja, serije ili pojedinačne emisije odnosno filma, *mnogo veće interesovanje* je zavlдалo samo za roman Milutina Uskokovića *Čedomir Ilić*, koji je još 1963. objavljen u izdanju „Nolita” i koji je punio magacin izdavača sve do popularne serije. Za sva ostala dela vladalo je *isto interesovanje*, dakle *malo*.

Za ostala dela je pre TV prikazivanja vladalo *srednje interesovanje*, a tu su se našli *U registraturi* i *Višnja na Tašmajdanu*.

Veće interesovanje od srednjeg je zavlдалo za *Trijumfalnu kapiju*, a *mnogo veće* za *Višnju na Tašmajdanu* i *Anu Karenjinu*. Za ostala dela je vladalo *isto interesovanje*, dakle *srednje*.

Ne postoji, na žalost, bar po oceni poznatog knjižarskog radnika iz ove knjižare, nijedno književno delo za koje je pre TV prikazivanja vladalo *veliko interesovanje*.

Što se tiče pitanja koliko je dugo vladalo interesovanje za navedena dela posle TV prikazivanja, odgovor glasi da je ono trajalo nekoliko meseci.

S druge strane, u retkim slučajevima interesovanje za pomenute knjige bilo je povezano sa interesovanjem za druga dela istog pisca.

U pogledu sastava kupaca ne postoji neka značajna razlika.

„NOLIT”

Zanimljiva je saglasnost u odgovorima kada je reč o oceni interesovanja za navedena književna dela pre TV prikazivanja. Za ona ista dela za koja je u Prosvetinoj knjižari navedeno da su imala malu popularnost kod kupaca pre TV prikazivanja, isto važi i ovde. Ovde se samo priključuje još i *Višnja na Tašmajdanu* onim delima za koja je vladalo *malo interesovanje* pre TV prikazivanja, dok je za *Florijanoviće* vladalo *srednje interesovanje*.

Ono što je karakteristično za ovu knjižaru jeste da se navodi da je za sva navedena dela, bez obzira na stepen prethodnog interesovanja, posle TV prikazivanja vladalo *veće* ili *mnogo veće* interesovanje.

Mnogo veće interesovanje je vladalo za *Čedomira Ilića*, koji je prodat u 500 primeraka, za roman *U registraturi*, koji je prodat u 200 primeraka, za *Klošmerl*, koji je prodat takođe u 200 primeraka, za *Pikovu damu*, koja je prodana u 300 primeraka i za *Višnju na Tašmajdanu*, koja je takođe prodana u 300 primeraka.

Mnogo veće interesovanje je zavladao i za *Trijumfalnu kapiju*, *Zvonara Bogorodičine crkve* i *Zlostavljanje*, ali u ovim slučajevima nije naveden broj prodatih primeraka.

Za sva ostala dela navedeno je da je vladalo *veće* interesovanje posle TV prikazivanja.

Interesovanje je inače takođe vladalo nekoliko meseci posle TV prikazivanja odgovarajućih dela.

Što se tiče povezanosti interesovanja, zapažanja knjižara iz ove knjižare su takva da je pojačano interesovanje za dela pojedinih pisaca koja su bila TV prikazana gotovo u svim slučajevima bilo povezano sa interesovanjem za druga dela istog pisca.

Podudarnost se, takođe, javlja i u ovoj i u Prosvetinoj knjižari između odgovora koji se odnose na sastav kupaca, naime da su oni poticali iz svih društvenih slojeva.

„JUGOSLOVENSKA KNJIGA”

Ovde je *malo interesovanje* vladalo pre prikazivanja na TV ekranima samo za dva književna dela: *Čedomira Ilića* od naših pisaca i za roman *Bez porodice* od stranih književnih dela. Za sva ostala dela, osim za *Anu Karenjinu* za koju je vladalo veliko interesovanje, vladalo je *srednje interesovanje*. Posle TV prikazivanja, prema oceni knjižara iz ove knjižare, *mnogo veće interesovanje* je zavladao za roman *U registraturi*, za *Anu Karenjinu* i *Višnju na Tašmajdanu*. *Veće interesovanje* je zavladao za *Rat i mir*, *Očeve i decu*, *Pikovu damu*, *Don Kihota* i *Zvonara Bogorodičine crkve*.

Međutim, odgovor na najvažniji deo upitnika daje mogućnost za jedan rezime. Vidimo da su, pored nekih sličnosti, odgovori iz ove knjižare utoliko specifičniji što se interesovanje za pojedina književna dela posle TV prikazivanja javlja dosta diferencirano. Ako su u knjižari Prosvete najkritičkiji u

odnosu na ovo interesovanje, jer u slučaju malog broja književnih dela navode *mnogo veće interesovanje* posle TV prikazivanja, dok su u knjižari Nolita dali najviše odgovora da je za pojedina književna dela posle TV prikazivanja vladalo mnogo veće interesovanje, ovde se uspostavlja izvesna ravnoteža koja, verovatno, ima svoje objašnjenje koliko u specifičnom položaju svake od ovih knjižara, u različitom sastavu njihovih kupaca toliko i u kvalitetu odgovora pojedinih knjižara odnosno njihovoj slobodnoj proceni ispitivane pojave.

Najbolje je ipak da pogledamo saglasnost, odnosno diferenciranost u oceni kada je reč o našim književnim delima.

Na prvom mestu je Čedomir Ilić.

Ocenjujući interesovanje kupaca za ovo književno delo pre TV prikazivanja - u sve tri knjižare su saglasni da je to interesovanje bilo malo. Posle TV prikazivanja interesovanje za ovo delo je u knjižarama Prosvete i Nolita ocenjeno kao *mnogo veće*, a u knjižari Jugoslovenske knjige kao *veće*.

Mada roman *U registraturi* možda nije dovoljno tipičan jer pripada i školskoj lektiri, u sve tri knjižare navode da je za ovo književno delo vladalo *srednje interesovanje* pre TV prikazivanja. U knjižarama Nolita i Jugoslovenske knjige ocenjuju da je to interesovanje posle TV prikazivanja bilo *mnogo veće*, a u knjižari Prosvete *isto*.

Što se tiče *Cveća ujesen*, u Prosvetinoj knjižari navode da je pre TV prikazivanja interesovanje bilo *srednje*, a u knjižari Nolita *malo*, dok ga u knjižari Jugoslovenske knjige ocenjuju kao *srednje*. Posle TV prikazivanja interesovanje za ovo književno delo je u knjižari Jugoslovenske knjige bilo *mnogo veće*, u knjižari Nolita *veće*, a u knjižari Prosvete *isto*.

Višnja na Tašmajdanu je u knjižari Nolita pre TV prikazivanja uživala *malu popularnost*, a u knjižarama Prosvete i Jugoslovenske knjige *srednju*. Posle TV prikazivanja, u sve tri knjižare je zavlдало *mnogo veće interesovanje*.

Kao što vidimo, ako u obzir za ovakvo neposredno poređenje uzmemo samo ova četiri književna dela - a ta književna dela, s obzirom da pripadaju jugoslovenskom književnom nasleđu, treba da nas i posebno interesuju - konstatujemo veliku saglasnost pri oceni interesovanja za dva književna dela,

naročito pri oceni interesovanja posle TV prikazivanja, i to za *Čedomira Ilića* i *Višnju na Tašmajdanu*, dok pri oceni interesovanja za druga dva književna dela ne konstatujemo veliku saglasnost. Za intenzitet uticaja televizije na izbor književnih dela bitno je da se ta saglasnost uglavnom kreće oko ocene da je interesovanje posle TV prikazivanja veće ili mnogo veće.

Iako ovom prilikom nismo ispitali intenzitet uticaja preko drugog kanala, a to je biblioteka pozajmica, uočene tendencije, mada utvrđene na malom broju primera, možemo da smatramo dosta indikativnim za odnos koji nas je interesovao.

Međutim, to je još uvek samo jednosmeran uticaj, međuuticaj samo utoliko ukoliko je poznavanje književnog nasleđa određivalo odnos prema adaptaciji književnog dela za mali ekran. O pravom međusobnom uticaju između televizije, koja je konstituisana društvena institucija sa svojim specifičnim zadacima i ciljevima, i književnih dela, koja pripadaju književnoj kulturi takođe kao određenoj društvenoj instituciji, moglo bi da se govori tek kada bi bili ispunjeni još neki bitni uslovi.

Stiče se utisak, i pored broja književnih dela koja su doživela svoju televizijsku realizaciju, o sporadičnosti izbora pojedinih dela iz književnog nasleđa. To je još uvek stvar inventivnih pojedinaca, autora sa posebnim afinitetom za tu vrstu posla kakav je adaptacija književnog dela za televizijsko prikazivanje, a manje programski odnos televizije prema književnom nasleđu praćen saznanjem o mogućnostima proširivanja kulturne komunikacije. Ova ocena, možda naizgled preoštra, dobija u težini kada znamo da je broj pravih i valjanih adaptacija književnih dela za televizijsko prikazivanje ipak prilično mali, a samo takve adaptacije mogu da dovedu do povratnog uticaja televizije i na književnu i na televizijsku publiku. Prema tome, reč je o odnosu televizije prema književnom nasleđu koje pruža bogatu građu za televizijske adaptacije.

S druge strane, prikazivanje posebnih televizijskih emisija ili serija koje za osnovu imaju neko književno delo moralo bi da bude praćeno jednom posebnom vrstom kulturne propagande, koja bi se u ovom slučaju sastojala u prikazivanju autora i književnih dela koja su poslužila kao osnova ovim emisijama

ili serijama u visokotiražnim listovima, pre svega listovima koji donose radio i TV programe. To bi u svakom slučaju podsticalo interesovanje publike koliko za TV emisije toliko i za određena književna dela.

Najzad, sistematsko naučno praćenje svih ovih međusobnih uticaja samo bi doprinelo uspostavljanju jedne nove prakse u kulturi.

Д-Р ПРЕДРАГ Ј. ДИМИТРИЈЕВИЋ

РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЈА
у
МЕЂУНАРОДНОМ ЈАВНОМ ПРАВУ

БЕОГРАД
1939

Sl. 25 - Naslovna strana knjige o me -
djunarodnom značaju televizije 1939. g.

DECENIJA OBOGAĆIVANJA NASTAVE

Jubilej Školskog programa Televizije Beograd

Ovog septembra navršilo se deset godina otkako je Televizija Beograd u saradnji sa Zajednicom obrazovanja SR Srbije pokrenula program namenjen učenicima i nastavnicima osnovnih škola *Osnovi opšteg obrazovanja*. Usmerene pre svega đacima, emisije ovog programa bile su zamišljene i ostvarivane tako da i odraslim gledaocima omogućavaju proširenje i dopunu ranije stečenog znanja. Desetogodišnji rezultati pokazuju da je Školski program našao svoje pravo mesto ne samo u programu televizije, već i u sklopu našeg školskog sistema obrazovanja. O tome svedoči i postepen ali stalan porast interesovanja učenika i nastavnika za ove emisije, i sve veća podrška i pomoć dnevne i periodične štampe ovom delu televizijskog programa usmerenog osnovnoj školi.

Na prvi pogled izgleda veoma jednostavno da se tako moćno komunikaciono sredstvo kao što je televizija efikasno koristi i za obrazovanje najmlađih gledalaca. Pogodnosti su, neosporno, bile i ostale ogromne, ali svakome ko se bavi ovim poslom veoma brzo postaje jasno da one lako mogu ostati i neiskorišćene. Nije, naime, dovoljno pokrenuti školsku televiziju, snimiti dovoljno emisija da bi program mogao redovno da se prikazuje, nabaviti potreban broj prijemnika i dodeliti ih školama. I da se televizori nalaze u svakom odeljenju - neke škole u našoj Republici gotovo su dostigle taj stepen „televizifikacij nastave” (kakav izraz!) - to još nije nikakav dokaz da je obrazovanje putem televizije dobro i uspešno organizovano, da donosi najbolje rezultate. Da bi se do toga došlo, potreban je niz drugih aktivnosti koje nisu neophodne kad je reč o praćenju nekih drugih, zapravo, većine emisija na malom ekranu, u školi ili van nje. Kad govorimo o školskim televizijskim emisijama, onda je njihov uspeh nezamisliv bez saradnje nastavnika u razredu.

U okviru školskog programa učenici mogu da upoznaju najpoznatije žive ličnosti iz raznih oblasti nauke, kulture i umetnosti, koje, inače, možda nikada ne bi imali prilike da vide i čuju.

Školska televizija je veliki pomoćnik nastavnika. Ograničene mogućnosti školskih kabineta i laboratorija za naučne ogledе i demonstracije umnožavaju se bezbroj puta dometima filmske i televizijske kamere, koje šalju slike sa površine Meseca, iz okeanskih dubina, prisustvuju izbijanju vulkana, kretanju lednika, istorijskim događajima naših dana... Kamera oživljava geografsku kartu, „leti” sa kontinenta na kontinent, a televizijska emisija dočarava život u nekoj zemlji mnogo uspešnije no što to može da učini nastavnikova reč u učionici.

Ponegde, televizija zamenjuje pedagoga. U zemljama u kojima se oseća nedostatak dobrih nastavnika za pojedine predmete, školske emisije na televiziji prikazuju se kao direktne nastavne jedinice.

Televizija proširuje estetska i emocionalna iskustva učenika, upućujući ga složenim stazama života koji ga okružuje, ponekad pouzdanije i bolje nego što je to u stanju da učini nastavnik.

Jedno od osnovnih, ako ne i najvažnije pitanje koje je iskrslilo prilikom pokretanja Školskog programa Televizije Beograd bilo je: kako zadobiti poverenje nastavnika i kako ih privoleti na saradnju.

Oni su, pre svega, morali znati da televizija ne dolazi da ih potisne i zameni. Štaviše, bilo je neophodno da shvate da školska televizija bez njih ne može. Ma koliko emisija bila izvrsna u svakom pogledu, ona će ipak promašiti cilj ako nastavnik nije bio aktivan pre nego što je gledao emisiju sa učenicima, a i posle. Za školsku emisiju može se, u stvari, reći da je sastavljena od tri dela. Prvo, pre emisije i poslednji, posle nje, pripadaju nastavniku, a srednji je sama emisija. Ako se nastavnik osloni samo na ono što je video i čuo sa malog ekrana, ne razvijajući i ne proširujući znanja koja su učenici mogli da steknu iz emisije, čitav učinak će biti nedovoljan.

Već iz naslova prvih emisija kojima je Program pre deset godina započeo saradnju sa školama: „Mostovi u delu Ive Andrića”, „Kalendar prirode”, „Priče o arhitekturi”, „Profesor istražuje” (priče iz hemije), „Zašto sam takav?” (psihologija), „Čovekovi putevi”...očigledno je da je Televizija Beograd, u saradnji sa istaknutim pedagogima zasnovala školski televizijski program koji neće predstavljati direktnu nastavu, već će služiti kao dopuna, obogaćivanje znanja i podsticaj na učenje, zatim će doprinositi modernizaciji i podizanju nivoa

nastave, a učenicima otvarati vidike u različite oblasti, pa i one koje su školskim nastavnim planom i programom nedovoljno ili nikako obuhvaćene.

U isto vreme, program je trebalo realizovati tako da se učenici i sami, bez prinude nastavnika ili roditelja, zainteresuju za ovakve emisije, čiji su se autori, opet, iz razumljivih razloga, trudili da se onaj tradicionalni pedagoški pečat što manje oseća. Njihova nastojanja, na žalost, nisu bila uvek moguća i ostvarljiva, ponekad i zbog prilično oskudnih materijalnih sredstava kojima su raspolagali.

Kada su juna 1966. prikazane prve ogledne emisije školskog televizijskog programa, dobar deo nastavnika nije bio pripremljen da se koristi novim sredstvom, nije bio spreman da prihvati saradnju novog pomoćnika koji mu se nudio, čak i nametao. Većina nastavnika nije znala šta mali ekran može da pruži i šta treba da očekuju od njega; kako, najzad, da ga najcelishodnije primene u učionici.

Shvatajući ove nesporazume i pokušavajući da ih što bezbolnije i brže izgadi, Redakcija školskog programa organizovala je u više navrata „Pedagoške TV kolonije”. Bili su to svojevrсни seminari na kojima su nastavnici osnovnih škola Srbije tokom letnjeg i zimskog raspusta slušali predavanja o korišćenju školske televizije u nastavi, upoznavali se sa koncepcijom školskog programa Televizije Beograd, sticali prva znanja o tehnici i radu filmskih i televizijskih ekipa, gledali obrazovne emisije, susretali se sa raznim stvaraocima programa - piscima, rediteljima, snimateljima, urednicima, recenzentima i razmenjivali prva stečena iskustva. Ove kolonije omogućile su brže prodiranje emisija školskog programa Televizije Beograd u škole; televizija je sve uspešnije postajala pomoćno nastavno sredstvo.

U tim prvim godinama priličnu poteškoću predstavljao je i nedovoljan broj televizijskih prijemnika. Malo je učenika moglo da prati emisije u svojim kućama; ni u školama nije bilo dovoljno televizora, a dešavao se da oni, i tamo gde ih ima, stoje u nastavničkim zbornicama i učenici se njima ne služe.

Kao što rekosmo, redovno emitovanje Programa počelo je septembra 1966. godine. Prikazivana su dva bloka od 45 minuta nedeljno (svaki sa reprizom), sastavljena od emisija različitih po trajanju, obliku i, naravno, temi. Bile su to

reportaže iz škola i prirode, putopisi, igrane serije iz hemije i srpskohrvatskog jezika; nisu bile zapostavljene ni biologija, fizika, kosmonautika, psihologija... Gotovo da nije bilo oblasti koja je mogla da izazove interesovanje učenika a da nije na izvestan način obrađena u školskim emisijama Televizije Beograd.

Nekoliko godina kasnije, pošto je Televizija Beograd u potpunosti preuzela finansiranje Školskog programa, povećan je broj emisija, njihovo trajanje takođe; one su postajale sve приметnije u opštem televizijskom programu i sve su se više nametale gledaocima kako temama, tako i kvalitetom.

U današnjem Školskom programu Televizije Beograd godišnje se prikaže, sa reprizama, preko 800 emisija, u ukupnom trajanju od oko 23.500 minuta. Njima su obuhvaćene različite teme programa za osnovnu školu, a časovima stranih jezika, francuskog i engleskog, Redakcija se obraća i širem gledalištu, dok se serija *Kocka, kocka, kockica*... namenjena gledaocima koji pohađaju dečje vrtiće.

I pored ograničenih, pa često i veoma oskudnih finansijskih sredstava, emisije Školskog programa uspevale su da dostignu zadovoljavajući profesionalni i pedagoški nivo, a neke čak i da steknu priznanja na televizijskim festivalima u zemlji i inostranstvu (Bled, Portorož, Varna).

Sve je to, naravno, podsticaj stalnim i spoljnim saradnicima za složeni ali i zahvalan posao obrazovanja mladih putem televizije, podsticaj da pojačaju stvaralačke napore kako bi poruke njihovih emisija doprle do još šireg kruga gledalaca i efikasnije delovale na njihovo vaspitavanje.

Lado Pohar

Branko Petrović

SADAŠNJOST I PROJEKCIJE

OSVRT NA II SIMPOZIJUM

„RADIO OSAMDESETIH GODINA”

Suočenje radija sa svojim vrednostima i ograničenjima, medijskim i društvenim karakteristikama donelo je, na planu organizovanog napora da se realno odškrinu vrata buduće decenije, jedan značajan događaj: II simpozijum *Radio osamdesetih godina* u Otavi od 6. do 10. juna 1976. godine. U organizaciji Evropske unije za radio (UER), u čijem se članstvu nalazi i veliki broj radio-difuznih organizama i van Evrope, bio je to nov skup, posle Prvog simpozijuma održanog u jesen 1974. godine u Beogradu. Ambicija domaćina, Kanadskog radija, bila je da se i u vezi sa saznanjima koja su se ocrtala u beogradskim raspravama i dokumentima i u skladu sa onim što je plod dvogodišnjeg protoka vremena, učini dalji korak u odgovoru na „izazov budućnosti”. Koliki je to korak - svakako će pokazati produbljenije analize i rasprave.

Uz sva priznanja Drugom simpozijumu u Kanadi, i upravo radi njih, ostaje neizbrisiv utisak da bi Otava donela možda i više da je nešto veći deo pažnje, i tokom same pripreme II simpozijuma i tokom njegovog rada, bio usmeren na ono što su ljudi savremene svetske radio-difuzije izrekli okupljeni i u Beogradu. Kanadski domaćin, dobar organizator pun iskustva, usmerio je traganje na akciono i ideološko polje u kome se, pre svega, mogu tražiti projekcije i determinante radio-difuzije, radija, u industrijski razvijenim zemljama. To je, čini se, karakteristika i jednovremeno, i vrlina i mana ovog simpozijuma. Da bi ta karakteristika bila isključivo vrlina, moralo bi se pretpostaviti da bi ogroman broj zemalja u razvoju mogao i morao da vidi u sadašnjem trenutku razvijenih zemalja i u njihovom radiju, svoju buduću sliku. Međutim, poznati su, a i na samom simpozijumu o „izazovu

budućnosti" su pominjani elementi po kojima slika savremenih industrijskih zemalja ne samo što nije obavezno ponovljiva, nego u mnogo čemu suštinskom nije ni poželjna u budućnosti.

Kada je već reč o domaćinu i ambicijama jedne razvijene bilingvalne zemlje - francuskog i engleskog jezika, zatim zemlje različitih socijalnih i nacionalnih grupa i ogromnih prostranstava koja su šansa za dejstvo radija, možda je vredno dodati da se povremeno sticao i sledeći utisak: ova velika manifestacija stručnjaka, odnosno rukovodilaca radija iz celog sveta, slično kao i Olimpijada, bila je za Kanađane prilika za nacionalnu afirmaciju na međunarodnom planu i za demonstraciju kanadskih dostignuća i mogućnosti. Dok su susedne SAD slavile 200.godišnjicu postojanja, osećala se u Kanadi rešenost za samostalnim razvitkom i težnja da se iziđe iz senke velikog suseda. Naravno, nije bilo reči o nuđenju jedinstvenih recepata za budućnost. Tražen je samo budući radio, a taj budući radio bio je u mnogo čemu sadašnji radio, čija tehnološka slika i društvena prilika mnogo podseća na iskustva zemalja Komonvelta (pre svega Velike Britanije) i Francuske. Pored naglašavanja vezanosti za ove evropske tradicije, ipak izbija ponekad želja za poznavanjem i mogućnim korišćenjem savremenih iskustava ostalih zemalja, naročito Švedske, Nemačke, Japana, takođe i Jugoslavije.

Na Simpozijumu o razvitku radio-difuzije ova osnovna usmerenost na stare veze Komonvelta praćena je dostojanstvenim (objektivnim i u svakom slučaju opreznim, pa i škrtim) ukazivanjem na postojanje američkog i drugog komercijalnog sistema. Realnost uz realnost. Za prvu realnost, tj. za organizaciju radio-difuzije kao javne službe po tipu BBC, osmejak i oduševljenje nisu prikrivani, za drugu - osećanja nisu otkrivena. Rezultat je prećutno prihvatanje koegzistencije oba sistema, javnog i komercijalnog. Ideološka orijentacija na takav model kao najdemokratskiji naglašena je mnoštvom referata koje su podneli učesnici iz Velike Britanije kao i Kanade i Australije, a predsednici i izveštači radnih grupa nisu bili uvek u prilici da jasnije osete sve ono što je bio svež dah, stvaralačko osporavanje, kucanje na još neotvorene dveri budućeg. Razloga i objašnjenja za to bilo je na pretek: racionalni ljudi koji uglavnom vode radio-organizme uvek daju veću prednost budućnosti shvaćenoj, u stvari, kao sadašnjost koju samo treba produžiti i obazrivo menjati, nego stvarnoj budućnosti koja donosi novo pa i neizvesnost, i

menjanje ne samo nekih koncepata i tipologija već i samih društvenih osnova delovanja radija.

Iz obilja tema, viđenja, suočavanja u Otavi, izvlačimo pregršt opaski i pitanja...

NAPOMENE, OPASKE

1. Sa stanovišta sastava delegacija, sastava učesnika simpozija kao i po izboru i obradi problematike, ovaj međunarodni skup ponovo je bio tipičan sastanak radio-difuznih organizama razvijenih zemalja. Može li se budućnost radija projektovati na saznanjima, interesima, potrebama samo jednog dela sveta, ma bio on i najrazvijeniji?

2. Radio je tretiran u svim raspravama samo kao medij za komuniciranje u okviru nacionalnih zajednica (regionalnih, lokalnih, itd.). A sadašnjost i budućnost radija kao sredstva za međunarodnu komunikaciju ili razdvajanje ljudi, njihovih zajednica i kultura?

3. U diskusijama se polazilo pretežno sa gledišta radio-difuznih institucija, radijske profesije, odnosno komunikatora u radio-difuziji. Proces radijskog obaveštavanja posmatran je suviše jednosmerno, kao informisanje „odozgo prema bazi” i manje kao dvostrano društveno komuniciranje. Može li se govoriti o budućem radiju ako se odseca, zaboravlja ili samo formalno pominje bitni deo prave komunikacije, gde je komunikator samo u službi društvene osnove kojoj je potrebna unutrašnja komunikacija.

4. Radioo je takođe suviše posmatran kao medij za sebe, van potrebne povezanosti sa komunikacijskim kompleksom ostalih medija, odnosno drugih vidova informisanja. Može li se sagledati slika budućeg radija ako se sagledavaju relacije jedino sa televizijom i to, u osnovi, na već staroj i prevaziđenoj liniji utvrđivanja prednosti i nadmetanja. A štampa? Knjiga? Film? Televizija?

5. Ponovimo još jednom i još preciznije: simpozijum u Otavi je tematski širi od beogradskog pre dve godine. To se vidi i po tome što je rasprava vođena ne samo plenarno već i u 15 radnih grupa. Zato je bilo, na primer, mesta i za problematiku kulturnih emisija i za muziku. Ali ako su razudjenijom

organizacijom i fragmentacijom stvarani uslovi da se u principu uđe u dublje slojeve pojedinih tema, da li je i celina slike, u raspravama svedena i uopštavana, pružila jasan vrednosni okvir i odgovarajuće reljefno ukomponovane pojedinosti?

6. Uspehu je doprinelo i bogato gradivo (21 referat) koje su učesnici primili na početku simpozijuma, po dolasku u Otavu. Nažalost, ovi prilozi nisu bili posebno pripremljeni za ovu priliku. Bili su to materijali slične problematike koje su pripremili razna profesionalna tela i pojedinci, ili su poticali sa naučnih i stručnih savetovanja održanih između Prvog simpozija u Beogradu i nastavka u Otavi. Stoga su bili i vrlo raznoliki po tematici i kvalitetu. Neki su bili od znatne naučne vrednosti kao na primer razmišljanja švedskih naučnika koji su na inicijativu tadašnjeg predsednika Palmea u okviru razvojnih istraživanja švedske vlade pripremili i teze pod naslovom *Čovek u komunikacionom sistemu budućnosti*. Ali, da li uz njih mogu ravnopravno da stoje prilozi kao na primer *The media room*, ilustrovani članak Džoana Krona (Joan Kron) iz *New York magazine*-a april 1976, koji predstavlja mešavinu jevtine naučne fantastike i najobičnije reklame za američke firme koje proizvode elektronsku, tonsku i video-opremu?

7. Kao uvod u Simpozijum pariski profesor Sovi (Sauvy) u izlaganju *Izazov budućnosti* izneo je zanimljiva predviđanja mogućnog razvoja društva i medija osamdesetih godina. Bilo je i drugih analiza i procena. Uzete pojedinačno imale su možda manju specifičnu težinu i značenje, ali ako se posmatra celina (naročito prilozi, Vanžermea (Wangermée), Telme Mak Kormak (Thelma McCormac) obezbeđeno je kompleksnije sagledavanje ukupne problematike nego što su tokom rasprave slutili pojedini njeni pravci i akcenti.

8. Dosta radoznalosti, i u radnim grupama i pogotovu van njih, u razgovorima, bilo je i za iskustva jugoslovenskog radija. Predstavnici našeg radija, Branislav Dadić i Olivera Vojvodić u ime JRT, Marko Lehpamer i Franc Pea iz Radio-Zagreba, Lado Pohar iz Radio-Ljubljane i Branko Petrović iz Radio-Beograda, nastojali su da odgovore ovim interesovanjima i da doprinesu u radnim grupama, a i na plenarnom zasedanju, kao i ostali učesnici, opštem uspehu rasprava.

ČETIRI DOMINANTNE TEME

U radnim grupama kojih je bilo petnaest (šesnaesta, o sportu, nije zasedala zbog nedovoljnog broja prijavljenih delegata) dodirnete su mnoge oblasti, različiti aspekti budućeg razvoja radija. Nekolike teme, i po tome što su pretresane u posebnim grupama, a i zbog toga što su se neizbežno javljale i u ostalim, bile su od posebnog značaja. Valjalo bi izdvojiti, pre svega, sledeće:

1. Kako će ljudi da shvataju i upotrebljavaju radijske programe?
2. Da li se radio i televizija mogu dopunjavati?
3. Da li će nam osamdesete godine doneti poplavu informacija?
4. Kome je radio odgovoran?

Očigledno teme su raznolike. U vezi sa njima, a i inače, u raspravama je najviše ukazivano na potrebu istraživanja programa kao i poznavanja socio-demografske strukture publike i njenih zahteva. Ali pogledajmo поближе pomenute osnovne teme.

KAKO ĆE LJUDI SHVATATI I UPOTREBLJAVATI RADIJSKE PROGRAME

Osnovu za ovu raspravu pružao je referat Geralda Maloa (Glerald Malo) o slušanosti radija, koji je bio pripremljen na osnovu ankete zemalja učesnica. Prihvaćena je konstatacija iz ovog gradiva o tri „špice” slušanosti:ujutru,u podne i popodne.

Debata je vođena zatim o tome da li je televizija svojim večernjim emisijama zaista otela publiku radiju. Opštem uverenju suprotstavljena su iskustva nekih uspešnih radio-emisija u Švajcarskoj, Kanadi, Zapadnoj Nemačkoj i Japanu. Ovi primeri koje su neki protumačili kao dokaz da radio može da savlada televizijsku konkurenciju čak i u večernjem najgledanijem vremenu, kasnije su ocenjeni kao iznimci koji potvrđuju pravilo o dominaciji televizije u tom programskom pojasu. Preporučena je razumna programska podela između radija i televizije u toku dana i nedelja, ali tako da se u toj подели radio ne povlači već da se bori za publiku na celom frontu. Neki govornici, na primer iz SAD, podsećali su da TV

u mnogim zemljama ne predstavlja više dominantan oblik korišćenja slobodnog vremena, već da i ona ulazi u razdoblje intenzivnije borbe za publiku.

Prema stavovima koji su preovladali, radio budućnosti treba da vodi računa o sledećem:

- da se privikne na položaj komplementarnog medija i da nađe svoje mesto uz štampu, film, pozorište i televiziju, kasete i ostale novine koje publika istovremeno koristi;
- povećana mogućnost izbora dovešće do veće selektivnosti, ali publika sve više pravi selekciju unutar većeg broja TV kanala nego između radija i TV;
- pored povećane pažnje šta će da emituje u određeno doba dana i nedelje, radio treba da vodi računa i o novom obliku praćenja radija, „pasivnom slušanju” (radijski program kao kulisa). Navodi nekih diskutanata da, na primer, ujutru tek polovina slušalaca pažljivo sluša radio, poklapaju se sa rezultatima istraživanja u Jugoslaviji. I neka zapažanja u pogledu korišćenja radija u toku dana i nedelje slična su našima.

U raspravama je ukazano i na spoljne faktore koji će ubuduće uticati na programe radija. Navodimo ih onako kako su definisani:

- u auditorijumu će se povećati udeo populacije iznad 55 godina starosti;
- porašće broj zaposlenih žena;
- smanjiće se broj mladih zaposlenih;
- grupa između 18 i 24 godine odrasla je u doba televizije i shvataće radio samo kao sredstvo distribucije lake muzike, a ne kao izvor ozbiljnih sadržaja;
- menjaće se pogledi na svetska zbivanja: intenzivnija će biti interesovanja za privrednu problematiku;
- proširiće se svest o međuzavisnosti sveta i o potrebama očuvanja čovekove okoline;
- porašće interes za edukativne programe radija.

U budućnosti, kako je istaknuto, radio treba ne samo da shvata ove promene i potrebe već i da ih odražava. Povodom toga izbila je žestoka rasprava o društvenoj ulozi radija. Da li

on treba samo da odražava ili da rukovodi? Da li u budućnosti radio treba da se usmeri na široku, nacionalnu publiku ili na posebne slušalačke grupe? Neki govornici isticali su da će se radio afirmisati samo približavanjem svakodnevnim životnim potrebama „malog čoveka”. U vezi s tim je naglašena velika budućnost lokalnih programa. Ali, bilo je i stavova da radio više i nije masovni medij i da bi trebalo da se usmeri, pre svega, na posebne grupe, da bude što potpuniji servis za zadovoljavanje njihovih različitih potreba, itd. S druge strane, upozoreno je na opasnost od prevelike decentralizacije i usitnjenosti programa za homogenost nacionalne kulture i istaknuta uloga nacionalnih mreža i programa.

MOGU LI SE RADIO I TELEVIZIJA DOPUNJAVATI?

Pitanje da li su radio i televizija komplementarni mediji i kako se mogu dopunjavati bliže je obrađivano kroz tri grupe pitanja:

1. Da li radio i TV treba da budu zajedničke ili odvojene organizacije?
2. Da li radio i TV treba da se pojedinačno usmere na programe u kojima imaju komparativne prednosti i da li je nužna programska podela i specijalizacija?
3. Ako je dovoljna samo saradnja među njima, onda na kojim područjima?

1. Zajednička ili odvojena organizacija?

Učesnici u raspravi koji su tražili odvojene organizacije za radio i TV iznosili su najčešće kao argument da je radio u zajednici sa TV uvek „siromašniji rođak” i da će u samostalnoj organizaciji imati više slobode u svakom pogledu. Drugi, koji su istupali protiv ideje o odvojenim organizacijama obrazlagali su svoj stav prednostima na administrativnom i finansijskom planu: zajednička organizacija je racionalnija i isticali su da jača organizacija (zajednička) može lakše da se odupre različitim pritiscima spolja i sl.

Na kraju, za separatne organizacije izjasnili su se samo predstavnici Irana i Novog Zelanda. Francuzi nisu želeli da

ocene svoju nedavnu podelu ističući da su njihova iskustva vezana za suviše kratko razdoblje. Svi ostali bili su protiv podele.

2. Programska specijalizacija?

Većina je bila takođe protiv specijalizacije, odnosno programske podele između radijskog i televizijskog medija, na primer, na liniji: radio - muzika i vesti, a TV - razonoda, sport, drama. Ovo je ocenjeno kao nepoželjno, neopravdano i štetno. Ovakva podela pogotovu bi bila nemoguća u zemljama gde televizija još nije razvijena.

3. Kakva saradnja?

Saradnja između radija i televizije najčešća je na području dnevnog informativnog programa. Naglašeno je da je ona korisnija na području „imputa” nego „autputa”. Ali čak i u pogledu organizovanja zajedničkog „imputa” izražene su rezerve. Zbog različitosti medija, raznih načina rada i izbegavanja jednoobraznosti mnogi su nastupali protiv korišćenja istih dopisnika za radio i TV.

U ovoj raspravi bilo je pokušaja da se odnos između radija i TV prikaže kao rivalstvo u kojem radio treba da iskoristi sve šanse i sredstva koja mu stoje na raspolaganju. U tom kontekstu ponovo je istaknuto preimućstvo lokalnih programa, naročito informativnih, gde televizija još dugo neće biti konkurent radiju. Radna grupa je, na kraju, ponudila plenumu sledeće odgovore na pet postavljenih pitanja:

- Da li radio i TV treba da se finansiraju iz istih izvora, odnosno da udružuju sredstva za svoj programski rad? Mišljenja su ostala podeljena i nije bilo jedinstvenog odgovora.
- Da li jedna ili dve odvojene organizacije? Većin je za jednu, jedinstvenu organizaciju.
- Da li specijalizacija i koncentracija radija na određene programe? Ideja jednoglasno odbačena: radio ništa ne može da prepusti TV.
- Kako koordinirati programske i ostale službe? Svako prema svojim mogućnostima i koristima kao i do sada.
- Gde su prednosti i slabosti medija? Postojanje mnogo pogleda, ali nedovoljno iskristalizovanih ideja „u glavnom

ništa novo" (na primer: da je TV medij grupe domaćinstva, porodice, a radio medij pojedinca: kao prijatelj osamljenog čoveka, radio apeluje na racio, a TV na emocije itd).

DA LI ĆE OSAMDESETE GODINE DONETI POPLAVU INFORMACIJA

U raspravi u specijalizovanoj grupi, a i u drugim prilikama, konstatovano je da je na radiju već sada suviše govornog programa, što će se ubuduće verovatno još povećati. Vesti bi trebalo i dalje da budu slušaocima često na raspolaganju. Nije, međutim, verovatno da će ih ljudi ubuduće slušati više nego sada. Protiv poplave „zagađivanja informacijama“, ljudi imaju odbrambene mehanizme: sami određuju da li će slušati, šta i koliko. Od dileme da li je suviše informacija i koliko treba da ih bude, rasprava je zatim krenula u sledeća dva pravca:

- a) Šta treba informacija da pruža?
- b) Kakva treba da bude informacija?

U diskusiji o tome šta informacija treba da obuhvata naglašeno je da današnjim vestima nisu obuhvaćena mnoga područja od interesa za slušaoca (na primer pitanja zdravlja i medicine). Mnogo se izveštava o nesrećama širom sveta dok radnici u nekom području nisu, na primer, obavešteni o problemima neposredno vezanim za njihov život i rad.

U ovom delu intervenisali smo pitanjem: čemu treba informacija da služi? Svoje poglede ilustrovali smo rezultatima našeg istraživanja na temu: informisanje u funkciji samoupravnog odlučivanja. Naveli smo podatke o obaveštavanju putem radija i TV i drugih izvora informacija na području opštine Šentjur u Sloveniji. Skup je pažljivo saslušao podatke o izvoru informacija i o obaveštenosti radnika i stanovništva ove komune, o neskladu između interesa pojedinih kategorija za informacije i izvore informacija u nacionalnim i lokalnim medijima. U izveštaj grupe, na osnovu ove intervencije ušla je formulacija: „U nekim zemljama ljudi se pitaju kakvom cilju treba da posluže vesti. Odgovor je da vesti treba da pružaju informacije potrebne za učešće ljudi u kolektivnom životu zemlje". (Valja napomenuti, inače, da je bila opšta praksa da se u zaključcima ne pominju imena zemalja.

U raspravi o tome kakva bi trebalo da bude informacija, kritikovana je praksa emitovanja pretežno kratkih vesti, „vesti bez pamćenja”. Mnogobrojni govornici su istupali protiv informisanja pomoću šturih vesti istrganih iz konteksta i nepovezanih. Vesti treba zaokružiti, rečeno je, i pružati što celovitiju informaciju. Mnogi su smatrali da informisanje na radiju mora da se proširi edukativnom dimenzijom. Pored vesti treba emitovati šire izveštaje, analize i komentare. Radio-komentaru su mnogi proricali veliku budućnost u osamdesetim godinama. S druge strane, navođeni su kao „ugroženi” radijski sadržaji i oblici: eseji, predavanja i dokumentarne emisije. Učesnici su se zalagali za bolji kvalitet novinarskog rada na području vesti i informacija. Novinari ne bi smeli da se zanose samo dimenzijom neposrednosti radijskog medija. Trebalo bi da koriste i sve ostale dimenzije i mogućnosti. Radio ne bi trebalo nikako da se odrekne novih oblika u budućem informisanju, na primer: kaseta, ploča itd. Cilj informisanja osamdesetih godina treba da bude: ne što informisaniji, nego što *bolje* informisan slušalac.

KOME JE RADIO ODGOVORAN

Početna debata u posebnoj grupi, kao i u grupi koja je raspravljala o temi da li treba povećati participaciju slušalaca, ukazala je na jednu grešku simpozijuma. Često nije neposredno raspravljano o glavnoj temi, nije bilo doslednijih pokušaja da se otkrije budućnost radija, već se sve pretežno svodilo na analizu sadašnjeg stanja, ponekad glorifikaciju postojeće prakse. Utvrđeno je da bi tema ove grupe trebalo da glasi: kome će radio biti ubuduće odgovoran? Međutim, rasprava je i ovde vođena o sadašnjem stanju a zvanični zaključci preporučuju oblike odgovornosti radija društvu kakvo sada postoji u industrijski razvijenom i, posebno, u anglosaksonskom svetu (tačnije u Velikoj Britaniji) kao najpogodnije i demokratski razvijeno.

Debata je tako usmeravana da je ovaj model BBC-a ispio kao „srednji put između više ekstrema”, u prvom redu između komercijalnog i državnog modela, između mišljenja da su za radio odgovorni samo radijski ljudi i stava da je radio „suviše značajan da bi bio prepušten samo ljudima na radiju.” Najviše je kritikovan model odgovornosti radija državi, odnosno

politici. Ovo se, u nekim prilikama naglašeno odnosilo na radio-organizme zemalja u razvoju. Većina diskutiranih sa predsjednikom grupe na čelu pozivala je radijske ljude da se bore za nezavisnost radija i to kako protiv uticaja vlada tako i protiv dejstva drugih grupa za pritisak (političkih, privrednih i drugih).

Oni su ocenili da će pritisci na radio u budućnosti još i ojačati sa svih strana. Profesionalci na radiju, rečeno je, moći će da se tome odupru samo ako budu umeli da održavaju pravilan balans u programskom izboru i objektivnost u prikazivanju „stvarnosti”. Zato je nužno dobro poznavanje publike i njenih potreba pomoću solidne službe za istraživanje auditorijuma. Društvene obaveze radija mogu se objektivnije ostvarivati ako RTV organizacije uključe u svoja savetodavna tela „predstavnike svih elemenata i interesa društva.” Radio, profesionalac na radiju, biće rukovođen spontanom povratnim spregom publike i društvenih predstavnika, i odgovoran ubuduće kao i sada samo društvu u celini”.

Nije slučajno što je ova tema došla na dnevni red na kraju debate radnih grupa, jer se očekivalo da će biti nabijena ideološkim i političkim pristupima. Tako je i bilo, iako se tema o društvenoj odgovornosti medija pojavljivala i ranije, u raspravama drugih radnih grupa. Zato je ovde bilo pokušaja da se debata ubrza i skрати isticanjem da su „ove stvari i suviše poznate”.

Neki predstavnici zemalja u razvoju smatrali su da nema mesta velikim raspravama pošto je jasno, kako je rečeno, da je radio odgovoran državi, odnosno vladi. Mi smo nastojali da iznesemo naše shvatanje društvene odgovornosti medija, da prikazemo naš model društvenog upravljanja u RTV ustanovama, koji s jedne strane obezbeđuje uticaj korisnika i društva kao celine, a s druge omogućuje da se ostvare prava i odgovornost zaposlenih u radiju.

Posebno interesovanje za naše izlaganje pokazali su neki mlađi saradnici iz radio-difuznih organizama vanevropskih zemalja, pre svega Australije i Kanade koji su, inače, mahom autori najzapaženijih i najoriginalnijih priloga o budućnosti radija. Njihovi najbolji prilozi publikovani su kao poseban dokument simpozijuma. Uvodni prilog koji je napisao Australijanac dr Čelis (Challis), nosi naslov: „Pravo na radijsko komuniciranje”. Challis je ovaj prilog počeo navođenjem jedne inspirativne Brehtove misli:

„Radio treba da promeni svoju funkciju. Treba da se promeni od sredstva distribucije u sredstvo komunikacije. Radio bi mogao da bude najblistavije sredstvo komunikacije koje se može zamisliti u javnom životu, ogroman sistem povezivanja; mogao bi to da postane ako bude sposoban ne samo da emituje već i da prima; ako bude slušaocima omogućio ne samo da slušaju, već i da govore, tako da ih ne samo ne izoluje već i povezuje. Radio bi, dakle, morao da se odrekne starateljstva i da organizuje slušaoce kao staratelje”.

Ovakvo rezonovanje bilo je na ovom simpozijumu prilično usamljeno. Teorijsko objašnjenje uloge masovnih komunikacionih sredstava, posebno radija, iznela je na kraju samo još profesor Torontskog univerziteta Telma Makkormak, koja je svoje zanimljivo istupanje završila ovim rečima:

„Radio će u osamdesetim godinama, mislim, imati svoju novu šansu. Dok se vlade nespreno hvataju u koštac sa ekonomskim i ekološkim neusklađenostima, radio je zbog svoje fleksibilnosti i zato što je sam izbačen pred vrata, stoga što je sam već dvadeset godina žrtva, u jedinstvenom položaju da govori u prilog društvenim promenama, da se identifikuje sa žrtvama, da se suprotstavlja atmosferi „zakona i reda” za koju se plašim da nam se nameće. Televizija to neće. I suviše je ušančena u svet nove, srednje klase. Ona će čak možda postati glasnik u prilog zakona i reda. Ni štampa sigurno neće. Ona je suviše finansijski vezana za klase bogatih. Tako će ovo biti decenija radija”.

I sasvim na kraju da pomenemo... Naš stav, koji smo nastojali da što jasnije obrazložimo, izneli smo i u plenumskoj raspravi o participaciji slušalaca, a i u javnom istupanju za kanadsku televiziju:

„Postavili smo kao osnovnu temu radne grupe: Treba li povećati participaciju slušalaca? Pitanje bi valjalo obrnuti: Hoće li slušaoci osamdesetih godina odlučiti da povećaju ili smanje učešće nas profesionalaca u programu?”

Dušan Slavković

RADIO - VEST

Ogroman tehnički napredak poslednjih decenija i gotovo neverovatna tehnička i tehnološka dostignuća doprineli su bržem, lakšem i efikasnijem prikupljanju, oblikovanju i, iznad svega, plasiranju informacija, ali su, u isti mah, načinili značajne razlike u sredstvima masovnog komuniciranja. Upravo sa gledišta korišćenja tehnike i tehničkih novina, pomoću kojih se prenose novinske informacije, u savremenom svetu postoji nekoliko osnovnih načina obaveštavanja javnosti i, s tim u vezi, nekoliko vrsta institucionalizovanih sredstava masovnog komuniciranja. To su:

- štampa,
- radio,
- televizija,
- novinske agencije i
- film.

Pojava radija kao informativnog medijuma načinila je dvadesetih godina ovoga veka ogroman, čak revolucionaran korak u sredstvima masovnog komuniciranja, kao što je, zahvaljujući upravo radiju, kasnije i televiziji, vremenski razmak od događaja do vesti o tom događaju neverovatno skraćen, bez obzira na kojem se kraju zemljine kugle odigrao. Savremeni čovek više ne mora da čeka jutarnja izdanja novina da bi saznao, recimo, za smenu vlade u Boliviji ili za zemljotres u Japanu. Gotovo istog časa on će preko radija u detalje biti obavešten o tome šta se bilo gde u svetu

odigrava. Čak i prenos sa Meseca (i radijski i televizijski) više ne uzbuđuje ljude, postao je nešto sasvim obično. Radio (i televizija) skratio je vreme i prostor - svet je postao sasvim mali. A samo pre 160 godina vest o ishodu bitke kod Vaterloa, u kojoj je Napoleon poražen, stigla je u London tri dana kasnije, iako je razdaljina između ta dva mesta jedva 350 kilometara; u njujorškim novinama ova vest je objavljena ravno 44 dana kasnije!

U čemu je specifičnost radija, njegova prednost?

1. mogućnost istovremenog ili veoma brzog saopštavanja informacija o događajima,
2. mogućnost konstantnog praćenja toka događaja koji duže traje i ima izuzetan značaj,
3. autentičnost, izvornost (zvuk, govor) obaveštavanja o događajima.

Već ovim osobenostima radija uslovljene su neke osobenosti i jednog od osnovnih novinarskih proizvoda, vesti. Jer vest na radiju ima izuzetan značaj, reklo bi se čak veći značaj od vesti u štampi, pošto se obaveštenje o nekom događaju, po pravilu, prvo emituje preko radija. Upravo zato, čitav radio-program podređen je emisijama vesti koje se, uglavnom, daju na dva načina: u fiksiranom vremenu, obično svakog punog sata u trajanju od po dva do pet minuta ili, pak, između muzičkih tačaka ali samo onda kada se primi neka nova i značajnija vest. Fiksirano vreme za emitovanje vesti, čini se, više odgovara slušaocima koji često uključuju radio-prijemnike samo zato da bi saznali novosti iz zemlje i sveta.

Postoji više različitih definicija vesti, ali se one uglavnom sve svode na sledeće: vest je osnovni, bitni oblik novinarskog izražavanja preko kojeg se javnost u najkraćim crtama upoznaje sa jednom ili više činjenica života (čovekom, događajem ili pojavom). Definicija je, naravno, uprošćena i u njoj se ne nalazi nekoliko važnijih elemenata:

vest mora da donosi *novost*,
ona mora da bude *aktuelna* i *istinita*,
ona treba da bude *važna*, odnosno *zanimljiva*,
i da, prema našim idejnim shvatanjima, odgovara osnovnom konceptu izgradnje socijalističkog samoupravnog društva. Ovaj poslednji element, *idejni stav*, čini okosicu u političkoj fizionomiji sredstava masovnog komuniciranja, pa je prema tome različit od sistema do sistema, od zemlje do zemlje, a zavisi, pre svega, od toga u čijim se rukama nalaze štampa, radio, televizija, agencije i film, odnosno čiji interes zastupaju i brane. Kriterijum je, dakle, isključivo klasni.

Da li postoji razlika između vesti u štampi, s jedne, i vesti na radiju, s druge strane? Pitanje je, na izgled, apsurdno, jer vest, kako je rečeno, ima zadatak da u najkraćim crtama obavesti javnost o jednoj ili više činjenica života. Stoga nema i ne može biti nekih naročitih izmena, prilagođavanja specifičnostima medijuma koji je koriste. Pa ipak, postoje izvesna pravila koja donekle izdvajaju radio-vest od vesti u štampi (i na televiziji, naravno), a naročito kada su u pitanju događaji od izuzetne važnosti ili kada traju duže.

Pre svega, čitalac može u štampi vest da pročita više puta, a na radiju (i televiziji)

može da čuje samo jednom (sa izuzetkom onih vesti koje se ponavljaju i pod pretpostavkom da se radio neprekidno sluša ili televizija neprekidno gleda). Zbog toga, radio-vest mora da bude preglednija, sažetija, izražajnija, kako bi bila maksimalno razumljiva. To je nemoguće postići krupnim naslovima, slogom i preredom ili ilustracijama kao u novinama. Na radiju se, dakle, vesti moraju da prave kratko, jasno i precizno, stavljanjem u prvu rečenicu najvažnijeg elementa činjenice koja sačinjava sadržinu vesti (princip „glave vesti”).

Prema tome, tri elementa čine jezičku osnovu vesti uopšte i vesti na radiju posebno, pisati treba kratko, jasno i precizno:

1. kratko, znači biti štedljiv ne samo na rečima, već i na činjenicama koje se prezentiraju, izneti, dakle, samo bitno, ono što će dati i sliku i karakteristiku događaja, pojave ili čoveka; to od novinara zahteva poznavanje materije, idejno-politički kriterijum koji će mu omogućiti tačnu selekciju tih životnih činjenica;
2. jasno, znači da misao mora biti iskazana jednostavnim, svakom razumljivim rečima, da bude čista, nezamagljena, da ima logički red i poredak da se lako shvati, dakle, ne sme se opteretiti nikakvim provokativnim sadržajima i mogućnostima da se protumači na različite načine;
3. precizno, znači, pre svega, tačno, konkretno, srž stvari, dakle, ne okolišiti, ne zaobilaziti suštinu, udariti u sred te već odabrane najvažnije činjenice, u njenu unutrašnjost i slojevitost, u ono što je

najčešće skriveno običnom oku, a bez ikakvih stilskih figura i, naročito, fraza. Jer fraza i fraziranje, to je do rituala dovedeno praznorečje, neuspeli pokušaj prikrivanja neznanja, potpuna neodgovornost novinara pred auditorijumom, zloupotreba vremena i strpljenja drugih, jednom reči, nepoštovanje čoveka.

Pisati za štampu i govoriti preko radija su dva različita posla i sa gledišta novinarskog stvaranja, čak kada su u pitanju i vesti. Branislav Nušić kaže: „Napisana i izgovorena reč nisu jedno isto; tako isto se razlikuje i stil pisani od usmenog. Ako neko ima dobar pismeni stil, ne znači još da mora imati i usmeni. Veliki pisci (stilisti) retko su kad bili dobri besednici i obratno. Pisana reč odrazuje se u duši kroz oko, a kazana reč kroz uho, i u tome leži osnova razlici stila, jer, dok pisana rečenica postiže utisak samo svojim sintaktičnim (stilskim) osobinama, dotle je tonska osobina rečenice koja se prima kroz uho od pretežnijeg značaja.”¹ Uopšte, vest sa radija dublje ulazi u svest, efekat je često veoma jak i lako je stvoriti paniku u javnosti, naravno ako se mogućnosti radija zloupotrebe. Upravo iz tih psiholoških razloga, radio ne trpi vesti koje se odnose na kriminal (naravno, izuzetaka ima, naročito ako su u pitanju nesvakidašnji slučajevi). To je, inače, zanimljiv fenomen: bulevarska štampa živi od kriminalne hronike kojoj nema mesta u radio-programima.

Radivoje Marković ističe: „Svaka vest na radiju je vest sa prve strane”. To poređenje radija sa štampom nije puka formalnost, već ima sasvim određeno praktično značenje. Naime, ako se u dnevnom listu sa

¹ Branislav Nušić: *Retorika* (II izd.), „Geca Kon”, Beograd, 1938. str. 86-7.

posebnom pažnjom, po pooštrenom kriterijumu, odabira ono što će se objaviti na prvoj strani, na istaknutom i upadljivom mestu, radio bi morao da primenjuje sličan, ako ne i potpuno isti kriterijum u izboru svojih vesti i informacija. Jer vesti na radiju su „prva strana”, a skoro svaka vest „vest sa prvog stupca”.² Pa ipak, važnost vesti na radiju ističe se prema redosledu, najvažnije idu u čelo emisije, dok se na poslednjem mestu nalaze one o sportskim događajima i meteorološki bilten.

² Radivoje Marković: „Radio-novinarstvo”, u knjizi *Suvremeno novinarstvo*, novinarska izdavačka kuća „Stvarnost”, Zagreb, 1964, str. 245-246.

Već je rečeno da je jedna od specifičnosti radio-vesti neophodnost njenog ponavljanja s obzirom na to da postoji veći broj emisija vesti u toku dana. Da bi se izbegla stereotipnost, najvažnije činjenice jedne vesti donose se u novim oblicima, menja se redosled reči i rečenica, stilski se ponovo obrađuju. U radio-vesti neophodno je, takođe, češće ponavljati subjekt (ime ličnosti) ili mesto radnje (država, rejon, grad, selo), a manje koristiti zamenice i priloge (on, ona ili ovde, tamo), pošto slušalac nije u stanju da odmah zapamti ime ličnosti i mesto radnje. Isto tako iz radio-vesti treba što više eliminisati brojke, procenat, strane izraze; upotrebljavati samo one najznačajnije brojke i procenat i samo one varvarizme koji se ne mogu zameniti našim rečima. „Ima mnogo ljudi” - kaže Englez Soren Munkhof - „koji znaju šta znači neka retko upotrebljavana reč, ali moraju da zastanu da bi promislili o njoj. Moguće je da o tome misle samo tri do četiri sekunde i onda shvate šta ona znači. Za vreme te četiri sekunde, spiker je izgovorio drugih deset do petnaest reči, koje je slušalac ispustio. Pretpostavimo da smo upotrebili još jednu neuobičajenu reč.

To će značiti nove četiri sekunde prisećanja o njenom značaju i novih petnaest ispuštenih reči, zbog čega čitava priča može da bude izgubljena.”³

Poznato je da u sredstvima masovne komunikacije postoje različite vrste vesti: neke su kraće, neke duže, neke sasvim kratke, jedva u nekoliko reči, nekima nedostaju svi elementi relevantni za činjenicu o kojoj se u vesti govori, neke se iz dana u dan ponavljaju ali uvek sa novim detaljima, neke imaju isti način, tehniku obrade, neke opet sasvim drugu formu itd. Upravo tu se i nalazi kriterijum za klasifikaciju vesti, u načinu obrade, dakle, u formi, u kompoziciji, u jezičkoj ili filmskoj obradi u kojoj se pojavljuje (forma je u dijalektičkoj sprezi sa sadržinom). U tom pogledu postoje dve vrste vesti:

1. pisane (pa štampane ili izgovorene).
2. vizuelne (one koje slikom saopštavaju svoj sadržaj).

Naravno, radio prihvata samo pisane vesti i u toj kategoriji sve njene podvrste. Međutim, zbog specifičnosti medijuma na radiju se najviše upotrebljavaju sledeće vrste pisanih vesti:

- vest osnovnog tipa (klasična vest),
- vesti u nizu,
- fleš.

Ove druge dve podvrste pisanih vesti primenjuju se samo onda kada su u pitanju događaji od izuzetnog značaja ili kada jedan događaj duže traje.

Vest osnovnog tipa (klasična vest). To je kompletna vest, ona koja sadrži sve principe stvaranja ove kategorije novinarskog izražavanja, a posebno pravilo

³ Sören Munkhof: „Karakteristike izražavanja radio-informacije”, *Informisanje u praksi*, broj 2/1971, str. 36-38.

pet bitnih pitanja. Osim toga, pravi se sa glavom (lidom), kompoziciono čvrsto i jednostavno, jezički čisto, jasno, precizno i, naravno, kratko, kraće nego u štampi, u kojoj, ponekad, čak i u vesti ima narativnosti, dužeg pričanja, više detalja, objašnjenja. Radio-vesti, i ova, klasična po svom oblikovanju, mora u sebi da nosi „blic“-karakter, da bude brza, prodorna, efikasna. U engleskom novinarstvu postoji izreka: vest na radiju treba da deluje na slušaocce onako kako na ženu deluje muževljevo obaveštenje da je dobio povišicu plate ili veliku sumu novca na kladionici.

Vesti u nizu. Svaka činjenica života obrađena u vesti ima svoju istoriju, svoj početak, svoj tok i svoju završnicu. To vremensko trajanje može da bude duže ili kraće. Ako je kraće, odnosno sasvim kratko, emitovanjem vesti činjenica sadržana u njoj završila je zauvek svoj novinarski život. Međutim ima činjenica života koje traju mnogo duže, nekoliko sati, nekoliko dana, čak nekoliko meseci ili godina. To vremensko trajanje ima, naravno, svoje faze, nove elemente, pri čemu se uvek, kao osnova, nalazi ona bitna činjenica zbog koje je vest nastala i o kojoj se u vesti govori.

Karakteristika vesti u nizu nalazi se, dakle, u stalnom, kontinuiranom obaveštavanju o jednoj činjenici, u stalnom, kontinuiranom praćenju razvoja i svih faza razvoja te činjenice. Iz toga proizilazi specifičnost vesti u nizu: kada donose novi momenat u određenom događaju obavezno moraju da podsete na najvažniji element tog događaja, jer se s pravom smatra da su čitaoci,

slušaoci ili gledaoci zaboravili taj glavni element događaja.

Vesti u nizu naročito su pogodne za radio-stanice, preko takvih vesti prati se kontinuirano događaj koji traje nekoliko sati ili čitav dan (pa i duže), i to iz sata u sat, pri čemu je početak vesti rezervisan za najnoviji element određenog događaja. Karakterističan je u tom pogledu bio zemljotres u Skoplju ili Banja Luci ili Deseti kongres Saveza komunista Jugoslavije, radio-stanice su preko vesti u nizu obaveštavale javnost o ovim događajima gotovo svakog trenutka, kad god se u njima javljao novi momenat (nova činjenica).

Fleš (engl. *flash* - munja). Takođe kategorija vesti, jedan njen oblik, a glavna mu je karakteristika u tome što daje obaveštenje o jednom, po pravilu, izuzetnom događaju sasvim kratko, u svega nekoliko reči. To je, u stvari, skraćena vest ili, još bolje, samo deo glave vesti: predstavlja najavu vesti koja će kasnije slediti i u kojoj će se dati detaljnije, detaljnije obaveštenje o tom događaju. Fleš je oblik novinarskog izražavanja koji naročito interesuje agencije i radio-stanice i to zbog njegovog bitnog obeležja - brzine objavljivanja.

Da li nas ovo što je rečeno o specifičnostima radio-vesti može odvući na zaključak o podeli novinarstva na klasično (štampa), radio, televizijsko i agencijsko? Ustupimo odgovor na to pitanje Radivoju Markoviću: „Lično je mišljenje da su sve te istaknute i moguće razlike više formalne prirode i da u suštini, u bitnosti, u krajnjem efektu nema razlike, pa prema tome, ni mesta podeli novinarstva na više vrsta, iako

svaka od njih ima svoje specifičnosti. Postoje dve osnovne kategorije novinarstva - dobro i rđavo, i postoje primarni, elementarni zahtevi podjednako važeći za sve vrste izražavanja i opštenja, za svaku primenjenu tehniku obaveštavanja. Ako istina obavezuje pisanu reč (štampu) obavezuje i izgovorenu (radio), ako nešto nije dobro u štampi, ne može biti dobro ni na radiju, i obrnuto; ako štampa zahteva proveravanje svake činjenice, jasnoću, sažetost i kratkoću - to zahteva i radio. U čemu je onda razlika? Ona leži u primeni tehnike obaveštavanja i posredovanja.”⁴

⁴ Radivoje Marković: *Sa mikrofonom*, Jugoslovenski institut za novinarstvo - „Sedma sila”, Beograd, 1967, str. 75-76.

Naravno, ove konstatacije važe i za novinarstvo na televiziji i u agencijama, pa utoliko pre i za vest kao osnovni, bitni novinarski proizvod.

Dr Stevan Majstorović

MASS MEDIA I TEORIJE O KOMUNIKACIJAMA

*(Fragmenti iz doktorske disertacije
„Kultura i demokratija”)*

Potreba za komuniciranjem, društvenim procesom u kome se ostvaruju međusobni uticaji u formiranju vrednosti i stavova, jedna je od osnovnih karakteristika čoveka kao društvenog bića. Posrednička i transmisiona uloga mass media značajna je pre svega zbog društvenog karaktera komuniciranja koji ona potvrđuje ili negira. Pitanje ko stoji iza njih, za šta ih koristi, kakve poruke i sadržaje prenosi su, otuda, od prvorazrednog značaja za ostvarivanje prava na kulturu.

U preambuli Deklaracije o principima međunarodne kulturne saradnje konstatuje se „da je široka difuzija kulture i humanističkog obrazovanja, pravičnosti, slobode i mira neophodna dostojanstvu čoveka i predstavlja svetu obavezu koju svi narodi moraju da preuzmu u duhu međusobne saradnje i razumevanja”. Funkcije sredstava masovnih komunikacija se, na ovaj način, neposredno povezuju sa ostvarivanjem prava na kulturu. „Kao sredstvo političke i ekonomske propagande, kao oblik kulturne razmene i iznad svega kao način socijalizacije čoveka”, konstatuje T.Martelanc, „sredstva masovnih

¹ Uporedi: Tomo Martelanc, *Right to culture from aspects of mass media*, u *Cultural rights as human rights*, str. 60-69. T. Martelanc uslovno upotrebljava izraz mass media, koji R. Williams odbacuje da bi ga zamenio izrazom veliki komunikacioni sistemi. Martelanc pravi razliku između mass media i masovne kulture. Kultura, po njemu, dostiže masovni, tj. univerzalni karakter. Podela kulture na elitnu i masovnu je, po njemu, formalistička jer mass media emituju kako proizvode masovne tako i proizvode elitne kulture. S. Hall međutim, smatra da je naglasak samo na „prenošenju” postao neaktuelan, jer je ta funkcija mass media preovazidena, budući da radio i TV stvaraju danas i sami specifične kulturne oblike. Vidi: *Essais sur les mass media et la culture*, UNESCO, Paris, 1971.

komunikacija su postala stvarna društvena sila”¹.

Izloženost pojedinaca i grupa uticaju ovih sredstava dobila je takve razmere da njihovi programi i poruke ispunjavaju dobar deo čovekovog slobodnog vremena, vršeći neposredan uticaj na način mišljenja, stavove prema životu i ponašanju ljudi. Ovo delovanje se, dakle, ostvaruje u samom središtu socijalne interakcije. Opšta deklaracija o pravima čoveka konstatuje da svako ima pravo da slobodno učestvuje u kulturnom životu zajednice, da uživa u umetnosti i da koristi naučna dostignuća.

Postavlja se pitanje koliko mass media doprinose ostvarivanju ovog prava a koliko ga negiraju, koliko omogućuju aktivnu ulogu pojedinca u interakciji a koliko ga pretvaraju u pasivnog primaoca?

Mass media, konstatuje Tomo Martelanc, mogu ovu ulogu da ostvare samo ako su obezbeđeni neophodni ekonomski, politički i društveni uslovi, čime bi se proširile socijalne dimenzije kulture. Kao instrument komuniciranja među ljudima i narodima mass media mogu da igraju izuzetno značajnu ulogu, ali isto tako da deluju i u smislu dezintegracije društva koja je u interesu izdvojenih socijalnih grupa ili zemalja. Elementi „masovna difuzija” i „masovna transmisija” su osnovni za ostvarivanje prava na kulturu. U praksi se međutim, nailazi na ograničenja, jer ove funkcije zavise od načina prenošenja kao i od onih koji poruke prenose.

Drugi aspekt ograničenja je činjenica da za mass media važe u osnovi isti zakoni komuniciranja kao i za grupnu ili ličnu komunikaciju, a to je da ona ne postoje kao

preduslov društvenog života, nego obrnuto - društveni život je taj koji omogućuje komunikaciju. U praksi je vrlo izražena tendencija jednosmernog komuniciranja, kako u internim okvirima jedne zemlje (od mass media ka auditorijumu i gledaocima a ne i obrnuto), tako i međunarodnim (iz razvijenih zemalja ka zemljama u razvoju, ili zemljama sa manje razvijenim komunikacionim sistemima). Smatra se da je najvažnija funkcija mass media da „vrati zajednicu sebi”, tj. da zajednica preko njih vidi i čuje sebe, da preko njih komunicira, kritički analizira sebe i kroz široki dijalog i izmenu iskustava ostvaruje svoj napredak.

Mass media upravo takvu funkciju ne ispunjavaju, ili je čak sasvim izneveravaju. „Masovno društvo”, konstatuje Rajt Mils (Right Mills), „obuhvata više nego samo masovno komuniciranje. Ova ideja nagoveštava da mnoštvo ljudi učestvuje u raznim političkim aktivnostima, ali to čini samo formalno i pasivno. Akciju i mišljenje ponovo spajaju i strogo kontrolišu monopolisana sredstva komuniciranja... Pošto javnost... predstavlja tržište sredstava komuniciranja, diskusiona faza procesa oblikovanja mišljenja je gotovo eliminisana... institucionalizovana sredstva slobodne i neformalne diskusije su rasparčana; pojedinci su razbijeni u atome”. R. Mils zaključuje da se pod dejstvom tehnokratskog i birokratskog društvenog sistema kao i sredstava komuniciranja čovek pretvara „u vedrog robota”. Funkcija mass media se, dakle, ne može posmatrati van društveno-ekonomskih odnosa sredine, u kojoj ona deluju kao i van okvira pitanja „kakvu vrstu ljudi društvo želi da stvori, kakve lične stavove podstiče i izaziva”². F. Žanson (F. Janson) ovu istu ideju proširuje

² Rajt Mils, *Znanje i moć*, Vuk Karadžić, Beograd, 1966, str. 96 i 107.

³ *Cultural rights as human rights*, op. cit. str. 97.

na čitavu kulturu koja je, po njemu, „odbijanje da se prihvati neučestvovanje i isključenost iz javnih poslova, alijenacija”³.

U zaključcima UNESCO-ovog skupa eksperata, na kome je raspravljano o pravu na kulturu, konstatuje se da je kultura sve ono što čoveku omogućuje da bude u svojoj sredini delotvorna i aktivna ličnost, da slobodno koristi oblike izražavanja kako bi uspostavio kontakt sa ljudima. Međutim, kako se konstatuje, postoji pokušaj da se uniformisanost, koja se nameće kulturi, i njeno osiromašenje predstave kao logična posledica industrijalizacije i tehnološke revolucije. Društvene i ekonomske strukture u okviru pojedinih zemalja, kao i one koje spajaju zemlje, podstiču ovaj trend. „Zahtevamo”, stoji u zaključcima, „revoluciju socijalne misli i akcije kako bismo uspešnije mogli da prihvatimo revolucionarni izazov nauke i tehnologije”. Mass media su simbol tehnološke kulture i, po mišljenju mnogih autora, ona su glavni agens standardizacije i „univerzalizacije” kulture.

Pošto su glavna transmisija ove kulture, njene su karakteristike izvide iz karaktera samih medija. Koliko je teorijski opravdan ovaj koncept, postavlja se pitanje, i da li se on može zasnivati na karakteristikama transmisije i komunikacije, uz isključenje društveno-ekonomskih, kulturnih, istorijskih i drugih elemenata? R. Vilijams (Reynold Williams) odbacuje ovaj koncept jer, po njemu, svi poznati mediji komuniciranja počev od oralne tradicije, pisane reči, savremenog filma, muzike, slikarstva, imaju svoje specifičnosti kao što imaju i mass media, s tim što se oni od mass media razlikuju samo po formalnim i

kvantitativnim svojstvima (radius delanja, specifične forme). Ako je funkcija u pitanju, tj. komunikacija po sebi, onda R. Vilijams predlaže da se ovi medijumi označavaju kao „veliki komunikacioni sistemi”, u koje on uključuje i štampu koja je još u XIX veku postala masovna. Ako je karakter programa kriterij za određenje „tehnološke” ili „univerzalne” kulture, onda je naziv još nepouzdaniji, jer veliki komunikacioni sistemi emituju najrazličitiji, „pluralistički” program za „pluralističku” publiku, uključujući tu i najekskluzivnije (BBC je emitovao Britnovu operu, komponovanu specijalno za TV, zatim Betovenove koncerte, avangardne filmove, emisije moderne lirike, reprodukcije slika u kolor-tehnici itd.). Ako je timski, tj. kolektivni način produkcije kvalifikativ, onda se odmah može primetiti da je dobar deo produkcije ostao individualno-zanatski (likovni, muzički i drugi prilozi, scenografija itd.). Izoluje li se iz kompleksnih karakteristika jedna kao dominantna, na primer „univerzalnost”, onda se i tu mogu izneti primedbe da poslednji razvoj sve više naglašava lokalne funkcije mass media (lokalni TV i radio releji, studija, lokalna štampa, telefonski kablovi, radio i TV kasete itd.). Distribucija je iz tih razloga takođe nepouzdan kvalifikativ.

Najzad, ostaju funkcionalna svojstva koja bi proisticala iz materijalno-tehničke osnove ove „kulture” - tehnologija kao njena „univerzalna” karakteristika. Međutim, tehnologija bi teško mogla da bude dinstinktivni element, jer je ona u funkcionalnom smislu neutralna kako pokazuju, na primer, razlike između

„The role of mass media in culture”
R. Vilijams, *Journal of Cultural Studies*, 1977, str. 133-6

„Le rôle des programmes culturels dans la télévision britannique”
R. Vilijams, *Revue de la culture*, UNESCO, Paris, 1977, str. 133-6

edukativne i komercijalne televizije koje demonstriraju dva potpuno različita korišćenja istog medijuma. „Nova tehnologija ne određuje efekte”, konstatuje R. Vilijams, „nasuprot tome, ona je i sama proizvod određenog društvenog sistema i razvija se kao prividno autonoman proces inovacija. Izbor i način njenog korišćenja je u svakom slučaju deo opštijeg procesa društvenog razvoja i društvene borbe”⁴. „Tehnološka” ili „univerzalna” kultura, kako je naveo T. Martelanc, može, u zavisnosti od socijalnih uslova i onih koji određuju namenu komunikacione tehnologije, da ostvaruje i integrativnu i dezintegrativnu funkciju, da bude i funkcionalna u širem socijalno-kulturnom smislu, i disfunkcionalna. Koncept tehnološke kulture se, dakle, zasniva na tehnološkom determinizmu, čiji je najpotpuniji izraz Makluanova (Marshall MacLuhan) metafizika mass media. S. Hol (Stuart Hall) je mišljenja da je bihevioristički metod, koncentrisan na jednostavno ispitivanje efekata (a ne i uzroka) mass media, doprineo nekritičkom prihvatanju ovog jednostranog koncepta. R. Vilijams ide i dalje, i ne podvrgava samo kritičkoj analizi bihevioristički metod i njegov tehnološki determinizam u istraživanju mass media, nego i sam koncept medija i tehnološke kulture⁵.

Pošto je uticaj mass media danas dominantan, prirodno je što se oko njih, njihove uloge kao i koncepta „tehnološke kulture” vodi široka polemika, i što su mass media postala predmet brojnih socioloških studija. U SAD je razvijena posebna disciplina tzv. sociologija mass media, Pol Lazarsfeld (Paul Lazarsfeld) i dr.

⁴ Reynold Williams, *Television, technology and cultural form*, Collins, London, 1974, str. 135-6.

⁵ *Le rôle des programmes culturels dans la télévision britannique*, u: *Essais sur les mass media et la culture*, UNESCO, Paris, 1971, str. 49-63.

Najvažnija karakteristika ovih polemika, kao i metoda istraživanja, je izolovanje fenomena „medijum”. Time se pažnja jednostrano usmerava na efekt a zanemaruje odnos uzrok-efekt koji se može osvetliti samo u analizi čitavog socijalnog i kulturnog procesa. Ali ovo isključivanje, konstatuje R.Vilijams, nije slučajno. Ono je deo opšteg modela koji takvim konceptima kao što su socijalizacija, socijalna funkcija i interakcija, apstrahuje socijalne i kulturne procese. Tako se socijalizacija definiše kao učenje i usvajanje načina da se postane funkcionalnim članom društva, ali pošto je poznato da se ovi procesi odvijaju u svim društvima, ovaj koncept kao opšti postaje indiferentan u primeni na bilo koji stvarni i konkretni socijalni ili kulturni proces. Onome što je u tom opštem procesu mnogim različitim društvima zajedničko, daje se teorijska prednost uz istovremeno prenebregavanje radikalnih razlika u načinima i funkcionisanju kao i različitim značenja pojma „biti član društva”, koje u praksi određuje samo ukupni proces. Apstraktna značenja „socijalizacije” i „socijalne funkcije” imaju za efekt činjenicu da se priznaje legitimnost svim oblicima učenja i usvajanja u svakom društvu u kome se takav proces odvija. Time se intencije učenja i usvajanja u njihovom pravom značenju ne mogu otkriti ili po ovom metodu proučavati. Reći da je televizija danas faktor socijalizacije, ili da oni koji je kontrolišu ili su njeni komunikatori, vrše određenu socijalizaciju, znači reći veoma malo ukoliko se ne definišu i oblici društva koji određuju svaku konkretnu socijalizaciju kao i raspored funkcija kontrole i komuniciranja.

Time se objašnjava konsekventno naglašavanje efekata i njihovo odvajanje od faktičkih uzroka u apstraktnom značenju „socijalizacije” i „socijalne funkcije”, u partikularizaciji samousmeravajuće tehnologije.

Ono što je stvarna suština atributa „masovna” komunikacija, to je čitav složeni sadržaj stvarnih društvenih odnosa u okviru kojih deluju savremeni komunikacioni sistemi. Njihova dezintegracija, ili korišćenje kao proste pretpostavke, je način da se izbegne istinska sociologija komunikacija. Verzija empirizma preovladava nad praksom stvarnog socijalnog ili kulturnog istraživanja. Metod sociologije i kulturologije je, međutim, od sekundarnog značaja, jer je kod njega svest o procesu koja bi uključila i svest o intencijama mnogo važnija od samog metoda. Efekti se, u stvari, i mogu proučavati samo u odnosu na stvarne namere, jer se oni često mogu veoma razlikovati kako od deklarisanih intencija, tako i od opštih društvenih procesa, za koje se pretpostavlja da su indiferentni. Proučavanje efekata je u ovakvom metodu unapred racionalizovano, jer usredsređuje svu pažnju na učenike u procesu „socijalizacije”, na pridržavanje ili kršenje društvenih normi. Ova racionalizacija korespondira sa datom društvenom strukturom: analiziraju se na nivou pokretačkih faktora i proizvodnje stvarne prakse i njihove eksplicitne ili implicitne protivrečnosti, a ne i uzroci. TV organizacije ne deluju u vakuumu, tj. izvan socijalne strukture: kontrola i svojina nad TV sistemima su u svim zemljama glavne karakteristike opšte društvene kontrole kao

i, delimično, vlasti. Ono sa čime se, u stvari, treba suočiti to su protivrečnosti u okviru samog društvenog sistema a sociologija tih protivrečnosti je upravo područje na koje treba usmeriti pažnju. Međutim, u ovakvom istraživanju efekata umesto toga osnova je posebni kulturni model. Ono što se obično pita, to je kakav uticaj vrši medijum u poređenju sa drugim uticajima (porodica, škola, štampa, radna sredina). Ali to nije istraživanje stvarnih uzroka, jer je ukupna društvena praksa dezintegrirana i separirana, ili pretpostavljena (stvarni proces socijalizacije). Tako se efekt proučava na tercijalnom nivou između konkurentskih ili alternativnih faktora koji su sami po sebi efekti i predstavljaju institucije, norme i odnose datog društvenog sistema. Originalni uzroci u datom sistemu zamenjuju se efektima u funkciji uzroka, što znači da se u bukvalnom smislu proučavaju efekti efekata! Posledica toga je da se o datom kulturnom sistemu, intencijama i korišćenju tehnologije zaključuje na osnovu sistema delovanja neproučenih stvarnih činilaca koji stoje iza njih, ili da se jedan činilac tretira kao sistem, čime se završava poslednja faza apstrakcije kada se pretpostavlja da je ono što se proučava prosto medijum, tehnologija sa svojim sopstvenim zakonima i odnosima uzroka i efekata⁶.

Ovoj teoriji je implicitna ideologija. Nova, koja je šezdesetih godina potisnula staru, eksplicitno je ideološka. Ona predstavlja ne samo ratifikovanje medijuma kao takvih, nego i smišljeno odstranjivanje svih ostalih pitanja o njima i njihovom korišćenju. To je period kada je, sa oreolom avangardne, postala pomodna Makluanova teorija i estetika koja se zasniva na aistorijskim i

⁶ Uporedi Reymond Williams, *Television, technology and cultural form*, Fontana-Collins, London, 1974, str. 9-31 i 119-131.

Po dozvoli prof. R. Vilijamsa ovde se u širim izvodima navodi njegova kritika bihevi-orističkog metoda i sociologije mass media. (S.M.)

idealističkim premisama. Po R.Vilijamsu, delo Makluana je vrhunac ovog sociološkog formalizma; to je estetička teorija koja je u negativnom smislu postala socijalna. U njoj se sofisticira upravo krucijalna oblast „uzrok-posedica”. Ovaj tehnološki determinizam ima funkciju socijalnog i kulturnog determinizma, jer bez kritičke analize ratifikuje dato društvo, odnose u njemu i kulturu, kao i njihove dominantne smerove. Jer, ako su „media” uzrok - na čemu se ova teorija zasniva - svi ostali uzroci, sve što ljudi obično vide kao istoriju, svedeno je na efekte. I obrnuto, što je van toga viđeno kao efekt i kao takvo je predmet socijalnog, kulturnog, psihološkog proveravanja i ispitivanja, isključeno je iz polja posmatranja kao irelevantno u poređenju sa medijima kao takvim, čime je sociologija medijuma definitivno postala funkcionalna ideologija. Po R.Vilijamsu, ovo preobraćanje nije bilo slučajno - prvobitno „medijum je poruka” (the medium is the message) kao estetička kategorija, smišljeno se kasnije transformiše u ideološku kategoriju „medijum je - masovno doba” (the medium is the mass-age)⁷.

⁷ Ovoj modi „makluanizma” dali su prilog nekritičkim prihvatanjem i popularisanjem njegovih dela, i neki krugovi u našoj zemlji, za koje je Makluan predstavljao čak revolucionarnu novinu. Ovaj talas intelektualne mode je prošao u našoj kao i u drugim zemljama. Od samih Makluanovih ideja, koje predstavljaju zbir veštih improvizacija, lucidnog eklektizma i mistifikacija, interesantnija je socijalno-psihološka strana fenomena. Intelektualni snobizam ga samo delimično objašnjava; izgleda da je period tehnološke revolucije i razvoj elektronike, koji je doprineo stvaranju mita o tehnolo-

Specifične karakteristike različitih medija Makluan dovodi u vezu sa istorijskim situacijama. Svojim prvobitnim delom on je hteo samo da skrene pažnju na specifičnost medijuma i razlike između govora, štampe, radija, televizije itd. Ali ni tu, kao ni u čitavoj formalističkoj tradiciji, media nisu viđena kao prakse: svaka konkretna praksa podređena je arbitrarno označenoj psihološkoj funkciji. Posledica toga je razlučivanje ne samo konkretnih nego i opštih intencija. Ako su specifični mediji u

suštini psihička prilagođavanja koja ne proizilaze iz međusobnih odnosa ljudi, nego iz opštih karakteristika antroposa i njegove psihičke sredine, onda je, sledstveno tome, intencija irelevantna a sa njom postaje irelevantan i sadržaj, pretpostavljeni ili realni. Sve funkcije medija se desocijalizuju, one se vide kao prosti psihički događaji u apsorbovanom senzorijskom i mogu se međusobno razlikovati samo po unutrašnjoj varijabli: osećanje - razum. Sa ove potpuno aistorijske socijalne osnove Makluan projektuje opšte slike društva: „retribalizaciju” koju izaziva „elektronsko doba”, „globalno selo”. Kao opisi bilo kog društvenog stanja ili tendencije to je isto tako smešno, konstatuje R.Vilijams, kao kada bi se postavilo religijsko pitanje oca. Fizičkoj činjenici trenutne transmisije daje se značaj društvene činjenice bez ikakvog, bar pokušaja, uočavanja da je svaka takva transmisija selekcionisana i kontrolisana od postojećih socijalnih snaga. Makluan otklanja sve te društvene uslovljenosti a jedina koju on vidi je alokacija i racionalizacija posebnih medija, čiji je cilj ostvarivanje specifičnih efekata. Tim efektima bi se, kako on veruje, razrešavali svi društveni problemi koji bi mogli da iskrsnu.

„Tako ono što je počelo kao čisti formalizam i špekulacija sa ljudskom suštinom”, konstatuje R.Vilijams, „završava kao operativna teorija i praksa u srcu najdominantnijih i najagresivnijih komunikacionih institucija u svetu”⁸.

Tehničko apstrahovanje i transformisanje u socijalne modele ima za posledicu odvratanje svake pažnje od postojećih i

logiji, psihološki pripremio teren za modu „makluanizma”, jer ove dve pojave koincidiraju.

Godine 1972. na jednom međunarodnom skupu koji je organizovao UNESCO u Otavi (Kanada), učesnici su imali prilike da polemiku sa Makluanom. Postavio sam mu pitanje o značenju „the mass-age” kao i transformisanju prvobitnog „the message”. Odgovorio je da su za prvi izraz krivi korektori, i da je on imao u vidu igru reči, sa divizom. Znači, i „masovno doba” i „masaža”, čime se insistira na dvosmislenosti značenja. Utisci učesnika o Makluanu bili su različiti - jedni su ga smatrali improvizatorom, drugi lucidnim čovekom koji intelektualno provocira a koji ni sam ne drži mnogo do svojih teorija. (S.M.)

⁸ Reynold Williams, *Television, technology and cultural form*, op. cit. str. 8-31, 119-131.

osporavanih intencija komunikacija. Ako su efekti isti - ma ko ih kontrolisao i u ma kakvu svrhu ih koristio, ma kakve sadržaje oni uključivali - onda se mogu zaboraviti politički konflikti i pustiti tehnologija da se razvija sama po sebi. Ovaj stav je pozdravljen od strane postojećih medija i onih koji iza njih stoje, jer on daje sjaj avangardne teorije najogoljenijim verzijama njihovih interesa i postojeće prakse.

KOMUNIKACIJA

Etimološki, komunicirati znači vratiti se zajednici. Komunikacija je, dakle, po samoj svojoj suštini prelaz od individualnog ka kolektivnom, ali i uslov celokupnog društvenog života. U uopštenom smislu, komunikacija se sastoji od razmene poruka punih značenja, a može da prezentira različite aspekte jer, kako je primetio Klod Levi Stros¹ (Claude Levi-Strauss), može da se odnosi koliko na razmenu žena između pojedinih grupa, na razmenu dobara ili promenu službe, toliko i na običan razgovor. Tako viđena, komunikacija predstavlja i osnovni proces, ne samo socijalizacije, već i formiranja pojedinaca u onoj meri u kojoj, razmenom važnih poruka², dovodi i do saznanja o samom sebi. Najčešći način komuniciranja je, očigledno, govor, bez obzira da li se koriste pisani znaci ili izgovorene reči. Ali najznačajniji i najčešći način korišćenja govora je komunikacija koja predstavlja prenošenje informacije, a u sebi sadrži poruku, kao i njen prijem³. Važno je voditi računa o različitim činionicima koji mogu da ometaju prenošenje poruke, bilo na mestu emitovanja, bilo prijema, a koji mogu da izmene smisao poruke. Jer, da bi se prenela namera i značaj poruke i da bi je primalac rastumačio, potrebno je poruku šifrovati i dešifrovati. S druge strane, postoji i opasnost da se vodi računa samo o intelektualnim procesima, jer poruka može da bude puna emocionalnog značenja i da izazove utisak uzbuđenja. Najzad, potrebno

¹ C. Levi-Strauss; *Anthropologie structurale*, Plon, 1958, str. 69.

² G.H. Mead, *Mind, Self, Society*, University of Chicago Press, 1934; francuski prevod: *L'esprit, le soi, la société*, P.U.F., 1963.

³ Videti definicije koje je dao G. Flaman (G. Flament) *Reseaux de communication*, Dunod 1965, str. 1; Aranguren, *Sociologie de l'information*, Hachette, 1967, str. 11; G. Wackeehaim, *Communication et devenir personel*, Liepi, 1969, str. 11.

je i dobro razmisliti da li poruka sme emitovati obaveštenja koja prevazilaze područje nesvesnog. Isto tako, prilikom psihoanalize, reči pacijenta mogu o njemu da otkriju pojedine aspekte kojih uopšte nema u njegovoj duši, ali je analitičar do njih došao samostalno, osvrćući se na neke znake koji su na njih ukazivali. Komunikacija je, dakle, beskrajno složen psiho-sociološki fenomen.

Ako ovaj problem, istovremeno, sagledamo iz istorijskog i sociološkog ugla, videćemo da je komunikacija specijalno osetljiva na razvoj komunikacione tehnike, kao i na to kako sama može da dejstvuje na ukupne društvene odnose, što dovodi do razmatranja vidljivih procesa razvoja, ogromnih razmena, i zainteresovanosti za praktične posledice različitog načina njihovog korišćenja. Zaista, pošto komunikacija uveliko prevazilazi okvire razmene poruka između dva ili više lica, pošto se sastoji od prenošenja poruke koja polazi od jednog centra-predajnika, u jednoj dosta proširenoj socijalnoj zajednici može se nazvati difuzijom, emitovanjem radio- i televizijskih talasa, sem toga ona i potvrđuje svoju prvobitnu definiciju, jer se sastoji od neke vrste zračenja unutar jedne zajednice.

Sa tog stanovišta, nove tehnike elektronskog prenošenja, koje se još nazivaju, kako se ovih dana često loše upotrebljava, masovne komunikacije ili masovni mediji, privukle su pažnju brojnih sociologa, osetljivih na najkarakterističnije i najčešće fenomene modernog sveta, čije su posledice, zaista, bar što se tiče budućeg razvoja i predviđanja jedne civilizacije, već

snažno naznačene uticajem filma, radija, a naročito, televizije.

Danas se podrazumeva da su velike evolucionističke freske, koje je svojevremeno obeležio Komt (Compt) kao različite vrste saznanja, ili Teni (Toeni) pri prelasku sa duha zajednice na društveni duh, sa Marksom (Marx), kada su u pitanju produkcionni odnosi, ili sa drugima pomoću tehnika, danas isuviše orijentisanim na promene koje su se dogodile načinu komunikacije, ili još tačnije, difuzije. Teni je, uostalom, već govorio o značaju ovog faktora promene. Nedavno je Dejvid Rizman (David Riesman), pošto je u svom najpoznatijem delu⁴ pokušao da sve objasni promenama koje su se tokom vekova dogodile u demografskoj ravnoteži, nagovestio je da je prelazak sa usmene komunikacije na pisanu, a zatim na elektronske masovne medije, odlučniji u toj evoluciji koju je on detaljno analizirao i u kojoj je razdvojio tri etape koje se smenjuju: prva, obeležena vrstom tradicionalnog društvenog ponašanja; druga, vrstom ponašanja određenom iznutra i treća, ponašanjem koje je određeno faktorima spolja. On je to jasno posvedočio: „Sada izgleda mnogo jasnije da je demografski ciklus loše služio našem poduhvatu, i da bi mu razvoj tehnika ili masovnih komunikacija mnogo bolje pogodovali”⁵.

Bez obzira koliko da su različita osećanja koja budi delo Maršala Makluana (Marsall McLuhan), očigledno je da je ovaj autor učinio najsistematičniji pokušaj da se nametne evolucionistički pogled u proučavanju sredstava komunikacija. Tu se vidi preovlađujuća činjenica koja proizlazi

⁴ David Riesman, *The Lonely Crowd*, Yale University Press, 1950; francuski prevod: *La foule solitaire*, Arthaud, 1964.

⁵ David Riesman, op.cit., ponovo redigovano 1964, str. 19.

iz ideje, a on je tu ideju često ponavljao, da je „poruka medij”. Drugim rečima, ono što je najvažnije pri sagledavanju celokupnog društvenog života, nije samo sadržaj poruka, još je važniji način širenja poruke, što će reći medij, tehnički sistem koji obezbeđuje širenje sadržaja. Još jednostavnije rečeno, to znači da je kultura koju širimo promenjena organizacijama koje je šire.

Može se, dakle, ponovo upotrebiti klasičan opis tri vremenska razdoblja društvenog života, koje je dao Rizman, o kojima su, uostalom, više ili manje, raspravljali i ostali mislioci, i uporediti ga sa razvojem sistema komunikacija. Tradicionalno ili plemensko društvo formirano je korišćenjem svih prirodnih organa i načina izražavanja, što će reći - izrečene poruke ili poruke prenete mimikom, zamenilo je, dakle, pri prvoj promeni, društvo kojim je dominirala pisana reč i koje je svoju najveću efikasnost postiglo pojavom štamparije.

„Gutenbergovu galaksiju”⁶ karakterisali su racionalizam, individualizam i stereotipna misao. I evo, novi masovni mediji su uzdrмали tu tvrdavu i sva naša čula su se usmerila onom što nudi elektronika. I, tako, sa tehnikom kakva je i televizija, ulazimo u treće doba naše civilizacije. Posledice ove nove promene sistema komunikacija su, po Makluanu, suštinsko rešenje svih navika kulturnog, društvenog, moralnog, estetskog i političkog života direktno povezanog sa Gutenbergovom galaksijom. Ili, tačnije, oni načini kolektivne egzistencije, koji se, opet, održavaju nekom vrstom sile inercije, moraće da nestanu da bi ustupili mesto vrsti društva koje će ustanoviti nove plemenske odnose u svetskim razmerama.

⁶ MacLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, Univ. of Toronto Press, 1962; francuski prevod: *La galaxie Gutenberg*, Mame, 1967.

Jednom kad se bude shvatila potreba za tom velikom promenom saglasnosti društvene stvarnosti i mogućnosti koje nude elektronski mediji, videćemo pojedince još više angažovane, svim svojim bićem, da postanu ljudski rod.

Moguće je posumnjati u tačnost izvesnih Maklunovih tvrdnji, pogotovu onih koje usmeravaju Gutenbergovu galaksiju samo na korišćenje vizuelnog, kada, možda, novi mediji daju više mesta slici i to u onom smislu koji nije davalo čitanje. Ali kanadski mislilac je, u najmanju ruku, zaslužan što je skrenuo pažnju na činjenicu da sadržaj komunikacija ne bi trebalo da bude indifirentan u odnosu na način transmisije i razvoj tehnika na tom području.

S jednog drugog stanovišta, teorija informacija koja se razvija oko sheme koju je postavio Klod Šenon (Claude Shanon), je dokazala važnost tokova šifrovanja i dešifrovanja koji, s jedne strane, između izvora i onog koji predaje poruke i, s druge strane, njegovog prijemnika i onoga kome je upućeno, dozvoljavaju komunikaciju između dve udaljene tačke koristeći se jednim kanalom. Prema tome, očigledno je da i sama priroda kanala, što će reći, najpre korišćenja vizuelne, auditivne ili audiovizuelne tehnike, dovodi do transkripcija poruka prema veoma različitim šiframa. S druge strane, ista teorija, definišući „prezasićenost”, utvrdila je razliku između količine poruka i zaista realizovane komunikacije. Ali ta prezasićenost, merena odnosom između informacije teoretski suvišne i totalne informacije, nije uvek potpuno nekorisna, jer može da posluži mentalnoj integraciji informacija. Da to proširimo, komunikacija

se ne svodi na prenošenje jedne informacije, ona, takođe, obuhvata i sve što se odnosi na ubeđivanje: ponekad je potrebno, da bi informacija bila korisna, da primalac stvara i sopstvenu informaciju. Ili se, na primer, može dogoditi da nagomilavanje reči pomoću prostog i jednostavnog ponavljanja iste informacije u različitim oblicima, čak i u istom obliku, unapređuje komuniciranje čineći da se prihvati ova informacija. Prema tome, problem komunikacija je veoma obiman, i uključuje i osećajne faktore, nesvesne procese koje teorija informacija teško može da prihvati. U takve uslove treba uključiti sve moguće karakteristike ličnosti određene u pitanju, one karakteristike kanala emitovanja i promene do kojih je dolazilo u prethodnim situacijama. U tom duhu je Lasvel (Laswell) formulisao svoje čuveno pitanje: „Šta je ko kome rekao, na koji način i sa kakvim rezultatom?” rezimirajući, ujedno, skup problema koji se postavljaju pred stručnjake za komunikacije. Na izvestan način, to je skoro celokupno područje socijalne psihologije i sociologije koje bi bilo pokriveno. Da li bi ponovo bilo potrebno dodati da se komunikacija ne bavi samo onim što je „rečeno”, i može se dobro primeniti i na poruke prenošene pokretima i na druge načine, a i, ponavljamo, ona nije samo razmena informacije, da se dobro izrazimo, o kojoj se radi, već predstavlja i implicitne nagoveštaje.

Sociologija komunikacija, uzimajući u obzir činjenice, i iz očiglednih razloga, koncentrisala je većinu svojih studija oko masovnih komunikacija.

Uopšte, u toj kategoriji nalazi se

celokupnost sistema difuzije do koga je došlo zahvaljujući modernoj tehnici i ogromnom broju lica koja stvaraju za „masu”. To se, prvenstveno, odnosi na radiofoniju, televiziju, film. K tome treba dodati štampu visokog tiraža, naročito časopise, popularne ploče, a ponekad i džepne knjige i stripove.

Ako ponovo razmotrimo Lasvelovu formulu, videćemo da sociologija masovnih komunikacija treba da ima nekoliko poglavlja. Ono koje se bavi onima koji emituju, što će reći, na primer, proizvođačima i realizatorima emisija, još uvek je nedovoljno razvijeno. Najbrojnije studije bave se samom porukom i najčešće se sastoje od analiza sadržaja. One su navele pojedine autore da razrade koncept „masovne kulture”, koji podrazumeva, možda pogrešno, da se pod uticajem masovnih medija, formira jedna više ili manje povezana celina osnovnog znanja, mitova, stereotipnosti, vrednosti rasprostranjene u auditoriju i bez ozbiljnije veze sa klasičnom kulturom koja pripada obrazovanom sloju. U stvari, ako su te analize dozvolile, u izvesnim slučajevima, otkrivanje izvesnih konstantnih i određenih orijentacija koje dominiraju informacijama i sugestijama koje proističu iz masovnih medija, one često navode da se zaboravi da su odgovorni za emisije i sami utopljeni u određenu kulturu i da auditorij te pretpostavljene masovne kulture, nije specifičan.

Sa tog stanovišta, Makluan je svakako obavio veoma koristan posao stavljajući proučavanje sadržaja u vezu sa tehnikama emitovanja i društva u globalu.

S druge strane, brojni sociolozi, do ovih dana, isuviše ekskluzivno su insistirali na konformizmu sadržaja emitovanih preko masovnih medija. Bez sumnje da su radio i televizija tokom dugog perioda naginjali učvršćivanju službenih verovanja i vrednosti, da prikriju tenzije i da implicitno ozakone uspostavljeni red. Ali ta činjenica je, verovatno vodila manje računa o specifičnosti masovnih medija, nego o opštoj tendenciji društva koje je, posle drugog svetskog rata, pre tražilo sigurnost nego što dovodi u pitanje svoje ciljeve. Drugim rečima, masovni mediji pre odražavaju orijentacije društva nego što ih stvaraju, i kada ovo poslednje postaje manje konformističko onda i radio i televizija postaju kritičniji.

Što se tiče treće grupe pitanja koja su uključena u Lasvelovu formulu, studije auditorija, ili tačnije različitih auditorija i tu je, poslednjih godina, došlo do značajnih promena. U početku je postojala tendencija da se slušaoci i gledaoci smatraju amorfnom masom podeljenom na posebne kategorije određene samo prema spoljnim kriterijima: starost, pol, ekonomski status, profesija, nivo obrazovanja. Svakako da su se mogla dobiti i korisna obaveštenja o ukusu auditorija, ali je zapaženo da se najvažniji načini određivanja ukusa auditorija uvek oslanjaju na stavove povezane sa ovakvim načinom njegovog emitovanja. Tako, radovi kakvi su Glick (Glick) i Levija (Levy)⁷ i Štajnera (Steiner)⁸ pokušavaju da ukažu na to da se auditorij televizije može korisnije podeliti na one koji pasivno primaju emisije, one koji im se prilagođavaju i one koji zauzimaju kritičan stav i prekidaju gledanje emisije. Zatim, moguće je

⁷ Glick i Levy, *Living with Television*, Chicago, 1962.

⁸ G.A.Steiner, *The People Look at Television*, New York, 1963.

uspostaviti vezu između ovakve podele auditorija i prethodne, Lasvelove. To su lica sa višim stepenom obrazovanja i relativno višim socijalno-ekonomskim statusom, koja, koristeći masovne medije na sličan način kao i drugi, smatraju da oni štete kulturi. Izvršena su i druga istraživanja da bi se uspostavila tipologija zasnovana na međudnosima između ukusa i tako je bilo moguće utvrditi da su to ona ista lica koja imaju specijalnu naklonost prema jednoj vrsti emisija, a druga prema nekoj drugoj vrsti emisija. Zapravo, treba još mnogo učiniti da bi se pronašao precizan metod analiziranja auditorija.

Najzad, povodom ovog poslednjeg problema povezanog sa načinom komunikacije, tj. sa njenim uticajem, odnosno ubeđivanjem, sociološke i psihološke studije bile su najplodnije. U vreme kada je Čakotin (Tschakotine) razmišljao o uzrocima hitlerovske propagande u Nemačkoj, postojala je opšta sklonost ka mišljenju da se gomila može „usmeravati” upornim i najprostijim glasilom modernih medija. Zatim, pod Lazarsfeldovim (Lazarsfeld) podstrekom, savesnije ankete su pokazale da su takvi rezultati postignuti samo u totalitarnom kontekstu. U sistemu koji podržava slobodnu diskusiju, masovni mediji izgleda da ne mogu trenutno, i u većem obimu, da menjaju javno mnjenje. Ono bi bilo podložnije komunikacijama između dve osobe. Međutim, pokazalo se da su u tim međuljudskim uticajima, pojedina lica, koja su nazivana „vodičima mišljenja” igrala glavnu ulogu. Ili, otkriva da su takvi vodiči mišljenja ljudi koji su ponekad veoma čvrsto integrisani u svoje grupe i otvoreni

prema spoljnim porukama, i koji specijalnu pažnju obraćaju informacijama koje šire masovni mediji. U takvim uslovima, komunikacija između pojedinaca biće od najvećeg značaja, ali mnjenje ipak neće ništa manje formirati vodič mišljenja, koji je u potpunosti povezan sa mišljenjem štampe, radija i televizije. Ali, ako malo podrobnije analiziramo, kao što je to uradio Šram (Schramm)⁹, precizne primere kada su sredstva komunikacija intervenisala pri društvenim promenama, primećuje se da su masovna komunikacija i interpersonalna komunikacija usaglašene, i to na veoma složen način, što čini da su studije uticaja masovnih medija na mnjenje veoma teške. Međutim, može se potvrditi da se ona sukobljavaju sa različitim teškoćama koje su povezane sa dispozicijama prenosioca u procesu komunikacija i koje se stavljaju na repertoar pod tri uslova: selektivna recepcija, selektivna pažnja i selektivno pamćenje¹⁰. Bilo je moguće utvrditi da postoje subjekti koji imaju tendenciju da se izlažu samo porukama za koje se pretpostavlja da se slažu sa njihovim mišljenjem i da ne žele, na primer, da gledaju ili slušaju emisije suprotnog sadržaja. S druge strane, ukoliko se prebrodi ta prva teškoća, pažnja se više posvećuje rečima ili slikama koje se prihvataju sa simpatijama, a manje onima drugima za koje ne postoje simpatije i naklonost. U izvesnim slučajevima, ipak, radi se o razumevanju i moglo bi se konstatovati da jednu emisiju koja ukazuje na opasnost od pušenja ne samo da posmatra veoma mali procenat pušača, već ih i pojedini među njima shvataju kao podstrek da puše još više. I drugi brojni primeri postizanja efekta bumeranga

⁹ W.Schramm, *Communication and Change* u Lerner i Šram: *Communication and Change in the Developing Countries*, East West Center Honolulu, 1967.

¹⁰ J.T.Klapper, *The Effects of Mass Communication*, Free Press, 1960.

pokazuju da, ukoliko komunikatori ne obraćaju pažnju na specijalne sklonosti primaoca, veoma često rizikuju da promaše svoj cilj. Najzad, i druga iskustva dokazuju činjenicu da većina lakše pamti poruke koje potvrđuju njihovo sopstveno mišljenje od onih poruka koje im se suprotstavljaju. Iz tih razloga se, u principu, prihvata da uticaji masovnih komunikacija često imaju tendenciju da ojačaju i učvrste postojeća mišljenja. Suprotni uticaji nisu isključeni, ali su mnogo ređi. Ili, tačnije, suprotna mišljenja se mogu podneti ukoliko se mišljenja prezentiraju kao nova i neobjavljena, dok je izrazito teško ubediti auditorij ako se isuviše otvoreno suprotstavljaju već postojećim idejama.

Međutim, iz ovih opštih razmatranja proizlazi da je područje akcije masovnih komunikacija na javno mnjenje veoma široko. Ti zaključci su doneti na osnovu laboratorijskih iskustava, istraživanja i na osnovu tekuće prakse. Zapravo, moguće je u početku auditorij zainteresovati kontroverznim emisjama u kojima se ponekad ispoljava već prihvaćena teza, kao i ona koja treba da je zameni. Sem toga, potreba za novinama budi radoznalost prema svemu što se ne poklapa sa uobičajenim. To je jedan od razloga zbog kojih, kako je to rečeno, televizija ne teži uvek, a možda i sve ređe i ređe, da održava uspostavljene vrednosti i da razvija društveni konformizam. Najzad, komunikacija može da favorizuje kreativnost. Ona u početku može da stvori klimu u kojoj su pristigle promene moguće, one služe i da bi se umnožili izvori znanja i stimulisala htenja auditorija. I iz tog razloga zemlje koje se nalaze na putu

¹¹ D.Lerner, *Communication and Prospects of Innovative Development*, u Lerner i Schramm, op.cit.

razvoja treba da ulože ogromne napore da bi razvile komunikaciju, a naročito masovne komunikacije. Njima se, takođe, preporučuje¹¹ da razmotre žrtve podnete iz ovih razloga, ne kao izdatak već kao rentabilna kratkoročna i dugoročna ulaganja.

Takođe, drugačijim pristupom zaključci eksperimentalne sociologije, koji se razlikuju u nijansama, spojili su gledišta sa Makluanom bar u jednom pogledu, da bi se sačuvala važnost sistema komunikacija u modernom svetu, a možda i potrebom da se i oni malo više prilagode mogućnostima promena koje im se nude. U unutrašnjosti samih preduzeća kao i celom društvu, primećuje se da se često izvesne tenzije i teškoće razvoja svode na probleme komunikacije.

Tačno je da postoji izvesna opasnost, ako se nastavi širenje glasila komunikacija svih vrsta koja potpomažu umnožavanje gomile poruka koje se usmeravaju auditoriju, da se pojedinac pretvori u neku vrstu mašine za registrovanje, ukoliko, kada se dostigne izvestan stepen informisanosti, pojedinac ne postane indiferentan na podstrek stimulansa. Jedan od očiglednih zaključaka novijih studija jeste da se ne može, pomoću spleta komunikacija, učiniti bilo šta sa pojedincem o kome se radi. Ono što se komunicira ne mora neophodno da se integriše u ličnost.

Dovoljno je i nekoliko brojki da bi se procenila uloga tog verovanja o komunikaciji u „zakrčenju” modernog društva, na koju je Luj Arman (Louis Armand) s pravom skrenuo pažnju¹². U Francuskoj, podseća, Agencija Frans Pres

¹² Louis Armand, *L'homme encombré*, u *Prospective*, No 15, P.U.F., 1969, str. 30.

emituje oko 500.000 reči dnevno, dnevna štampa donese približno 14.500 naslova, radio emituje skoro svim domovima a 10 miliona televizijskih prijemnika hvata emisije dva ili tri kanala. Tome treba dodati da se informacije nalaze u knjigama, na pločama, magnetofonskim trakama, čime je komunikacija podeljena na vreme i ponavljanje koji su skoro beskonačni. Pojedinaac je praktično u komunikaciji sa celom planetom, a i sa njenom prošlošću.

Osnovni kvalitet čoveka sutrašnjice bez sumnje će biti njegova sposobnost da vrši selekciju, da prima samo potrebne poruke, a da se od ostalih odbrani. Baš kao što i pamćenje može da bude definisano kao način zaboravljanja, tako i komunikacija može da postane veština izolacije da bi se čovek pozabavio samim sobom.

Ako je to tako, problem veze između sredstava komunikacija i društva ne postavlja se više u tako jednostavnim terminima kako ih je zamislio Lasvel, jer, sve više i više će se ta veza određivati potrebama pojedinaca.

Drugačije rečeno, komunikacija, kad postane preobilna u svojim mogućnostima i sposobnostima, nema mogućnosti da se realizuje, sem u onolikoj meri uolikoj odgovara nekoj funkciji. I to će sociologiju masovnih komunikacija dovesti na njen najviši nivo. Počevši od trenutka kada se više ne radi samo o stanju činjenica, o nečemu što se nameće samom čoveku, već o procesu koji je odabran, koji postoji jer odgovara nekoj potrebi, treba započeti pitanjem o opštem značenju komunikacije. To je sasvim suprotno od Makluanovog

postupka. Sada kada se nalazimo pozvani da se interesujemo za funkcije, razmišljanja o masovnim medijima se sudaraju sa ispitivanjima o čoveku i njegovoj okolini.

Odlomak iz knjige *L'homme téléspectateur* (Čovek - TV gledalac), Editions Denoël/Quenthiér, Paris, 1974.

Prevod s francuskog
Miroslava Vitorović

MULTIMEDIJSKI SISTEMI: DEFINICIJA I OPRAVDANJE

Ovaj tekst je deo uvodnog predavanja na temu multimedija, koje je Rolan Garnije (Rolland Garnier), inspektor za kontinuirano obrazovanje pri OFRATEME (Francuski Zavod za moderne tehnike u obrazovanju) održao na međunarodnom skupu edukativnih radio-televizijskih stručnjaka, u Danskoj, juna 1976.- Prim.prev.

PITANJE REČNIKA

Izraz „multimediji” pojavio se pre manje od deset godina. Odsutan iz akata Kongresa edukativne televizije u Parizu 1967, on označava jednu od dve glavne teme Bazelskog seminara 1970. godine. Danas je to izraz u modi, bar u tehnologiji obrazovanja, mada još nema prava na potvrdu priručnih rečnika. Lingvistička analiza pojave i ekspanzije ovog pojma u američkim i evropskim publikacijama bila bi vrlo korisna za njegovo rasvetljavanje, koliko da bi se precizno utvrdili odnosi srodstva i suprotnosti sa bliskim mu pojavama: mediji, masovni mediji, audio-vizuelno..., toliko da bi se pratile određene linije širenja ideja. U nedostatku takve methodske studije i posmatrajući posebno francusku situaciju, ipak se mogu predložiti neke tačke oslonca.

Reč „mediji” pojavljuje se prvo u sklopu jednog drugačije sastavljenog izraza, i rođena je u američkoj sociološkoj literaturi pre nekoliko desetina godina: mass media, „masovni mediji”. Izraz „mass media” posvećen je upotrebom i sasvim je nemoguće odbaciti ga. To ne znači da ga pozdravljamo s posebnom naklonošću. Termin *medium*, u množini *media*, jeste latinska reč čudno transplantirana u anglo-saksonsku celinu. U principu označava proces posredovanja,

sredstava komunikacija. „Zato se on u francuskom, da bi se sačuvala jezička čistota, prevodi izrazom masovne komunikacije”. Ž. Kaznev (Jean Cazeneuve).

U Makluanovom delu *Za razumevanje medija* iz 1964. godine, potvrđuje se i obećava izolovana upotreba reči *mediji*. Ali, on joj daje veoma širok smisao, praktično asimilirajući medije i oruđa, i označavajući ovim izrazom takođe točak, auto, avion, kao i štampu, radio i televiziju. Na taj način, identifikovani sa tehničkim produženjima čoveka, mediji postaju ključni pojam jedne istinske filozofije istorije i pokretač istorije.

Sada je reč stekla građanska prava, ali u ograničenijem smislu. „Medijum je, u oblasti komunikacije, posrednik, onaj posrednik što interveniše da bi olakšao ili zasnovao komunikaciju kad neposredni kontakt sa stvarima ili bićima nije više moguć.” R. Labordri (R. Laborderie). Komitet za proučavanje francuskih tehničkih termina predložio je u 1971. dve jednostavne definicije:

Mediji: sredstva komunikacije.

Masovni mediji: sredstva komunikacije upravljena ka širokoj publici.

Neke distinkcije se malo-pomalo nameću:

Mediji poruke: uprkos slavnom Makluanovom izrazu: „Medij je poruka”, koji može biti jasan na nivou filozofije istorije, u potpunosti se slažemo s tim da razlikujemo poruke, skupove znakova koje upotrebljava jezik, i medije, „posrednike koji omogućuju da se poruke prenose u prostor i vreme”. (Ž. Klutijer)

Mediji uporišta: jedan medij (na primer štampa) grupiše mnoga uporišta (na primer: posebne novine).

Samomediji, mediji grupe: ovi vrlo skorašnji izrazi označavaju, suprotno od mass media, medije upotrebljene u proizvodnji ili prijemu, od strane izolovane individue ili malih grupa.

Dok je sociologija komunikacija malo-pomalo pripremala to pojmovno razbistravanje, u edukaciji su se takođe počele primenjivati teorije i sheme komunikacije, bilo na nivou grupe-razreda, bilo čak na nivou edukativnog sistema. U ovoj oblasti, kao i u drugima, reč mediji je označavala, i to vrlo brzo, ne samo moderne tehnike difuzije (radio, film, televizija), već i tipove pedagoških instrumenata koji mogu da se uključe u edukativnu komunikaciju.

To su:

tzv. audio-vizuelni dokumenti (dijapozitivi, transparenti, magnetofonske trake),

štampani dokumenti (svi oblici knjiga, novina, letaka),

obrazovna sredstva vezana za moderne metode (programirani kursevi, edukativne igre i predmeti, makete, programatori),

edukativni izvori iz okoline (biblioteke, muzeji, izložbe),

druga sredstva telekomunikatora (telefon).

Neki čak idu dotle da upotrebu koncepta medija šire na globalnu analizu pedagoške komunikacije, da bi označili ljudske činioce integrisane u sistem (reč na sudu), ili one koji mogu biti konsultovani kao „osobe-izvori” u pregrupisavanjima ili dispozitivima tutorata.

Tako nalazimo - bar u publikacijama na francuskom jeziku posvećenim obrazovanju - vrlo široku upotrebu

pojma mediji, koja upućuje na izuzetno raznolike didaktičke proizvode. Utoliko pre je to slučaj sa izrazom multimediji. Bogatstvo što se krije iza prividne jenostavnosti ovog skorašnjeg termina, mora istovremeno podstaći analitičare na strogost, a stvaraoce na maštovitost.

POLJE MULTIMEDIJA

Evo, dakle, tobož beskonačnog rezervoara medija, koji se može kombinovati radi vođenja multimedijskih akcija. Da bi se uneo red u sve ove kombinacije, već ostvarene ili teorijski moguće, mogu se upotrebiti razni kriteriji:

BROJ MEDIJA

Čini se da je danas važeća tendencija da se upotreba multimedijske etikete rezerviše za spoj bar tri medija. Bez sumnje, tradicionalan spreg jedne serije emisija radija ili televizije i priručne brošure (što već godinama praktikuje znatan broj edukativnih radio-televizijskih službi) odgovara brizi da se specifične, komplementarne vrline dva medija kombinuju, i predstavlja pravi mamac za jedan multimedijski postupak. Ali, ne odričući istorijski značaj i uvek neosporan interes ovakvog nivoa kombinacije, treba priznati da se čini da većina reč multimediji ostavlja za kompleksnije celine. Stvar rečnika, nikako sud nadmoći. Na to ćemo se vratiti.

PRIRODA MEDIJA

Prema nedavnoj anketi UER-a, preovlađujuća kombinacija u radio-difuznim organizmima čini se da je: televizija + radio + štampana publikacija, eventualno dopunjena grupnim radom. Možemo se čak zapitati da li je, za većinu organizama, veza radija i televizije odlikujući znak multimedijske akcije, možda zato što

zajednički rad odgovornih službi ova dva medija, često autonoman, predstavlja institucionalan događaj. Ali, takođe treba proceniti poziv na rad u izuzetnijim medijima.

Ujesen 1974. u Švedskoj je organizovana temeljna kampanja pod imenom „Karibu” u svrhu informisanja i razmišljanja o svetu nerazvijenih uopšte, i o Tanzaniji posebno. Dok je Sveriges Radio¹ emitovao radio i TV programe, drugi istraživači u projektu publikovali su dokumentaciju (brošure, knjige, ploče), ali su i organizovali kulturne događaje (pozorišne predstave, koncerte, igre, izložbu), radi grupa za proučavanje.

U Velikoj Britaniji značajno iskustvo opismenjavanja odraslih, koje je počelo u oktobru 1975, upotrebljava usred multimedijske organizacije centar za telefonsku konsultaciju, da bi povežalo odrasle-dobrovoljce sa starateljima.

U Francuskoj, regionalna multimedijaska akcija namenjena elementarnom obrazovanju, pokušava da poveže lokalnu štampu koja u vezi sa emisijama publikuje dugačke članke o istim socio-ekonomskim temama. Ovi članci su istovremeno namenjeni učenicima, da obogate njihovu dokumentaciju, i roditeljima, da ih zainteresuju za rad u školi njihove dece, i da olakšaju saradnju među njima.

Najzad, treba podsetiti da multimedija može biti bez televizije i bez radija.

STUPANJ INTEGRACIJE IZMEĐU MEDIJA

Često se govori o multimedijском sistemu. U stvari, zbližavanje ova dva pojma je plodno. Jedna od diskusionih grupa iz Bazela 1970.² primetila je: u ovom izrazu, bitan pojam je pojam sistema, u suprotnosti sa prostom akumulacijom medija. Manje je to protivstavljanje elemenata koji su uneseni, a više njihova koordinacija.

Istinski multimedijски sistem jeste koherentan skup u kojem svaki od medija nalazi svoje mesto u funkciji drugih.

Ispitivanje ove neophodne koherencije ne znači nužno razradu složenih sistema, već samo volju da se i u naskromnijim celinama precizira funkcija data svakom elementu i stepen međuzavisnosti između tih elemenata, koji može biti različit. Tako ARD/WDR razlikuje za kombinacije: televizija + radio na školskom nivou, komplementarni sistem i integralni sistem. U prvom slučaju, učitelj može da upotrebi oba sredstva, ali bez ikakve obaveze. Na primer, možemo navesti emisije serije *Seaside children* kurs engleskog, gde nastavnik može svake nedelje naizmenice da radi sa tri radio- i tri TV programa. U integrisanom sistemu pripremamo kurs društvenih nauka. Ovde radio-emisije donose istorijski kontekst, a TV emisije aktuelne činjenice.

Edukativni multimedijски programi se dosta lako mogu klasifikovati prema stupnju strukturalizacije. Najprostiji modeli odgovaraju celinama dokumenata koji imaju dosta trajave veze, često jednolinijske, na primer neka serija filmova ili emisija. Moguće su tačne i parcijalne upotrebe ovih dokumenata kao prostih priručnika u pedagoškoj okolini. Zatim se nailazi na sve više strukturisane materijale, koji eventualno mogu da budu prezentirani u obliku „paketa”; to su mali sistemi obrazovanja, učenja u integralnom obliku, u funkciji preciznih ciljeva, metoda i sredstava koncipiranih za individualni, kolektivni ili mešoviti rad. Oni sadrže više ili manje brojne elemente koje je teško razdvojiti jedne od drugih, a imaju čvrsto određene i komplementarne funkcije kao što su

¹ Zvanični naziv Švedske Radio-televizije. Prim.prev.

² Stalni godišnji stručni seminar za televizijske edukativne profesionalce. - Prim.prev.

motivacija, učenje, upućivanje, samoprocena... Neki kursevi živog jezika, kao što je *Start* proizveden u Švedskoj RTV, vrlo su razrađeni primeri. Najzad, pristupa se multimedijским sistemima za obrazovanje na daljinu, koji u svojoj najprefinjenijoj formi, kao što je to *Otvoreni univerzitet* (Open University) omogućuju učeniku da u isti mah radi kod kuće uz vrlo razgranate oslonce, i da ima sistematske razmene sa edukativnom ekipom, putem prepiske, sastanaka u grupama i seminara u svom mestu.

PEDAGOŠKA FUNKCIJA MULTIMEDIJSKIH CELINA

Multimedijске celine mogu da imaju vrlo različite pedagoške funkcije. Na jednom polu, izvesne relativno proste celine predlažu se nastavniku u razredu kao usavršeni didaktični priručnici. U Francuskoj, na primer, radio-vizije (emisije radija koje se isto tako predlažu u obliku ploče + dijapozitivi + nastavnički listići) hoće da dokumentarnim doprinosom podrže akciju nastavnika krajem elementarnog obrazovanja i na početku srednjeg.

Na drugom polu su kompleksni sistemi obrazovanja na distanci koje smo upravo evocirali.

Između ova dva ekstrema, mnogobrojne su posredne formule. Tako, obrazovna celina za učenje nemačkog *Kontakte*, proizvedena u BBC, omogućuje u isti mah studentima da rade kod kuće, i organizacijama koje su prihvatile predloženi metod da se opreme za kurseve koristeći veoma veliki broj medija: televizija + radio + priručnik + ploče + magnetofonske trake. Ovaj sistem ponovo nalazimo u skorašnjoj seriji za učenje francuskog *Zajedo*.

U Francuskoj, OFRATEME³ od 1975. proizvodi multimedijске celine namenjene podsticanju obrazovanja kvalifikovanih radnika za štedno udruživanje (kreditna udruženja). Ove

kompleksne celine (16 mm film i super 8 film - oba zvučna - dijapozitivi, transparenti, magnetofonske trake, sveske za odrasle koji se obrazuju, brošure za predavače) upotrebljene su na vrlo suptilan način u ustanovama koje prema raznolikim formulama mogu da kombinuju samoobrazovanje i grupni rad u funkciji publike koja se obrazuje. U izvesnim grupama i u izvesnim trenucima odrasli rade sami, ili udvoje, ili utroje, direktno sa medijima. U drugim slučajevima, preovlađuje grupni rad koji animira predavač.

DA LI UČENICI PROIZVODE MEDIJE?

Većinu multimedijških celina proizvode specijalizovane organizacije polazeći od određene analize potreba i manje-više preciznih hipoteza o pristupima učenju koje bi trebalo favorizovati. Korisnici ovih celina, bilo da su to sami učenici ili institucije koje organizuju pravljenje ovog materijala, imaju ograničeno polje inicijative.

Ipak, određena iskustva zahtevaju da se publici dā značajnija uloga u samom konstituisanju multimedijске akcije. Tako u Kvebeku veliki eksperiment u obrazovanju odraslih, kome je upravo dato ime „Multimediji“, poziva od 1973. godine građane da se priključe, da razrade zajedničke obrazovne projekte, da konstituišu radne grupe, da bi razvili bolje razumevanje samih sebe i svoje sredine, i da na taj način participiraju u društveno-ekonomskom razvoju te sredine. Audio-vizuelne tehnike upotrebljavaju animatori koji su ovim grupama stavljeni na raspolaganje, ali i grupe same koje hoće da u toku svoga pristupa načine dokumentaciju. Tako su grupe građana realizovale audio-vizuelne montaže, a i,

³ OFRATEME, Francuski zavod za moderne tehnike u obrazovanju (Office Français des Techniques Modernes d'Education).- Prim. prev.

zahvaljujući strukturama participacije i novinama za povezivanje, radio i TV emisije.

Analogna, skromnija iskustva pokušana su u mnogim zemljama, na nivou elementarnog obrazovanja posebno, u okviru jedne pedagogije koja ide ka razvijanju kreativnosti dece.

Ova kratka panorama potvrđuje, ako je za to bilo potrebe, da multimedijaska etiketa pokriva vrlo različite pristupe i produkcije. Nije dovoljno prebrojati oslonce da bi se multimedijaska celina definisala. Testirali smo nekoliko prostih kriterija da bismo uneli reda u ovu izobilnu aktivnost. Ova prva analiza takođe može, nadamo se, da pomogne multimedijским proizvođačima da svoje ciljeve identifikuju i rasvetle svoj izbor pre nego što daju oblik jednom projektu. Jer, u osnovi, zašto proizvoditi multimedije?

ZAŠTO MULTIMEDIJI?

Ponekad naiđemo na pristalice multimedija koji veruju i žele da svi poveruju kako je jedan projekat bolji ako sadrži više medija. Da li je ovoga puta kvantitetom opravdana ili ne iludna iluzija, lažan problem koji nikako ne omogućuje da se multimedijски pristupi usmere i procene?

I, PRE SVEGA, ZAŠTO MEDIJI?

Teško je mogućnosti i granice multimedijских solucija ne postaviti u odnos prema već starim rasprama o edukativnoj televiziji i, čak opštije, o audio-vizuelnom. Argumenti u korist multimedijских rešenja razumeju se tek u svetlosti konfrontacija o audio-vizuelnom iz šezdesetih godina.

Upotreba audio-vizuelnih tehnika u obrazovanju bila je iz mnogih razloga opravdana, a ukratko ćemo se setiti glavnih:

Audio-vizuelno je društvena činjenica u modernim društvima, i obrazovanje to ne može da prenebregne.

Audio-vizuelno pomaže obrazovanju, olakšavajući, na primer, motivaciju, posmatranje, učenje.

Audio-vizuelno, pogodujući prelazu sa konkretnog na apstraktno, ili donoseći edukaciju u kuću, posebno je korisno za hendikepirane, decu ili odrasle.

Audio-vizuelno može omogućiti uštede, bilo smanjujući broj ili nivo kvalifikacija nastavnog osoblja, bilo podvrgavajući istom ulaganju više učenika ili studenata.

U funkciji iskustava i situacija, akcent je stavljan na neko od tih preimućstava: kulturno, didaktičko, socijalno, finansijsko.

Ne odričući vrednost izvesnih iskustava treba ipak priznati da je obnova edukativnih sistema, na koju se računalo uvođenjem audio-vizuelnog u razvijenim zemljama, većim delom bila varka. Čak i kada se smanjio otpor obrazovnih tela, i kada se audio-vizuelno nije pojavljivalo kao dodatni ograničavajući trošak, iskustvo je pokazalo da evolucija, a pogotovu demokratizacija nastave podrazumevaju mnoge druge strukturalne i društveno-političke uslove.

Dobro smo videli u Bazelu 1974. godine da je edukativna televizija za odrasle bila do sada naročito korisna onima koji već uživaju druge edukativne olakšice. Tehnicistički pristup morao je da napusti svoje velike i optimističke snove. Nije dovoljno malo tehnike da bi se promenilo obrazovanje i društvo.

Pri svemu tome, kraj ovih iluzija bio je koristan. Nova problematika se malo-pomalo ocrta, istovremeno se oslanjajući na naučno i tehnološko napredovanje.

Razmišljanje o audio-vizuelnim tehnikama bilo je spojeno sa jednim globalnijim pristupom, povezano sa

analizom sistema, koji omogućuje bolje uključivanje problema didaktičkih sredstava u generalnu problematiku edukacije, imajući na umu svrsishodnosti, ciljeve, strategiju, metode. Doprinos sociologije obrazovanja, teorija komunikacije, psihopedagogije učenja, humanističkih nauka uopšte, neprekidno obogaćuje taj pristup. U ovoj perspektivi, izbor sredstava, dakle medija, definisan je kao element uopšte strategije. Pre nego što, u obrazovanju kao u publicitetu, proizvede medije, jedna strategija mora naznačiti opšte planove akcije i precizirati ulogu medija kao jedan od činilaca ove akcije.

Paralelno ovom metodološkom produbljanju, tehnički napredak, koji je u toku, daje nadu da će obrazovanje moći upotrebljavati - progresivno u nastupajućim godinama - nove medije (video-kasete, video-diskove, video-portable, kabl sistem) koji će stvoriti nove načine distribucije poruka, finije i, naročito, raznolikije. Nema sumnje, proizvodnja multimedijских celina može biti favorizovana pritiskom fabrikantata opreme koji žele stvaranje programa pre svega da bi prodali svoju opremu, a mnogo manje zato da bi odgovorili istinskim potrebama. Ove komercijalne devijacije su neizbežne u liberalnim društvima. Iako se treba boriti protiv njih, one ne smeju sprečiti da edukacija koristi naučni i tehnički napredak koji hoće da eksploatiše.

U ovakvom opštem razvoju se problem medija u obrazovanju može postaviti na nove metodološke i tehničke osove. U vezi s tim, treba ispitati pedagoške nade koje možemo položiti u multimedijске celine.

ŠTA SE MOŽE OČEKIVATI OD MULTIMEDIJA?

Multimedijске celine nemaju vrednost po sebi. Samo ih možemo ceniti kao više ili manje prilagođene odgovore na edukativne probleme koje treba

analizirati. Ponekad, kada se čuje kako se o multimedijama govori tonom očiglednosti, imamo utisak da ovaj pristup uklanjanja sve probleme koje je postavila tradicionalna edukativna televizija svojim serijama emisija i pratećim brošurama. To znači jednu iluziju zameniti drugom i rizikovati stvaranje novog fetišizma, kao što to naglašava BRT⁴ u odgovoru na anketu UER-a: „Ne verujemo u fetišizam multimedijских pristupa pošto, po našem mišljenju, može biti projekata kojima je nužan samo jedan medijum.”

Tako je multimedijски pristup postavljen na svoje mesto. To je jedan od zaključaka s kojim se treba suočiti da bi se u datoj situaciji postigli izvesni ciljevi. Jedino kada su precizirane specifične potrebe određene publike, i kada je jasno definisan cilj kojem se teži u određenom projektu - pristupa se izboru i razgraničavanju ovih medija. Pet nije automatski bolje od četiri a ovo obavezno bolje od tri: vrednost multimedijске celine nije u njenoj složenosti, već u njenoj sposobnosti da reši neke probleme, ili da postigne određene ciljeve.

Ovaj metodološki princip sprečava štetna uopštavanja i upućuje svakog izvršioca, svakog proizvođača na metodsku analizu svakog projekta. Pri svemu tome mogu se pokazati osnovna preimućstva multimedijских strategija.

Pre svega, one omogućuju da se u aktivnosti učenika unesu promene, što preporučuju brojni radovi pedagoga i psihologa. Na primer, učenik dopisnog kursa mora da zna da čita i piše. Student *Otvorenog univerziteta* takode ima prilike da gleda i sluša audio-vizuelne poruke, da rukuje maketama, da ispunjava upitnike, da se susreće sa predavačima i drugim studentima, dakle da sluša, govori. Raznolikost tih aktivnosti svakako će pogodovati učenju. Isto tako, multimedijске celine

⁴ BRT, Belgijska Radio-telvizija, na flamanškom jeziku. - Prim. prev.

za učenje živih jezika (*Kontakte, Start*) umnogostručuju tipove lingvističkih situacija i pokrivaju celinu mogućnosti emisije i prijema, pismeno kao i usmeno.

Nameće se sve više ideja da ni jedan medij, kao ni jedan lek, nikada po sebi nije dobar. On donosi odgovore na jedan cilj, a ne na sve. Na primer, viši kurs omogućuje da se napravi jedna sinteza, a on očigledno ni u čemu ne razvija izraz učenika. Isto tako, programirano obrazovanje može biti vrlo interesantno da se olakša samoprocena, ono otežava transfer saznanja. Prema B. Švarcu (B.Schwarz) retko biva da jedno sredstvo bude dovoljno za jedan cilj i, opšte uzev, to se postiže kombinacijom sredstava. Utoliko pre je potrebno paralelno pratiti nekoliko ciljeva, i edukacija to i čini. Varirajući pristup znanju, multimedijiska sredstva nude svakom učeniku mogućnost usmeravanja u pravcu koji najbolje odgovara njegovim mogućnostima i interesima.

Ovo prilagođavanje multimedijiskog sistema na raznolikost učenika obavlja se sa velikom suptilnošću. Situacije učenja su varirane, posebno za odrasle koji mogu da slede obrazovne projekte na raznim mestima, uz razne ritmove i na različitim stepenima. Mnoge multimedijiske akcije ostavljaju učeniku u stvari, izbor između različitih nivoa napora i rada, u funkciji njegovih motivacija i raspoloživih snaga. Tako serije BBC za sindikate (*Trade-Union Studies*) nude tri solucije:

televizija + brošura
televizija + brošura + dopisni kurs
televizija + brošura + dopisni kurs + grupni rad

Često je primećivano da su poruke koje su predložili razni mediji kodirane prema različitim sistemima značenja, upotrebljavajući posebno jezik reči (verbalne poruke), jezik slika (ikoničke poruke) ili ih povezujući međusobno (verbo-ikoničke poruke). Multimedijiske celine omogućuju učeniku da se pre svega osloni na jezik koji mu je

najbliži, ali bez sumnje mogu da ga povuku da pređe iz jednog koda u drugi i da malo-pomalo ovlada i drugim jezicima koje teže praktikuje. Ako iskustvo verifikuje ovo obogaćenje, shvatićemo njegov značaj podsećajući da se u brojnim naučnim studijama, značajan deo školskih neuspeha objašnjava nedovoljnim vladanjem maternjim jezikom učenika u odeljenjima za zaostalu decu. Ovaj hendikep je utoliko teži što se visoko obrazovaje i tradicionalni mediji, na primer udžbenici, skoro isključivo oslanjaju na razrađen i relativno apstraktan verbalni jezik.

Na taj način, najveća pedagoška nada koju možemo imati u multimedijiske strategije pridružuje se jednoj od velikih edukativnih ideja ovog vremena: individualizovano obrazovanje prilagođeno mogućnostima i ukusima svakog deteta, svake mlade osobe i svakog odraslog. E. For (E. Faure) u Izveštaju UNESCO-a kaže:

„Brižljivo osigurati iste šanse svakome ne znači, kao što se obično misli, da garantujemo identičan postupak sa svima u ime jednakosti, već naprotiv da svakoj individui ponudimo jedan metod, jedan pristup, formu obrazovanja koja njoj kao jedinki odgovara.”

Multimedijiski sistemi su jedan od mnogih činilaca opšte strategije koju ovaj ambiciozni cilj podrazumeva.

ZAKLJUČAK

Bilo kakav da je uticaj i bilo kakva da je zabluda mode u upotrebi izraza multimediji, čini se da postupak koji ovaj izraz označava odgovara dubokoj i neizbežnoj evoluciji edukativnih sistema. Potreba da se prilagodi mnoštvu edukativnih potreba povući će ka sve većoj raznolikosti metoda i sredstava, koja je jedina sposobna da ponudi individualizovano obrazovanje „po meri”. Tehnički napredak daće

konkretna mogućnost da se odgovori potrebi različitih medija često međusobno kombinovanih da bi kompenzirali granice svakog uzetog odvojeno. Može se pretpostaviti da će se ova progresija medija i multimedija u obrazovanju proširiti na mnoge godine, možda na jednu generaciju, i da će proći kroz različite peripetije u vezi sa ekonomskom situacijom i oblastima industrijskih, komercijalnih i političkih borbi.

Takođe je verovatno da će uvođenje medija i multimedija uzeti veoma različite oblike koji neće uvek podrazumevati televiziju i radio kao centre izvora koji se svuda umnožavaju. Usred te evolucije, organizmi radio-televizije moraću da pronađu i da malo-pomalo izgrade svoje mesto među drugim proizvođačima. Ako ga ne zauzmu, rizikovaće odsustvo iz jednog od najbogatijih domena za proizvodnju edukativnih medija u sledećoj deceniji.

Nema sumnje, takvo otvaranje postavlja ovim organizmima teške probleme proizvodnje i raspodele multimedijских programa, čije rešenje može da dovede do promene organizacije i čak do promena strukture. U tom pogledu švedsko iskustvo je dragoceno.

Rešenja će sigurno varirati prema zemljama, u zavisnosti od ljudi, tradicija, institucionalne igre, ekonomskog, socijalnog i političkog konteksta. Ipak, multimedijске strategije, u odnosu na svoje početne i dominantne vokacije, svuda se predstavljaju organizmima radio-televizije u isti mah kao opasnost i kao iskušenje. U svetu koji se brzo razvija, institucije kao i ljudi napreduju odgovarajući na promene i sebe obnavljajući. Možda su multimediji spasonosan izazov.

S francuskog prevela:
Eleonora Prohić

Dorđe Kostić

PITANJA JEZIKA TELEVIZIJE

Štampa, radio i televizija danas su svakodnevne potrebe savremenog čoveka. Te tri potrebe postaju sve dublje i sve više ih ljudi stižu ili žele da ih steknu. Da bi čovek mogao da prati televizijske programe nije potrebno da bude pismen, čak nije potrebno ni da bude opismenjen. Potrebno je samo da nabavi televizijski aparat, da ga uključi ili da ga poveže sa baterijama, pa da uđe u svet. Mi smo, na primer, u našoj zemlji toliko proširili krug slušalaca i gledalaca da mirno možemo da kažemo da nam je cela zemlja ozvučena i prekrivena televizijskim programima i to ne samo jednostrano, već i mnogostrano. U stanju smo da u roku od samo jednog sata obavestimo celokupno naše stanovništvo o svakom događaju koji bi zaslužio takvu širinu obaveštenja. Takvu snagu nemaju novine, na primer, niti će je ikada moći imati. I nije dobra strana televizije samo u tome što je brza, ona ima još jednu znatno veću prednost. Ona probija kroz sve slojeve kulture. Ne zahteva napor, ona je ugodna; prisutna i zvučna; vidljiva i slikovita; ona je toliko složena u svojim zvučnim vizuelnim slikama da čoveka izmešta iz njegove izdvojenosti i unosi ga u svet ne samo uže ili šire sredine u kojoj inače živi, već ga povezuje sa svim događajima na takav način da se neposrednost između gledalaca i slušalaca s jedne strane i događaja koji se prenose s druge, u punom smislu reči može obezbediti.

Ta gotovo magična moć povezivanja čoveka sa svetom doprinela je, svakako, da su ljudi prihvatili televiziju tako svestrano. Istina, i čitave generacije talentovanih i sposobnih tehničara, novinara, organizatora i društvenih radnika založile su se da ona što brže proдре u mase; da programi postanu što bolji, tehnički savršeniji, verniji događajima koje odslikavaju.

Sve je to doprinelo popularnosti televizije. Danas i mi možemo reći da ni sa tehničke strane, niti sa strane brzine obaveštavanja, ne zaostajemo od ostalih. Među njima smo,

možda ne najbolji, ali svakako dobri i savremeni. Mi smo, štaviše, našli i dosta vremena da se pozabavimo spoljnim izgledom ljudi koji izlaze pred mikrofona. Ni tu ne zaostajemo od drugih. Već smo popularisali dobar broj televizijskih novinara, oni imaju svoj ugled u društvu, a znali su da za svoju profesiju izdejstvuju priznanja. Sve je to dobro, i sve je to posledica velikog napora ljudi koji se brinu i rade na području naše novinarske delatnosti, veštine i stvaranja.

Ali, mi koji slušamo i gledamo naše drugove u trenutku kada nas informišu o događajima bilo u našoj zemlji ili van nje, znamo da su svi ti novinari, saradnici, urednici, spikeri, voditelji, i svi drugi koji rade na programima, ljudi koji ne kreiraju sadržinu poruke. Oni je uobličavaju, pa čak ni to uvek, i ne sa onom stvaralačkom širinom koja se može od njih očekivati, što bi njihovu ličnost kroz čin stvaranja predstavilo vidljivije i efektnije ljudima koji ih gledaju ili slušaju. Znamo, svesno ili ne, da su oni tumači čina, ali ne i učesnici u njemu. Jedino što je zaista neotuđivo njihovo, po čemu se oni stvarno identifikuju, jeste njihov glas, lice, gest, govor, jezik; opšti izgled i držanje, manir. To je njihovo, nesumnjivo, i to toliko njihovo da je neodvojivo od njihove ličnosti i ne pripada događaju vesti koju saopštavaju. Tom svojinom oni raspolazu. A da li raspolazu? Sve drugo pripada poruci kojoj služe, kojoj se potčinjavaju i stavljaju je iznad svojih stvaralačkih zahteva. Glumci imaju tu sreću, na primer, da kreiraju junake po unutrašnjem osećanju i talentu, da likove koje vaskrsavaju mogu graditi svojim darom, tako da se samo oslanjaju na fabulu kao gradnju, a sve drugo izgrađuju. Televizijski radnici mogu se identifikovati pred svetom preko svog izgleda. Sve što nije njihov izgled pripada službi, a ne njima. Oni se sjedinjuju sa službom. Sam događaj ne pripada nimalo više njima no svima drugima. Tu smo i mi i oni, gledaoci i slušaoci, u istom položaju. Televizijski novinar je stalno natovaren brzinom poruke i hita da je ponese, a potom iznese iz sebe i kroz sebe, i da je prebaci sa jednog mesta neke sredine na sva mesta svih sredina koja ga razučena kroz milione ljudi očekuju. I svi ti ljudi zajedno i u isto vreme primaju, dakle, istu poruku, u istom obliku, od istog čoveka. A taj isti čovek je onaj koji stoji pred mikrofonom. Uniformisanost njegova iskaza primljena je u toj bespreglednoj slušalačko-gledalačkoj sredini i kroz nju odjekuje. Poruka se prima kroz ljude i u njima dobija svoje ležište, kroz njih se ponovo vraća u život. Postaje, dakle, ponovo čin. Uloga novinara-voditelja-redaktora-iskazivača itd,

ima, dakle, svoja ograničenja. Ta ograničenja su vidljiva, ona navode čoveka da bude prenosnik, rezimator koji se približava tehnicima i sredstvima tehnike, a istovremeno se udaljava od stvaralačkog nagona, koji, valjda, i jeste prava sudbina čovekova.

Novinar spontano i intimno želi da se udalji od tehničkog lica koje je angažovano na formiranju vesti, na njenom jezičkom materijalizovanju. Pa dok ga s jedne strane profesija udaljava od stvaranja, s druge pak strane on se nagonski okreće stvaranju kao svojoj neotklonljivoj potrebi. U toj protivurečnosti, u interesu objektivnosti poruke, u interesu neposrednosti čistote prenosa poruke (isto onako kao što se tehnički jedna slika može zamutiti i postati nerazgovetna pa čak i neupotrebljiva, tako se poruka može zamutiti i postati neupotrebljiva ako se dobro ne uobliči i ako se ne iskaže čisto i shvatljivo) on se sve više utapa, pod pritiskom hitnosti, u zanat, u bolje ili lošije izgrađen šablon. U stvaranju ustaljene novinarske televizijske norme ili forme, ili šablona, učestvuju bezbrojni uslovi koji novinara zaokružuju, a njima on sam treba da se odupre, da ih savlada, da ih se oslobađa, da bi mogao stvarati.

Ako bismo poredili dejstvo štampe na uniformisanje mišljenja i stavova čitalaca, nije teško uvideti da se ličnost novinara gubi sve dotle dok ne postane simbol agencije, tehničko lice. On se uniformiše. Takva uniformisanost dejstvuje na čitaoce, pa se i oni postepeno i neprimetno odevaju jednoličnošću, i oni se postepeno i neprimetno gube u opštosti, i neočekivano počinju da gube sebe, neprimetno, i u sebi, počinju da nestaju, neprimetno, i da se pretvaraju u pretplatnike, u drugu vrstu tehničkih lica koja je odraz one prve, novinarske, koja ih postepeno ugurkuje u sivilo informacija. Time se krug zatvara i taj obruč može postati dosta jak, pa čak i dovesti u pitanje prirodne, ljudske nagone stvaranja.

Međutim, bilo bi netačno ako bi se uniformisanosti pridodale samo negativne karakteristike. Ona ima i pozitivnih strana, posebno u novinarstvu. Ako bi se vestima dao izrazito subjektivni karakter nekog događaja, ako bi se objektivnost prikaza otklonila, tada bi lako nastupila nesigurnost kod čoveka, pa bi se on usamio i odvojio od društva. Kako postaviti dobre odnose između pozitivnih i negativnih strana objektivne informacije u programima televizije? Ovo pitanje je znatno šire od pitanja jezika. Osloboditi slušaoca, odnosno

gledaoca pasivnog primanja poruke, a time i dejstva uniformisanosti objektivizirane poruke upravo i jeste jedan od zadataka ovog izvanredno značajnog sredstva informisanja. Snabdevači informacija su ti koji ovaj zadatak rešavaju i to uvek u samom postupku formiranja vesti. Gore navedena kontradikcija između nagona za stvaranjem i pritiska profesije za objektivizacijom događaja, ako se ta kontradikcija ne svede na objektivizaciju subjektivnog faktora koja se pretvara u šablon i tim šablonom uništava subjektivnost objektiviziranog događaja, tada se otvara mogućnost takve objektivizacije i subjektivnog čina u spolnjem događaju (koji je uvek doživljaj, i to neotklonjiv doživljaj), da se on kao poruka ostvari kroz takav oblik i stil koji će preneti na gledaoca-slušaoца ne samo kao vest, već i *subjektiviziranu objektivnost* koja je istovremeno prožeta objektivizacijom subjektivnog čina. Svakako, uobličavanje vesti prema tome trebalo bi da bude bremenito pojedinačnošću koja ne može, niti bi trebalo to pokušavati, da se odvoji od onih opštosti koje udovoljavaju cilju informacije. Ako se ovaj problem u štampi vidljivo manifestuje, on se kod televizijskih novinara još drastičnije postavlja u svakodnevnoj praksi. Televizijski novinari nisu fizički ostali izvan svog dela, oni su prisutni, u većini slučajeva, u samom trenutku realizacije svog dela. Oni stoje pred očima gledalaca. Nisu skriveni iza reči, kao što je pisac novinskog teksta fizički nevidljiv iza štampanih slova.

Njihov glas, melodija rečenice, naglasak pojedinih reči, ritam, kao i svi međusobno povezani suprasegmentni faktori govora dovode do tumačenja teksta koje se ne može izbeći, koje je nerazdvojno povezano sa ličnošću i čini njen integralni deo. Takvo govorno tumačenje teksta doprinosi razbijanju uniformnosti koju štampana reč nosi sama po sebi. Mnoge radio-stanice tu su osobinu osetile vrlo rano, na samom početku svog nastajanja. Tako je BBC, na primer, nastojao, i to vrlo sistematično, da putem propisivanja strogih govornih normi, čak i normi govornog ponašanja pred mikrofonom, ograniči slobodu spikera nastojeći da ih svede na ujednačene glasove i govorne izraze, da preko njih izradi poseban radijski govorni stil kao i posebnu normu objektivizirane poruke koja bi odgovarala pisanoj reči. Takvo brisanje čoveku sa lica njegovog sopstvenog govora približavalo je radijskog novinara novinaru štampe. I u tome su, mora se reći, u velikoj meri bili i uspešni. Za njih nije postojalo pitanje da li će se jedna vest svesti na objektivno odslikavanje događaja ili će se dozvoliti

glasovno tumačenje datog događaja. Spiker je bio lišen te privilegije. Sastavljač poruke i urednik bili su tumači, a njihovo tumačenje je samo zaogruto spoljašnjom formom koja je prekrila sve što je moglo poteći od ličnosti, tako da se stvarao utisak objektivnosti sadržaja. Međutim, dobro je poznato da je to bilo samo jedan od sastavnih delova tehnika propagande, koji je dosta vešto bio utisnut u radijske programe.

Bez obzira kako su razne radijske i televizijske stanice rešavale ovaj problem, za nas ostaje pitanje još uvek aktuelno: da li će se jedan događaj pustiti da kruži svetom kao informacija uobličena tako da predstavlja isključivo odslikavanje neposrednog čina, ili će se u samom uobličavanju poruke toj informaciji dati i tumačenje; ne samo verbalno, odnosno racionalno, već i afektivno preko prozodijskih govornih elemenata govornika?

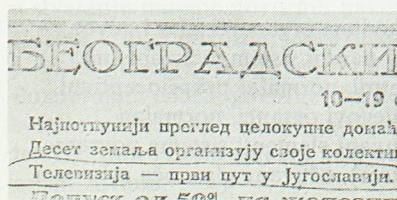
Ako na ovo pitanje odgovorimo pozitivno, to ne isključuje i negativan odgovor, već podrazumeva i jednu i drugu mogućnost. Ako je potrebno da vestima damo objektivni vid služićemo se govornim sredstvima da se taj cilj i postigne. A ako je potrebno da informaciji damo subjektivnu boju afektivnog stava tada i to možemo govornim sredstvima učiniti. Ukoliko se više približavamo iskazu koji bi vodio ka objektivnosti čistog prenosa poruke, utoliko se ona, ta poruka, tom objektivnošću gubi, postaje formalna, automatizuje se. A to je upravo ozbiljan promašaj koji može da se desi na televiziji. I suprotno tome, ukoliko bismo se više približavali subjektivnim oblicima iskaza utoliko bismo poruku više povezivali sa samim novinarom, njenim iskazateljem, a tim povezivanjem bismo je oslobađali opštosti, pa i objektivnosti, što bi takođe bio promašaj. Između ova dva ekstremna slučaja potrebno bi bilo naći meru njihova prožimanja da se poruka prenese sa svim svojim kvalitetima, a da se ne izneveri u prolazu kroz jednog čoveka, kroz njegovu racionalnu i afektivnu prizmu interpretacije. Možda bi se moglo čak reći da bi takvo određivanje mere moglo biti samo u teoriji idealno rešivo, a da je ljudska, odnosno društvena praksa nemoćna da ostvari ovakvo rešenje u punom smislu reči. Mi nesumnjivo moramo napustiti smer objektivizacije vesti stereotipnim normama jezičkog ponašanja koje uvode i govornika i jezik u šablone. Takođe znamo da je jedino ljudski glas taj koji televizijskom novinaru može da pruži subjektivnu i sugestivnu snagu kojom će on obojiti vest i rasprostrti je među slušaoce.

Dakle, niti nam je potrebna bezlična i upropašćena poruka, niti nam je potrebna anarhija i neodgovornost koja bi počivala na trenutnom raspoloženju, ili na površnom shvatanju događaja. Potrebna nam je poruka koja neće rušiti originalnost izveštača, a koja istovremeno neće ni sama potonuti u njegove lične osobine. A da bi se tako nešto moglo postići potrebno bi bilo da se izgradi niz govornih veština koje će televizijskom izveštaču omogućiti da se služi govorom tako kao što se slikar služi bojama.

Da li se to činilo od samog početka stvaranja naših televizijskih programa? Nažalost, nije. Naprotiv, bila se javila neka tendencija zanemarivanja jezika i jezičkog govornog izraza. Stvoreno je bilo među našim televizijskim novinarima mišljenje da je jezik nešto što je dato, nepromenljivo, nevidljivo i nevažno. Jezik se negirao kao činilac u programima. Jezički savetnici jedva da su bili prisutni pri ostvarenju emisije, čak i simbolično. Spoljni izgled, vizuelni deo svega natkrililo je sve. Bilo je stvoreno mišljenje da pred mikrofonom može da stane svako ko inače zadovoljava vizuelne uslove za taj posao, naravno i uslove koji novinara kvalifikuju za izveštavanje, dakle, političke uslove. Bile su prevedene razlike između novinara dnevne štampe i novinara televizije. Ljude je zahvatila neka vizuelna vrtoglavica čijem je ponoru i samo gledalište mnogo doprinelo, tako da su se i gledaoci i izvoditelji našli na istom nivou, nesvesni jezika i njegova značaja, fascinirani vidljivom stranom poruke-događaja, težeći da se ona što više približi neposrednoj stvarnosti, da tehnički postane savršena. I postala je savršena, cilj je postignut. Tako su bili zadovoljni i ljudi sa televizije i njihovi gledaoci.

Kao što to obično biva, novina slike nije trajala dugo. Tehnička savršenost je primljena kao tehnička obrada pa je slika postala prihvatljiva i bez svojih iznenađujućih, fascinantnih dejstava na publiku. Novinari su se našli u prostoru koji ih je vodio ka ponavljanju, ustaljivanju formi, gubljenju dejstva na svet. I sada se upravo nalaze u nedoumici. Osećaju svakako da im nešto nedostaje. Osećaju da su i oni i publika zasićeni slikom, da im se domet stvaranja suzio na minimum, da nisu dobili ono što su očekivali i želeli. To što oni osećaju, osećaju i njihovi gledaoci. Gledaoci ne žele da vide uniformisane vesti bez stvaralačke svežine, ne žele da budu samo obaveštavani. Oni žele da to obaveštavanje dobije ljudsku stranu poruke, svežinu prvog kazivanja, novinu

dogadaja i emotivno afektivan stav prema tom događaju koji upravo i jeste onaj prenosnik od objektivne stvarnosti do ličnosti i njegove subjektivnosti. Od televizijskog novinara se očekuje da stvara, u svakom pogledu da stvara. A u procesu njegova stvaranja jezik, a time i govor, postaje neizbežan medij, organizator, otelotvorenje njegovog stvaralačkog koncepta, afirmacija poruke preko njegove razbuđene ličnosti. Otuda se ne može izbeći, niti zaobići, pitanje jezika na našim televizijskim stanicama. Ono se već javlja, negde vidljivije, negde skromnije. I mi očekujemo da će amaterski stav prema govornim i jezičkim pitanjima na našim televizijskim stanicama ubrzo biti otklonjen i da će i to pitanje biti preneto na ljude koji će biti u stanju da ga rešavaju i profesionalno i naučno, pa će i jezik zauzeti svoje mesto i to ono koje zasluhuje.



Sl. 21 - Oglasom u štampi najavljena je prva televizija kod nas 1938. god.

Dr Svetozar Ristić

FONIJATRIJSKO-MEDICINSKI ASPEKT GLASA I GOVORA TV I RADIO-SPIKERA

Postoje mnogobrojne medicinske i paramedicinske naučne discipline koje se bave govorom i jezikom, ali čelnu poziciju ima fonijatrija koja na neki način vrši sintezu i analizu svih dostignuća u ovoj oblasti.

KOREKTAN GOVOR

Fonijatrijski pristup izučavanju govorne kulture i korektnosti govora televizijskih i radio-spikera predstavlja poseban vid izučavanja govornog statusa tih aktivnih reproduktora reči i glasa.

Treba odmah naglasiti da je govor ne samo akustički, nego i vizuelni fenomen a to znači da mi govor percipiramo sluhom, vidom, taktilnošću i proprioceptivno. Ovaj anatomsko-fiziološki funkcionalni sistem radi na principu povratne sprege (feed-back) sistema ili takozvanog bio-servo sistema i svaki ispad na bilo kojem njegovom mestu može da dovede do devijacije, do govornog odstupanja. Ispitivanja su pokazala da, na primer, čovek čuje svoj sopstveni govor sa zakašnjenjem od 0,003 sekunde a po nekim autorima 0,01 sek. Blek (Black), Spilki (Spilki), Trevis (Travis), Brodnic (Brodnitz). Takozvano zakašnjenje nije ništa drugo nego putovanje zvuka kroz nervni sistem, kost i vazduh. Ako čovek čuje zvuk svoga glasa sa većim zakašnjenjem, na primer 0,02 sekunde ili više, onda on čuje sopstveni govor kao jeku. Ta pojava se naziva eho-efekt i već je znak govornog odstupanja.

Medicinsko-fonijatrijski postulati korektnog govora su:

- anatomska i fiziološka celovitost organa za glas i govor, normalan centralni periferni nervni sistem, očuvan sluh, disanje, normalno i bez smetnji, normalni proprioceptivni refleksi, normalan vagus i njegovi ogranci, normalan neurovegetativni sistem, očuvani elementi sistema povratne sprege (uvo-mozak-larinks-uvo), očuvana glasnoća, očuvana

fluentnost (tečnost) rečenice, korektna prozodija (akcenti i melodija rečenice), korektna impostacija, normalna i potpuna artikulacija svih glasova i reči, normalna semantika i logičnost rečenice, uredna fonacija, odnosno vokalizacija, korektna „prozodična vokalna infleksija” (objašnjenje u tekstu), prijatna i ugodna akustička percepcija, korektno govorno disanje, što manje nepotrebnih facio-korporalnih mimika (lica i tela), potpuno poznavanje teksta i predmeta.

Pomenuti elementi mogu biti: upadni ili neupadni, stalni ili povremeni, kontrolisani ili ne, dozvoljeni ili ne, i apsolutno neprihvatljivi.

Ukoliko su normalni i korektni, navedeni elementi čine reči izlaganja izgovorene u mikrofonski prijatnim, korektnim, edukativnim, zanimljivim i korisnim. Ne treba zaboraviti da nema, niti može biti normalne aktivne komunikativnosti, saopštenja kao i obične svakodnevne bez korektno izgovorene reči. Govor je smisljena aktivna radnja celog organizma, on predstavlja neprekidnu dinamičku aktivnost organa za glas i govor (58 raznih mišića učestvuje u govornoj aktivnosti). Govor je fenomenalna i biološki čak spektakularna akcija zahvaljujući ogromnom energetsom potencijalu koji je potreban za govornu aktivnost.

VAŽNOST KOREKTOG I KULTURNOG GOVORA TELEVIZIJSKIH I RADIO-SPIKERA

Kad je u pitanju korektan i kulturni govor, televizijski i radio-spikeri se po odgovornosti i značaju nalaze ispred televizijskih i radio-komentatora. Od televizijskih i radio-spikera se očekuje da budu najizrazitiji, najkorektniji i najneposredniji govorni reproduktori, dakle, arbitri, potpuni reprezentanti pravilnog govora, jedna vrsta primera milionskom auditorijumu za to kako treba govoriti. Poznato je da je televizija kao audio-vizuelno sredstvo vrlo moćan činilac u stvaranju mnogih govornih navika i da je zato zanimanje spikera vrlo odgovorna, teška dužnost za čije obavljanje je potrebno mnogo samopregora i neprekidnog učenja. Poznavajući značaj govorne čistote uopšte za naciju, neki svetski televizijski i radio-centri prilaze obrazovanju televizijskih i radio-spikera vrlo odgovorno, selektivno i organizovano.

Prethodno smo naveli brojne i važne elemente korektnog govora televizijskog i radio-spikera. Spikeri su govorni artisti i zato je malo ljudi koji ispunjavaju ove elemente. Posebno radio-spiker mora uložiti specijalan fizički i psihički napor, mora znati osnovne elemente glasovnog i govornog mehanizma i govornog disanja što sve zahteva i dosta vremena.

Fonijatrijska nauka istražuje razloge odstupanja od normalnog govornog mehanizma kako bi se smanjili slučajevi izlaganja kad i sami utvrđujemo kako spiker pogrešno naučeno ili uopšte nenaučeno, laički, amaterski, nekorektno, nepojmljivo samouvereno govori pred milionskim masama gledalaca i slušalaca. Svako glasovno i govorno odstupanje od normalnog, specijalno na ekranu ili pred mikrofonom radio-stanice vrlo brzo se primeti, izaziva neugodnu akustičku percepciju, štaviše navodi na pogrešno saznanje i poimanje upravo pročitano, a sve to može imati i ima teške posledice za razvoj kulture govora, ne samo pojedinca nego i naroda.

Ako spiker čita tekst pun „neophodnih” stranih reči i teških skupina glasova, izlaganje teksta mora biti jasno, skoro očigledno i dovoljno glasno da bi delovalo ozbiljno i uverljivo (persuazivnost usmenog kazivanja) a ne, kako se često događa, smešno i neozbiljno. Većina naših televizijskih i radio-spikera došla je na ekran ili pred mikrofona bez stručnog laringo-fonijatrijskog pregleda samo zato što se prenebregava istaknuta činjenica da ne može svako biti spiker i obavljati tu delikatnu i odgovornu dužnost. Glas spikera, odnosno govor, mora počivati na zdravim ličnim psihološkim karakteristikama, mora biti fizički kondicioniran (spikeru smetaju, recimo otvoreno, alkohol i duvan). Dalja analiza artističkog govora, u ovom slučaju govora televizijskog i radio-spikera, ukazuje da početak mora biti po zvučnosti ascedentan, bar vizuelno spontan, opušten, bez nepotrebnih tikova muskulature lica i bez čujne, neuobičajene i nenormalne govorne respiracije. Televizijski kao i radio-spiker koji ne poseduje ove odlike predstavlja „govornu grmljavinu” nepravilnu i akustički vrlo neprijatnu. Njegov govor nije korektan i fiziološki, već je govor neobrazovanog i nepripremljenog govornog reproduktora - dakle govor antikulture, u stvari „govorno siledžijstvo” koje predstavlja javno razaranje našeg melodioznog govora.

FONIJATRIJSKA DIJAGNOSTIKA I IZVESNI NALAZI KOD TV I RADIO-SPIKERA, KOMENTATORA, GLUMACA I PEVAČA

Fonijatrijska dijagnostika poremećaja glasa i govora je intenzivna i raznolika. Spomenućemo samo izvesne metode: laringoskopija, mikroskopija, stroboskopija, audiološka ispitivanja, magnetofonska ispitivanja, sonografija, endoskopska mikro-fonohirurgija, ispitivanje plućnih funkcija i dr.

U toku deset godina izvršio sam fonijatrijsko dijagnostičko ispitivanje 350 televizijskih i radio-spikera, televizijskih i radio-komentatora, glumaca i pevača. Nisu svi bili podvrgnuti istom dijagnostičkom postupku. Kod određenog broja radio sam magnetofonsku dijagnostiku u saradnji sa Institutom za eksperimentalnu fonetiku i patologiju govora u Beogradu. Ispitivao sam uticaj prostornosti ždrela i usne šupljine na tembr glasa, vršio stroboskopiju, laringostratigrafiju, spektrografiju, audioometriju, radioskopiju i radiografiju, spiometriju i primenjivao druge pomenute metode.

Fonijatrijsko-medicinski nalazi su bili organske i neorganske prirode i kombinovane:

VRSTE PROMENA	BROJ	
- Devijacija septi nazi	210	60%
- Oštećeni sluh	35	10%
- Vazomotorni rinitis	111	31,7%
- Hronični tonzilitis	109	31%
- Hipertrofija linvalne tonzile	7	2%
- Bronhijalna astma	3	0,8%
- Poremećeno govorno disanje	290	82,8%
- Nervne paralize	9	2,5%
- Labilnost neurovegetativnog sistema	241	68,8%
- Malformacija kičme i grudnog koša	39	11,1%
- Hipotonija abdominalne muskulature	73	20,2%
- Hipertonija abdominalne muskulature	91	26%
- Polipi glasnica	33	9,4%
- Hronična zapaljenja glasnica	96	27,4%
- Tireotoksikoze	7	2%
- Drugi endokrini poremećaj	4	1,1%
- Poremećaj glasnoće	201	57,4%
- Poremećaj tečnosti rečenice	277	79,1%
- Poremećaj prozodične vokalne infleksije	49	14%
- Poremećaj artikulacije	105	30%
- Poremećaj impostacije	191	54,5%
- Razne disfonije	110	31,4%

Patološki nalazi su prisutni i veoma brojni. Samo fonijatrijska dijagnostika može da otkrije patološke promene koje ne moraju biti vidljive nestručnjacima. Odgovarajuća terapija mora biti adekvatna i kontinuirana. Ima slučajeva vrskaavog i šuštaavog glasa, slabosti glasa, poremećaja rada štitne žlezde, vrlo izrazitog poremećaja govornog disanja, glasnoće kao i raznih vrsta disfonije - promuklosti. Česte su bile psihogene disfonije. Bilo je slučajeva takozvane fonofobije - straha od glasa i javnog govornog istupanja. Svaka emocionalna labilnost kao i povremena govorna indispozicija mogu biti uzrok ili posledica drugih oboljenja koja spiker često može da skriva. Vršeci analizu kod naših televizijskih i radio-spikera naišli smo i na slučaj *prozodične vokalne infleksije*. Svaki jezik ima svoje vokalne infleksije (vokalna infleksija je promena boje nekog vokala pod uticajem susednog glasa). Poznati su takozvani „inflektivni jezici” kao što su grčki i latinski, dok je engleski jezik situacioni jezik, odnosno sintaksno-analiitički jezik. Kao što vidimo, prozodična vokalna infleksija je vrlo važan element u govoru spikera, jer ona pored ostalog daje melodiju, tembr i lepotu govoru. Navešću sledeći primer i stvarnu situaciju u nas: u srpskohrvatskom jezičkom području najrasprostranjeniji je štokavski dijalekt sa svojim varijacijama. Zamislimo kakvi bi bili ritam, melodija, prozodična vokalna infleksija kada bismo čitali sa desne na levu stranu. Nastala bi antipodna i žalosna situacija u izrazu svih elemenata koji čine normalan govor.

U radio-stanicama i televizijskim centrima rade, odnosno govore pred mikrofonom, ljudi iz raznih područja naše zemlje. Svako štokavsko područje ima svoju glasnoću, artikulaciju, melodiju, tečnost, prozodiju i drugo, ali posle stručne fonijatrijsko-lingvističke korekture i tretmana ovi čitači mogu postati vrlo dobri govorni reproduktori i arbitri. Ta šarolikost i daje sav govorni šarm kako je rekao jedan poznati stručnjak. To je neizmerno bogatstvo koje treba samo pravilno usmeriti u razvoju kulture govora. Na primer, kod televizijskih spikera postoji takozvana habitualna disfonija, kako se ova pojava naziva u fonijatriji, dok je Sokolovski naziva Rezastenija. Njen uzrok je relativno jednostavan i sastoji se, pored ostalog, u nedovoljnoj vokalnoj higijeni, nenormalnoj glasnoći govora, labilnosti neurovegetativnog sistema i pogrešnoj impostaciji koja se ogleda i u sledećem: recimo, ženski spikeri ponekad nastoje da govore nešto nižim frekvencama nego što mogu, ili spiker, da bi izbegao nedovoljnu govornu disajnu tehniku, ne

govori nego peva. Sem pomenutih etioloških nalaza utvrđujemo kod takvih ljudi, u ovom slučaju televizijskih spikera, slabost larinksa i hronična oboljenja mišića larinksa. Interesantni su nalazi u čestoći pogrešnog izgovaranja pojedinih glasova kod televizijskih i radio-spikera. Najčešće greše u izgovaranju glasova *s* i *z* a najmanje u izgovaranju glasova *k* i *p*.

Radi negovanja kulture govora i u ime nauke koja vrlo ozbiljno vrši istraživanja glasa i govora, preporučuje se da profesionalni televizijski i radio-spikeri budu zaista govorni reprezentanti, jedna vrsta edukatora o tome kako treba govoriti, kako treba negovati govor i jezik svoga naroda. Samo organizovana saradnja Radio-televizije Beograd sa medicinskim i paramedicinskim govornim stručnjacima može dati potrebne plodove. Danas postoji jedan vid saradnje sa Institutom za eksperimentalnu fonetiku i patologiju govora u Beogradu i u manjoj meri sa fonijatrijom Otorinolaringološkog instituta Kliničke bolnice grada Beograda. Svakako, ovu saradnju valja programirati kao kratkoročnu i dugoročnu, konkretnu i stalnu; ona mora biti sistematična, stručna i objektivna. Samo na ovaj način će Radio-televizija Beograd, Institut za eksperimentalnu fonetiku i patologiju govora i fonijatrijski odsek Otorinolaringološkog instituta Kliničke bolnice grada Beograda moći ostvariti neophodne naučne i profesionalne zadatke u oblasti razvijanja kulture govora koji se odvija na televizijskim ekranima i pred radio-mikrofonima.

Darinka Simić

RAZVIJANJE KRITERIJUMA I NEGOVANJE MUZIČKOG UKUSA SLUŠALACA

U prošlom broju našeg časopisa u članku *Muzički program Radio-Beograda od 1929. do danas*, na sedamdeset četvrtoj strani ispod programa prvog koncerta novoosnovanog Radio-orkestra izostale su reči „možda ove kompozicije još neko pamti. Međutim...” Pošto ove reči bliže određuju stav autora članka prema navedenom programu sastavljenom isključivo od salonskih komada efemerne vrednosti, smatrali smo za potrebno da objavimo šire objašnjenje samoga autora.

Kao što je očito, uvek je postojalo ugađanje ukusu publike. U prvim danima rada beogradske radio-stanice pre 50 godina radio-program nije morao da vodi računa o konkurenciji jer je nije ni bilo, ali ipak nije smeo da ostane ravnodušan prema zahtevima najšire publike. Kompozicije poput *Petrogradske vožnje saonicama* ili *Deset devojaka ni jednog muškarca* trebalo je da budu mamac za publiku koja je do tada muziku slušala uglavnom u kafani i da je privežu za radio-program. Međutim, kao što je u prethodnom članku bilo reči, pored ovakvih, radio-program je već u tim prvim danima nudio slušaocima i doista vredne sadržaje, iako je morao računati da je tada

broj zainteresovanih slušalaca za ovakve sadržaje bio gotovo zanemarljiv.

Mi danas, u širokoj skali radio-programa, u situaciji kada tehnika omogućava praćenje više desetina inostranih, domaćih i lokalnih stanica, moramo da vodimo veoma smišljenu programsku politiku. Ne smemo da zaboravimo da veliki procenat našeg stanovništva, kako seoskog tako i gradskog, inklinira selu, i da je narodna muzika ono što ovaj deo slušalaca najradije ili jedino sluša. Ali za nama je u nepovrat prošlo vreme kada se verovalo da upravo ukus i zahtevi ove najbrojnije publike treba da diktiraju radio-programe. Naprotiv, danas se držimo stanovišta da programe treba koncipirati imajući u vidu zahteve najbrojnije publike, što znači nuditi kvalitetne programe, ali one koji sadržajem neće prevazilaziti mogućnosti slušalaca u toj meri koja bi za posledicu imala njihovo potpuno odbijanje i okretanje manje ambicioznim programima. Na ovaj način, verujemo, postepeno utičemo na razvijanje ukusa najšire publike. To se, naravno, odnosi na programe namenjene najvećem broju slušalaca. S druge strane, Radio-Beograd i danas bogatstvom i raznovrsnošću svojih programa nudi muziku za sve krugove slušalaca, pa i one najobrazovanije, u kom pogledu predstavlja značajnog činioca u našem javnom muzičkom životu.

Držeći se principa da slušalac „ne može da zavoli ono što nema prilike da upozna”, Radio-Beograd nudi probrani izbor svih muzičkih stilova, sa tendencijom da angažovanim komentarom gde god je to potrebno, omogući što bolje prihvatanje

muzike od strane slušalaca. Rezultate je, naravno, nemoguće pratiti iz dana u dan, ali ako uporedimo slušanost nekih emisija sada i onih od pre desetak godina, možemo sa sigurnošću reći da ovi naponi nisu bili uzaludni.

Svetolik Jakovljević

DA LI JE POSAO PRAVLJENJA GRAMOFONSKIH PLOČA OZBILJAN ILI ZABAVAN

Belgijski pesnik Moris Meterlink (Maurice Maeterlinck) jednom prilikom je rekao da je gramofonska ploča kopija žive kulture. U programu od deset tačaka *O mogućnostima fonografije*, njen pronalazač Tomas Edison (Thomas Edison), stavio je reprodukciju muzike na četvrto mesto. Od tada je prošlo osam decenija, a u međuvremenu muzika se ustalila na prvom mestu. U svetu se proizvodi ogroman broj gramofonskih ploča i svetska prodaja, po podacima Francuskog nacionalnog sindikata za fonografska i audiovizuelna izdanja (edicija: *ABC ploče* za sezonu 1974/75) donosi sledeću rang listu koja važi za 1972. godinu:

SAD	422 miliona kom.
Japan	165 miliona kom.
SSSR	154 miliona kom.
Engleska	132 miliona kom.
SR Nemačka	130 miliona kom.
Francuska	108 miliona kom.

Danas su ovi podaci prevaziđeni: u SAD se godišnje proizvede i proda oko 600 miliona ploča. Ove cifre, pomnožene cenama ploča u lokalnoj valuti, pružiće podatke o fantastičnom prometu koji ova industrija ostvaruje u svetu. Istovremeno ploča je najmasovniji proizvod koji kupac može da bira, iz oblasti savremene industrijske proizvodnje zabave, i koji može da bude i samo zvučna kulisa, i posrednik visokog estetskog doživljaja.

Jugoslavija ima svoje puteve i stranputice u ovoj industriji i u sredstvima javnog informisanja često čujemo realne i nerealne predloge i shvatanja, slabo dokumentovane, a najčešće obojene subjektivnim mišljenjem, bilo ličnim ili esnafskim.

Dinamika razvoja ove industrije nije mimoišla ni našu zemlju. Slično suvišnim fabrikama bele tehnike i na ovom polju

imamo ništa manje nego deset registrovanih firmi gramofonskih ploča, iako dve-tri najveće i najiskusnije rade približno sa polovinom svojih kapaciteta. Inače naziv proizvođača gramofonskih ploča može da ponese samo ono preduzeće koje ima celokupni ciklus u proizvodnji muzike i ploče¹. Proizvodnja gramofonske ploče ima sledeće faze:

1. snimanje tona,
2. prenošenje snimka sa trake na foliju (tzv. rezanje),
3. proizvodnja metalnih negativa, pozitiva i matrica (Galvanoplastika),
4. presovanje ploča.

Ovo su osnovne faze od kojih svaka sadrži čitav niz proizvodnih procesa. To je tehnički posao o kome se u savremenom svetu ne raspravlja, jer je uslov bez kojeg nema posla, i u kojem je tehnički kvalitet obavezna konstanta. Recepture tehnoloških postupaka obezbeđuju dugogodišnja iskustva, a često i instituti pri nacionalnim Udruženjima proizvođača ploča koji sva istraživanja i usavršavanja stavljaju na raspolaganje svojim članovima.

Pre izrade ploča se posmatra kao muzika, posle izrade o njoj se misli kao o robi. Jedina dva pitanja koja muče prave proizvođače jesu: koju muziku staviti na ploču i kako ploču prodati.

JUGOSLOVENSKI USLOVI PROIZVODNJE I PRODAJE PLOČA

U Jugoslaviji se godišnje proizvede i proda oko 20 miliona gramofonskih ploča. Ovaj broj obuhvata dva osnovna standarda: ploču od 17 cm na 45 obrt./min sa dve melodije (sve je manji broj ploča sa 4 melodije) i ploču od 30 cm koja obično ponese oko 10-12 melodija ili muziku trajanja od oko 40 minuta. Uobičajen naziv za prvi tip ploče je singl ploča, a za drugi LP (skraćeno od *long playing* – dugosvirajuća ploča).

¹ Susedna Italija ima u registru oko 130 firmi koje se bave poslovima oko gramofonskih ploča, ali od tog broja samo su tridesetak pravi proizvođači, odnosno fabrike. Jer, dovoljno je imati magnetofonsku traku sa snimljenom muzikom kao industrijskom svojinom, pa da se napravi posao. Sve ostale usluge mogu se kupiti.

Kako tih 20 miliona ploča (od kojih jedan deo ode i u magacine, ili se iz trgovina u njih vrati da više nikad ne izidje) dospe do kupca? Specijalizovanih radnji koje prodaju samo ploče nema više od 30! Od tog broja proizvođač „Jugoton” ima 16 prodavnica, PGP RTB ima 8...Postoji još oko 1200 prodajnih mesta koja, pored ostale robe, prodaju i gramofonske ploče. To su punktovi koje redovno jednom mesečno obilaze trgovački putnici proizvođača nudeći novi program koji, zajedno sa postojećim fondom, raste u obrnutoj srazmeri sa raspoloživim prodajnim prostorom. Velike robne kuće imaju namenski prostor za prodaju gramofonskih ploča i tu se, po približnoj proceni, odvija između 30–40% celokupnog prometa. Jedan deo ploča može se naći u knjižarama, a izgleda da se najveći deo nalazi u radnjama mešovite robe, bez ikakvog podsmeha za radnju ili robu, zajedno sa ekserima ili šerpama. I tako, na neki naš specifičan način, nivo trgovine određuje i nivo robe. Svaka ploča može da se ponudi radnji ali se radnja ne može naterati da je kupi. Tu počinje ili možda prestaje deo razgovora o ploči kao sredstvu širenja muzičke kulture...

Kakav je put ploče do kupca? On je za sada postavljen naopako: kupac ide ploči a ne ploča kupcu. Pojedini proizvođači imaju kataloge i informacije namenjene samo ili prvenstveno poslovnim partnerima, trgovinama a ne individualnom potrošaču. Ne postoji nijedno sredstvo informisanja koje redovno obaveštava kupca o novitetima iz bilo koje oblasti muzike i drugog sadržaja na pločama. Povremeni i retki oglasi ponude kupcu određeni muzički žanr ili manji izbor različitih ploča. Retko se i najavljuje neka ploča ili izvođač. Glavno sredstvo reklame su radio i TV programi gde su često pomešane programske potrebe sa skrivenom reklamom za ploču ili izvođača.

U Jugoslaviji ne postoji muzička revija koja bi imala za cilj informaciju ili recenziju o ploči, svih ili bar nekih muzičkih žanrova, zajedno sa informacijama o domaćim i stranim sredstvima za reprodukciju zvuka (gramofoni, kasetofoni, magnetofoni i sl.). Nije nam poznato da neki dnevni ili nedeljni list ima recenzenta za ploče višeg estetskog nivoa kao što ima stalnog muzičkog kritičara. Jedino zabavna revijalna štampa ustupa prostor napisima o domaćoj i stranoj zabavnoj, ponajčešće rok muzici, pri čemu je primetno, kao po pravilu, proglašavanje ličnog ukusa za opšte estetsko merilo u tzv.

recenzijama koje su manje informacija a više izricanje suda koji niko ne traži (*Džuboks, Duga, Tina, Studio...*).

I tako, bez pomoći zainteresovanih posrednika ili nezainteresovanih ali dobronamernih posmatrača, dvoje zaljubljenika, kupac i ploča, gledaju se kroz staklo izloga ili preko tezge i rafa. Vrlo često između njih ispreči se i cena koja je, iako dvaput manja nego u inostranstvu, još uvek velika za džep našeg potrošača.

Kada je reč o muzičkom programu na gramofonskim pločama, javljaju se zvani i nezvani govornici, rečju i tekstem, koji, uglavnom na brzinu, bez istraživanja svih potrebnih elemenata iznose onu opštu tvrdnju da na pločama ima šunda i kiča i da je zapostavljena muzička kultura. I naravno, oni su uvek u pravu, jer u svakom žitu ima kukolja i jedna od deset registrovanih firmi gramofonskih ploča namerno ili slučajno popustila je uzde svojoj kontroli. Međutim, mnogo bi korisniji bili zaključci za koje je potrebna dokumentacija i savesno istraživanje programa svih, ili programa pojedinih kuća, ili pojedinih muzičkih oblasti. Potrebna je ona korisna, tačna reč: Na programu firme ABV, na ploči sa brojem tim i tim, u celokupnom posmatranom programu taj muzički žanr ima takve i takve kvalitete. Dakle, treba reći cvo je šund i evo ga, treba reći i ko je nosilac politike šunda. Inače dolazi do anegdotskih pojava: iz lične ili objektivne neobaveštenosti cenjeni muzički kritičar na javnoj tribini uzvikuje da se izdavači ploča nisu setili obaveze da izdaju nasledje naše muzičke kulture *Rukoveti* Stevana Mokranjca. A Mokranjčeve rukoveti su jedan od best-selera Produkcije gramofonskih ploča RTB!

Glavna je povika na novokomponovanu narodnu pesmu. Oseća se čudan žal za selom Janka Veselinovića koje ne postoji, iako više malogradjanštine ima u nivou domaće zabavne pesme. Takvu muziku, ili deo muzike takvog nivoa, možemo proglasiti i muzičkom pornografijom, samo tome ne treba pridavati značaj koji ona nema, i ne stavljati je tamo gde joj nije mesto. Kafanska muzika u kafanu, a estetska muzika u škole i radio programe! Korisnik muzičke pornografije, ako to želi, neka je sluša u svojoj kući ali ne sa programa radio-stanica i na koncertnoj estradi. Ne tako davno postojao je dvojni moral i na programima naših radio-stanica: ono što nije moglo da prodje kroz redovne programe, moglo je da bude emitovano u EPP programima i emisijama želja slušalaca. A

revijalna štampa sa najvećim oduševljenjem pisala je o zvezdama narodne i zabavne muzike, pa je tako čitav jedan sistem manipulisanja javnim mnijenjem od pevača minornih vrednosti stvarao pojam umetnika iako, naravno, i među njima ima pravih i rođenih umetnika i zabavljača. I konačno, po sistemu bez prava odgovora na napad u istom času, uvek ta ista povika na sve proizvođače gramofonskih ploča!

U vreme razmaha ovog posla, zaboravljena je mogućnost da društvo putem poreza i taksa izdiferencira kvalitet. Nekada su cena i porez bili isti za sve muzičke žanrove i umetničke nivoe. Sada se na isti način skida porez. Cena je određena, da kažemo, na parče. Ploča od 30 cm domaće proizvodnje toliko dinara; ista ploča strane proizvodnje 10 din. skuplja, itd. Da li je na ploči Beogradska Filharmonija ili Miroslav Čangalović, ili kafanski pevač s harmonikaškim triom – cena ista, porez isti. Betoven, Karajan i Berlinska Filharmonija vrednovani su kao i drugorazredna rok grupa.

Ali, vremena se menjaju i nešto se promenilo i u odnosu društva prema ploči. Jedino u celoj stvari nikad niko nije konsultovao publiku, a ona takva, nepitana, nije samo potrošač neukusa.

Igrajući na oštreci briača između shvatanja ploče kao robe i sredstva muzičke kulture i muzičke zabave, proizvođač singl ploču sa pomodnim pesmama narodne ili zabavne muzike smatra privremenim i prolaznim artiklom, prvenstveno robom. Singl ploča je kao dnevna štampa koja se pročita i baci. LP ploča ima trajniju vrednost i može se porediti sa knjigom. Od tih ploča pravi se diskoteka. Onda skupljač, pod uslovom da ima ukusa i kriterijuma, sakuplja ploče po određenim koncepcijama i od kupca prerasta u diskofila (na isti način kao kupac knjige koji postaje bibliofil). U ovakvoj ploči treba tražiti njenu namensku svrhu.

Sledeća veza postoji između ploče i repertoara kada se ploča ne broji na komad, nego po sadržaju. To je odnos proizvođača prema repertoaru. Kako će publika na njega reagovati, stvar je publike. Jedna singl ploča ima dve melodije, jedna LP ploča po broju melodija ili po trajanju vredi kao šest singl ploča. Iz takvog ugla posmatran, repertoar PGP RTB imao je u 1975. godini sledeću strukturu:

strani zabavni repertoar (svih žanrova)	34,8	%
narodna muzika (novokomponovana i izvorna)	34,2	%
domaća zabavna muzika	14,1	%
ozbiljna i džez muzika	13,00	%
kursevi jezika i dečija muzika	3,9	%
	100,00	

Ovaj odnos je postignut u naporima usmeravanja viših repertoarskih vrednosti i potražnje tržišta. U toj borbi publika je odlučila da u ukupnoj masi napravljenih i prodatih ploča konsumira narodnu muziku sa 56,1 %. Zašto je to tako ne može se lako odgovoriti. Međutim, jedan od odgovora ležao bi u velikom broju nepismenih kojima je ova muzička oblast najbliža kao jedini vid pasivne zabave.²

Zanimljivo je pogledati koje su najtraženije ploče narodne muzike postigle visoke tiraže i učestvovala u formiranju ovog procenta od 56,1% celokupnog prometa Produkcije gramofonskih ploča RTB.

Proizvodjač nudi, a publika bira i stvara tiraže. Dobijeni rezultat ide u korist uvek nagrađenog, proizvodjača i nikad nekonsultovane publike.

LP ploče, 30 cm Narodna muzika

red.br.	broj ploče	godina izdavanja	izvodjač i naslov ploče	ukupna prodaja
			Olivera Katarina	
1.	1333	1974.	TV ŠOU – <i>Alaj mi je večeras po volji</i>	38.000
2.	1224	1972.	Zvonko Bogdan <i>Ej, salaši, na severu Bačke</i>	29.000
3.	1279	1973.	Zvonko Bogdan i orkestar Šandora Lakatoša	27.000

2 Po jednoj popodnevnoj vesti Drugog programa Radio-Beograda u Beogradu ima oko 140.000 nepismenih lica do 40-45 god. Ako se starosna granica pomeri na 60 god. ovaj broj se udvostručava.

4.	1323	1974.	Zvonko Bogdan Peva za vas varoške i narodne pesme	16.000
5.	1331	1975.	Živan Saramandić <i>Ruske narodne pesme</i>	12.000

Sing. ploče, 17 cm Narodna muzika

red.br.	broj ploče	godina izdavanja	izvodjač i pesma	ukupna prodaja
1.	10.254	1975.	Zorica Brunclik <i>Ne daj da nas rastave</i>	109.000
2.	10.359	1975.	Šaban Šaulić <i>Ti motiku a ja plug</i>	73.000
3.	10.314	1975.	Zorica Brunclik <i>Povede me na venčanje</i>	52.000
4.	10.357	1975.	Nedeljko Bilkić <i>Kuća je bez tebe prazna</i>	46.000
5.	10.348	1975.	Tomislav Čolović <i>Naša ljubav nije čaša vode</i>	37.000

Katalog ozbiljne muzike Produkcije gramofonskih ploča RTB sadrži oko dve stotine brojeva domaće i strane produkcije. Sledeće dve tabele pokazuju best-selere domaće i strane produkcije.

LP ploče, 30 cm Ozbiljna muzika - domaća produkcija

1.	2406	1976.	Stevan Mokranjac <i>Liturgija</i>	32.000
2.	2453	1974.	Jovan Jovičić dela Baha, Hendla, Ramoja, Skarlatija...	7.400
3.	2401		Stevan Mokranjac	15.500
4.	2402	1965.	<i>Rukoveti</i>	(3 pl.)
5.	2403		3 ploče	

LP ploče, 30 cm Ozbiljna muzika - strana produkcija

red.br.	broj ploče	godina izdavanja	kompozitor i delo ili izvodjač	ukupni tiraž
1.	213.513	1969.	Betoven: <i>V Simfonija</i> Berlinska filharm. dir.Karajan	8.900
2.	213.500 213.501	1968.	Betoven: <i>IX Simfonija</i> Berlinska filharm. dir.Karajan	11.700 (2 pl.)
3.	213.502	1968.	Musorgski: <i>Slika sa izložbe</i> /Ravel: <i>Bolero</i> Berlinska filharm. dir.Karajan	5.600
4.	213.704	1974.	<i>Karajan ekspres:</i> Francuska (2 pl.)	4.200
5.	213.706	1974.	<i>Karajan ekspres:</i> Beč (2 pl.)	4.000

Deset ploča od 17 cm iz serije „Muzika miliona” izdato 1968, dostigle su prosečni tiraž između 12.000–13.000. Poznatiya i popularnija dela ozbiljne muzike u dve serije na velikim pločama, po osam u jednoj seriji, dostigla su prosečan tiraž po ploči od 3500–4500 primeraka.

U stranoj zabavnoj muzici apsolutni rekorder je pevač grčkog porekla Demis Rusos. Njegove singl ploče dostigle su ukupni tiraž od 640.000 primeraka. A i tri njegove LP ploče dale su još jedan redak prodajni rekord stranog izvodjača, zbog čega ni proizvodjač ni publika ne moraju da crvene: 114.000 primeraka. Među visokim prodajnim tiražima nalazi se i crnačka vokalna grupa *The Platters*, izdanje 1973, čiji je dupli album dostigao preko 17.000 primeraka. U protekloj i ovoj godini rekorder u stranim singl pločama je pesma *Paloma Blanca*: 104.000.

UMESTO ZAKLJUČKA

I tako, možda djavo i nije crn kao što izgleda. Zakon SR Srbije o izdavačkoj delatnosti uvršćuje u izdavače i proizvodjače

ploča. Kao posledica pojavila se mogućnost skidanja poreza na promet u visini od 24% od cene ploče za izdanja domaće i strane ozbiljne muzike, dečje muzike, masovnih pesama i koračnica i sa svih onih ploča za koje Sekretarijat za kulturu Republike da svoje pozitivno mišljenje. Koristeći se ovim zakonskim mogućnostima i imajući ovo u vidu pri stvaranju svog programa, Produkcija gramofonskih ploča RTB OSLOBODJENA JE POREZA NA PROMET ZA 98% SVOJIH IZDANJA (2% još su u postupku) i time opravdala poverenje imena RTB koje nosi u svom znaku i firmi, i obaveza koje odatle proističu.

Programska politika PGP RTB pružila je svojim potrošačima retku i prijatnu priliku: sniženje cene ploča za četvrtinu predjašnje cene.

Ipak se nešto kreće...na bolje...

MUZIKA KOJA NEMA PRAVOG IMENA

Naša muzička publika, zahvaljujući posleratnom razvitku elektrotehnike - radiju, a zatim i televiziji, gramofonu i magnetofonu koji su omogućili masovno korišćenje ploča i traka, proširila je svoj muzički delokrug i došla do novih opredeljenja. Nevideni porast proizvodnje ovih tehničkih izuma omogućio je našoj sredini da iz temelja uzdrma stari muzički poredak stvari, pomerajući i rušeći neka doskora postojeća stanja. Prelazak dela seoskog stanovništva u grad i njegovo pretvaranje u radničku, gradsku sredinu, uzdrmao je još više odnos prema muzici, a naročito prema narodnoj. I dok se jedan relativno mali krug ljudi intenzivno posvetio razvoju muzičkog školstva, stvaranju novih stručnih kadrova, podizanju naše opšte muzičke kulture, ali prevashodno na polju ozbiljne muzike, na drugoj strani počeo je ubrzano da se razvija drugi muzički život koji najčešće nije bio u vidokrugu naše kulturne javnosti.

Muzički život se kretao u dva pravca. Posle veoma živog, masovnog korišćenja i izvođenja izvorne narodne pesme i igre, pre svega preko radio-stanica, vremenom je došlo do zasićenosti, jer se koristio jedan manje-više ograničen izbor muzičkog fonda. Pojava simfoniziranja narodnih pesama i igara, takozvana „obrađa“, kada su akademski kompozitori i neki drugi muzičari hteli da dopišu narodnim melodijama ono što im je navodno nedostajalo, jer ih je stvarao anonimni, neobrazovani stvaralac, a to je u suštini bila muzika sa sela i za seoskog čoveka stvarana, sa svoje strane veoma je doprinela da počne opadati interesovanje za izvornu narodnu muziku.

U drugom pravcu kretao se proces stvaranja nove masovne publike, ali

nikad toliko brojne kao što je ona koja sluša narodnu muziku. Otpočeo je proces stvaranja i širenja kruga ljubitelja zabavne muzike. Ovaj proces može se u našoj sredini pratiti već od tridesetih godina ovoga veka, a svoj vrhunac dostiže između pedesetih i šezdesetih godina. Mogućnost da se čuje muzika drugih naroda, pre svega vanevropskih, muzika Severne i Južne Amerike, Srednje Amerike, Bliskog Istoka, Severne Afrike, uopšte orijentalna muzika, zatim muzika evropskih zemalja, Engleske, Francuske, Španije, Italije, Grčke, Rumunije, ciganska muzika iz raznih podneblja, pre svega u vidu muzike za igru i šlagera, šansona, romansi i stilizovane narodne muzike, dovela je do stvaranja jedne složenije muzičke atmosfere, koja više nije bila dvodelna, već trodelna. Ipak, ovaj drugi tok muzičkog života, koji je pretio da odstrani našu narodnu muziku, ubrzo je zapao u krizu. Pokazalo se da su bili neprirodni svi pokušaji da ta strana muzika, koja je najčešće crpela svoje nadahnuće u narodnoj muzici drugih naroda, bude presađena u našu sredinu.

Valcer, polka, bolero, tango, rumba, samba, mambo, ča-ča-ča, kalipso, tvist, rokendrol itd. nisu bili ništa drugo do narodne igre, bilo gradskog, bilo seoskog porekla drugih naroda i zemaja.

Ubrzo je ta uvezena muzika svedena na pravu meru i mesto, u sale za igranke. Pokazalo se da nema trajnog uspeha u zamenjivanju domaćeg stranim.

Takvi pokušaji potvrdili su na delu koliko su kratkotrajni i bez korena.

Bez sumnje, uticaj te uvezene muzike koja je oko tri decenije živela u našoj sredini, snažno se osetio. On je doneo

dosta novog, upoznao nas sa muzikom drugih koja nam se ne jednom učinila boljom, zanimljivijom od naše. To je dovelo do oponašanja, odbacivanja svog u uverenju da je tuđe bolje, čak i onda kada to očigledno nije bilo tako.

Paradoksalno je, da su mnogi koji su se stideli naše narodne muzike zato što je narodna, prevideli da je najčešće ta strana muzika bila narodna muzika drugih. I oduševljavali su se zvucima te tuđe narodne muzike, radosni što su se najzad oslobodili svoje sopstvene, oslobodili svoje seoske prošlosti, dokazali sebi i drugima da su se urbanizovali. Svakako je pored ovih bitnih uzroka koji su u jednom periodu potisli našu narodnu muziku bilo i drugih. Val strane muzike ubrzo je dobio i naše domaće izdanje koje je sasvim nelogično svoj opstanak i razvoj u potpunosti zasnivalo na kopiranju tuđeg muzičkog jezika, tuđe zabavne muzike koja je ne retko u stvari bila stilizovana, šlagerizovana tuda narodna muzika.

Nemajući nikakvog životnog uporišta, takva domaća zabavna muzika najzad je izgubila smisao postojanja što se odmah osetilo u potpunoj sterilnosti stvaralaca trećerazrednih kopija tuđih originala, tuđeg duha.

Jasno, koristeći sredstva javnog komuniciranja, svima su bili dostupni strani muzički programi, tj. autentična muzika drugih naroda. Upoređenja su, prirodno, na kraju ispala na štetu naših muzičkih imitatora.

Sledeći korak bilo je stvaralaštvo koje je dobilo rogovatan naziv „novokomponovana narodna muzika”. U ovoj muzici osnovna melodijsko-tekstualna linija bila je domaća, oslanjala se najčešće na našu narodnu muziku (koja je takođe bila na repertoaru kafanskih i estradnih izvođača), a harmonije, ritam i orkestracija pripadali su muzici drugih naroda, najčešće Meksika, Španije, Italije, Grčke, Rumunije, ciganskoj muzici itd. Obrnuto, kada bi melodija

bila po stranom uzoru, ubacivali su se ritmički, harmonijski i drugi elementi naše narodne muzike.

Tako je stvoren jedan, u punom smislu reči muzički hibrid koji nije mogao da uspe kao umetničko delo, ali je, kao pojava u našem muzičkom životu, u jednom momentu zapretio domaćoj narodnoj muzici da je istisne i baci u zaborav. Sve je to moralo najzad da izazove otpore kod ljudi dobrog ukusa i umetničkog poštenja.

Prilično kasno je usledila društvena i stručna intervencija, sa zakašnjenjem od čitave decenije, koja je predstavljala period potpune komercijalizacije novog stvaralaštva, umetničko-estetske dezorijentacije izvođača, autora i izdavača ove nove muzike; period velikog i nepoštednog iskorišćavanja muzičke publike, kada su se mnogi trudili, uz podršku jednog dela sredstava masovnih komunikacija i štampe, da što brže steknu popularnost i zgrnu što više novca. Imena novih autora muzike i tekstova u narodnom duhu, novih izvođača, novih diskografskih kuća, kao i pojava novih lokalnih radio-stanica za koje nisu postojali stručni muzički kadrovi, pojavljivala su se kao pečurke posle kiše.

Nivo novih kompozicija u narodnom duhu, u apsolutnoj većini, s punim pravom se to može tvrditi, nije prelazio okvire muzičkog šunda. To je vreme kada se pojavljuje i pornografija u novoj narodnoj muzici, kada se pored ostalih manje ili više poznatih imena, samo primera radi, pojavljuje i izvesna Mica trofrtaljka za koju pišu pornografske tekstove u narodnom duhu „Dva Valjevca” i slični stihotvorci novih pesama u narodnom duhu.

To je vreme kada „dive” ove nove muzike traže konačnu afirmaciju i legalizaciju svojom pojavom na televiziji i radiju. To je vreme kada se urednicima muzičkih redakcija šalju pretnje da će biti pregaženi novim

Mustanzima koji se kupuju novcem od prodatih srebrnih i zlatnih ploča...

Ovakvo stanje, prirodno, najzad je izazvalo društvenu i kulturnu javnost da nešto preduzme. Počele su diskusije, najčešće među onima koji su bili daleko od ove nove narodne muzike, i uopšte od narodne muzike. Dotadašnje diskusije svodile su se na sledeće: treba li uopšte nekome ta muzika ili ne? I sve je ostajalo na tome iako su se izdavači malo trgli, izbacili iz svojih izdanja pornografiju i ono što bi bila direktna provokacija i atak na ukus i strpljenje kulturne javnosti.

Trebalo bi pomenuti činjenicu koja svakako ima uticaja na poboljšanje muzičke vrednosti ovog novog stvaralaštva. Radi se o negovanju starogradske pesme koja je dugo bila van repertoara radio-stanica i estradnih izvođača. Obnavljanje ove pesme izvršilo je jak uticaj na povratak dobrog ukusa, pre svega kod mladih generacija. Koliko ta vrsta pesme može i danas da živi punim životom može se videti u beogradskejskoj Skadarliji, koja u doba sezone vri od mladih koji pomno slušaju izvođenje raznih muzičkih sastava na čijem su repertoaru pre svega starogradske melodije.

Izgleda da budućnost nove narodne pesme leži negde u novom razvoju gradske pesme, u razvoju one vrste pesama koje nazivamo romansama, ali u ovom trenutku najviše je zastupljen jedan tip novokomponovane muzike koji nosi najviše novoga u sebi, iako ne i najboljeg. Ovaj šlagerizovan tip pesme predstavlja vrlo čudnu kombinaciju prizvuka stare, prave narodne pesme i sasvim određenih uticaja zabavne muzike. Može se sasvim jasno prepoznati njegova melodijsko-ritmičko-harmonijska građa. Odlikuje se specifičnom muzičkom bojom i oblikom koje pre svega karakteriše napuštanje tradicionalnog obrasca narodne pesme izvođenjem predigre - foršpila. Prilikom izvođenja pravih (ja bih pre upotrebio termin starih narodnih

pesama) kao uvod za pesmu uvek se upotrebljava cela melodija pesme, ili pripev, ili, ako je melodija duga, razvučena, samo jedan njen deo. Kod ovog najkarakterističnijeg tipa nove narodne pesme uvedena je predigra koja nam onemogućava da prepoznamo pesmu, jer po pravilu motivski nije vezana za melodiju nove pesme. Muzički, ona obično predstavlja praznu, tehničku paradu harmonikaša ili celog ansambla po sledećem obrascu: ako je pesma razvučena, predigra je u brzom tempu, napadna, i obrnuto, ako je pesma živog tempa, ona je laganog ili umerenog tempa i karaktera. Ovo je, kao što je rečeno, najznačajnija formalna karakteristika novih kompozicija u narodnom duhu, onih najbrojnijih, koje stoje na sredini, podjednako daleko od izvorne narodne pesme i zabavne muzike. Kakav će budući razvoj ove nove narodne muzike biti, zavisi od mnogih činilaca. Ovde namerno upotrebljavam izraz „nova narodna muzika”, jer smatram da on najbolje odgovara ovoj muzici, unapred objašnjavajući sve, i da je to stvarno narodna muzika i nova muzika našega vremena. Pokušaji da se nazove zabavnom, smatram da ne stoje na čvrstim i stvarnim osnovama.

Želim da sa stručnog stanovišta izložim neka svoja iskustva stečena prilikom rada na TV seriji narodne muzike *Novi zvuci*.

Pokazalo se da je moguće doći do dobrog i podnošljivog muzičkog, pa čak i tekstovnog materijala u oblasti nove narodne muzike. Bez većih teškoća priređeni su i aranžmani za ove melodije prema koncepciji da one ne samo po duhu i inspiraciji već i oblikom, treba da se ugledaju na domaću narodnu muzičku tradiciju. Zbog toga su mnogi, već naviknuti na šlagerizovan tip novih pesama, ove kompozicije u zabuni smatrali pravim starim narodnim melodijama. Drugi su hteli da im poreknu i sam pridev „nova”, verovatno, upoređujući ih sa

ozbiljnom muzikom, pritom misleći da bi pridev „nov“ ovde trebalo da označava neki potpuno drugi i do sada neviđen muzički sadržaj i oblik. Jasno, takva mišljenja pokazuju odsustvo osnovnog shvatanja da muzika širih narodnih masa ne može u sebi da sadrži ni u elementarnim tragovima hermetizam larpurlartizma. Razlog je prost: autori ove vrste muzike ne mogu sebi da dopuste luksuz, kakav sebi često dozvoljavaju neki savremeni kompozitori ozbiljne muzike, da njihova muzika ne bude prihvaćena od strane onih kojima je namenjena. Oni neprekidno očekuju prihvatanje od strane publike i svesno se svim silama trude da se ne prekine nit razumevanja koja ih vezuje i sa publikom.

U našim uslovima, treba to otvoreno reći, autori ove nove muzike, zbog toga što su i sami, a i njihova muzika, inferiorni u odnosu na kulturnu sredinu, naročito muzičku, predmet su svestranog iskorišćavanja od strane diskografskih kuća, trgovačke mreže i svih ostalih koji su u svemu ovome našli idealnu priliku da prave vrlo unosan posao...

Nekritičko, ne baš tako naivno pisanje jednog dela štampe, dodeljivanje laskavih titula pojedinim izvođačima i autorima ove nove muzike nije moglo a da ne ostane bez uticaja na široku publiku. Pravljenje takozvanih „hit“ i „top-lista“ po direktnom ugledu na manir koji vlada na Zapadu u svetu zabavne i džez muzike, raspaljivao je navijačke strasti prema određenim imenima novih pesama, izvođača ili autora. Po pravilu, ovakve liste pravile su se u nekim redakcijama od strane novinara, kojima muzika nije jaka strana, a još manje uža struka.

Verujem, kada bi se o ovoj novoj narodnoj muzici govorilo i pisalo onoliko i onako kako ona to stvarno zaslužuje i, što je najbitnije, samo tada kada za to ima pravih razloga i povoda, to bi poslužilo korisno i pošteno naporima da se stanje u ovoj oblasti javnog života sredi, smiri i svede u granice razumnog. Tek onda kada recenzije o ovoj muzici i njenim izvođačima budu pisane od strane muzičara ova muzika moći će da doživi proveru istinitosti u odnosu na svoje sadržajne i formalne vrednosti. Tada će se tek dobiti nepristrasna slika o njoj i svetu u kome se ona rađa, živi i umire.

Ljiljana Bačević

POLITIČKO-INFORMATIVNO DELOVANJE ŠTAMPE, RADIJA I TELEVIZIJE U SR SRBIJI

Jedan od prvih zadataka u sociološkim istraživanjima masovnog komuniciranja jeste utvrđivanje raširenosti medija u sociodemografskim grupama, i veza između kontrolisanih obeležja pojedinaca i njihovog komunikacionog ponašanja. U ovom tekstu prvo ćemo izneti neke od osnovnih podataka o informativnom delovanju medija, do kojih smo došli u istraživanju koje je Centar za istraživanje javnog mnjenja sproveo u decembru 1973. i januaru 1974. godine na reprezentativnom uzorku odraslog stanovništva SR Srbije, primenom tehnike intervjua uz korišćenje standardnog obrasca za postavljanje pitanja i registrovanje odgovora. Zatim ćemo, na osnovu nalaza ovog i drugih istraživanja, izdvojiti sociodemografske faktore (obeležja pojedinaca) koji značajno utiču na korišćenje medija kao sredstva informisanja, i opisati smer i intenzitet njihovog delovanja.

INFORMATIVNO DELOVANJE SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA

U celini gledano, sredstva masovnog komuniciranja (štampa, radio i televizija) ostvaruju široko informativno delovanje¹ na građane: 85% ispitanika koristi svakodnevno jedno, dva ili tri sredstva da bi se obavestilo o političkim, ekonomskim i društvenim zbivanjima u zemlji i svetu. Od preostalih petnaest odsto, 8%

uopšte se ne informiše posredstvom medija, a 7% koristi jedno, dva ili tri sredstva - ali povremeno. Od pojedinih socioprofesionalnih grupa u najpovoljnijem položaju su stručnjaci, među kojima se 97% svakodnevno obaveštava o zbivanjima posredstvom medija (41% koristi sva tri sredstva a 46% dva). Najnepovoljnija situacija je u grupi poljoprivrednika (33% ne koristi medije kao izvore informacija) i u grupi domaćica (20% je van informativnog domašaja sredstava masovnog komuniciranja). U ostalim socioprofesionalnim grupama stanje se može oceniti kao sasvim zadovoljavajuće, mada na izvestan broj učenika i studenata (13%) i radnika (12%) mediji ne ostvaruju nikakvo ili ostvaruju nedovoljno informativno delovanje.

Na osnovu ovih podataka može se zaključiti da sredstva masovnog komuniciranja danas predstavljaju najrašireniji i najvažniji (a često i jedini) izvor političkih, ekonomskih i društvenih informacija od opšteg značaja i opšteg interesa. Ostali komunikacioni kanali (interpersonalni kontakti, sastanci društveno-političkih organizacija i sl.) za većinu građana ne predstavljaju izvore informacija. Uloga

¹Pod informativnim delovanjem sredstava masovnog komuniciranja podrazumeva se svakodnevno čitanje dnevne štampe i svakodnevno slušanje, odčono gledanje emisija vesti.

tih kanala dolazi do izražaja tek kada se radi o preradi i prihvatanju informacija dobijenih preko sredstava masovnog komuniciranja, i u toj fazi njihovo delovanje je nesumnjivo znatno. Izuzimajući grupu poljoprivrednika i grupu domaćica, najveći broj odraslih građana SR Srbije ima povoljne uslove da redovno dolazi do informacija koje su im neophodne za ostvarivanje radnih i društvenih obaveza i učestvovanje u samoupravljanju. Naravno, približno jednaki uslovi ne odnose se na sposobnost selekcioniranja, obrade, prihvatanja i korišćenja informacija na ravnopravan način.

Informativno delovanje pojedinih sredstava masovnog komuniciranja je nejednako: najšire delovanje ostvaruje televizija (66% redovnih gledalaca emisija vesti), mada je prema objektivnim pokazateljima (odnos između broja prijemnika i broja stanovnika, odnosno domaćinstava) manje raširena od radija. Radio je na drugom mestu (sa 62% redovnih slušalaca radio-vesti), a dnevna štampa, i po objektivnoj raširenosti i po informativnom delovanju, na trećem mestu (sa samo 46% redovnih čitalaca dnevnih listova). Sa manjim odstupanjima takav odnos informativnog delovanja medija ispoljava se u svim sociodemografskim grupama. Izuzeci od utvrđene pravilnosti su neobrazovani građani (nepismeni ili nedovoljno pismeni) među kojima je informativno delovanje radija izraženije nego informativno delovanje televizije; zatim najobrazovaniji (sa višom ili visokom školom) i građani sa srednjom školom koji više koriste dnevnu štampu kao izvor informacija nego radio. U grupi najstarijih (55 i više godina) radio je rašireniji od televizije. Među članovima Saveza komunista informativno delovanje dnevne štampe prevazilazi informativno delovanje druga dva medija. Od socioprofesionalnih grupa, od nalaza za ceo uzorak odstupaju grupa učenika i studenata u kojoj je

informativno delovanje sva tri medija međusobno približno, i grupa stručnjaka u kojoj je delovanje dnevne štampe znatno izrazitije nego delovanje radija.

Što se tiče postotaka čitalaca dnevnih listova, slušalaca odnosno gledalaca emisija vesti, oni značajno variraju od grupe do grupe, naročito kada se radi o štampi i odstupaju od nalaza za ceo uzorak. Pored stručnjaka, za koje smo već rekli da su veoma izloženi informativnom delovanju medija, kao korisnici ističu se još građani sa srednjom školom, zatim sredovečni (27 do 40 godina), službenici i politički najaktivniji građani (članovi Saveza komunista).

FAKTORI INFORMATIVNOG DELOVANJA SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA

Faktori koji najznačajnije utiču na korišćenje sredstava masovnog komuniciranja kao izvora informacija jesu: socioprofesionalna pripadnost, obrazovanje, politička aktivnost, uzrast i materijalni položaj. Socioprofesionalna pripadnost se pokazala kao najindikativnije obeležje u istraživanju informacionog ponašanja pojedinaca. Dok na informisanje putem dnevne štampe i televizije deluju svi navedeni faktori, informisanje posredstvom radija povezano je samo sa socioprofesionalnom pripadnošću, političkom aktivnošću i obrazovanjem, a dejstvo ovih faktora nije tako izrazito kao u slučaju štampe ili televizije.

Način na koji socioprofesionalna pripadnost utiče na informaciono ponašanje pojedinaca prikazan je na *Grafičkom prikazu 1*. Povoljniji socioprofesionalni status povezan je sa korišćenjem televizije i dnevne štampe kao izvora informacija, a nepovoljniji sa korišćenjem radija. Medjutim, kada se radi o delovanju socioprofesionalne pripadnosti kao samostalnog faktora, treba uvek imati u vidu da se kroz nju

prelamaju svi ostali faktori koji su od značaja za informaciono ponašanje.

Na *Grafičkom prikazu 2* prikazano je dejstvo obeležja obrazovanje na informisanje posredstvom medija. Sa povišenjem školske spreme raste broj redovnih gledalaca emisija vesti sve do grupe sa školom za kvalifikovane radnike. Mada u grupi sa srednjom školom ima nešto manje gledalaca emisija vesti nego u prethodnoj, može se reći da više obrazovanje od „radničkog” ne utiče na informisanje posredstvom televizije: u okviru grupe sa srednjom školom nalaze se učenici i studenti koji manje koriste televiziju kao izvor informacija nego ostali građani srednjeg obrazovanja (iz razloga kao što su stil života, način provođenja slobodnog vremena i sl.). Informisanje putem radija pokazuje tendenciju porasta sa obrazovanjem do grupe sa školom za kvalifikovane radnike a zatim dolazi do opadanja informativnog delovanja ovog medija. Međutim, varijacije nisu izrazite kao u slučaju televizije. Sa višim obrazovanjem dnevna štampa se više koristi kao izvor informacija; broj redovnih čitalaca dnevnih listova dostiže maksimum u grupi sa srednjom školom gde se stabilizuje, tako da dalje povećanje stepena obrazovanja nije praćeno znatnijim povećanjem broja redovnih čitalaca.

Politička aktivnost (*Grafički prikaz 3*) značajno deluje na informaciono ponašanje pojedinaca. Korišćenje televizije i radija kao izvora informacija pravilno raste sa političkim angažovanjem; isto važi i za informativno delovanje dnevne štampe, samo što su razlike između grupa znatno izrazitije nego u slučaju druga dva medija.

Na *Grafičkom prikazu 4* izloženo je delovanje uzrasta na informaciono ponašanje. Sredovečni (27 do 40 godina) i stariji (41 do 54 godine) znatno više koriste televiziju kao izvor informacija nego mladi (16 do 27) i najstariji građani (55 i više godina).

Mladi i sredovečni u međusobno približnom broju informišu se posredstvom dnevne štampe; u sledeće dve generacijske grupe dolazi do pravilnog opadanja broja redovnih čitalaca dnevnih listova. Mada postoji tendencija porasta broja redovnih slušalaca radio vesti sa uzrastom, ne bi se moglo (s obzirom na registrovane varijacije) reći da ovo obeležje značajno utiče na korišćenje radija kao izvora informacija.

Što se tiče delovanja materijalnog položaja kao faktora informacionog ponašanja pojedinaca, ustanovljeno je da sa poboljšanjem materijalnog statusa dolazi do znatnijeg informativnog delovanja dnevne štampe i televizije, dok na informisanje posredstvom radija ovaj faktor nema gotovo nikakvog uticaja. U početnim fazama ekspanzije medija ekonomski položaj građana i već ostvaren stepen ekspanzije radija u SR Srbiji, ekonomski faktori gube u značaju, tako da korišćenje radija kao izvora informacija ne zavisi od posedovanja, odnosno neposedovanja radio-prijemnika: jedna trećina građana koji poseduju prijemnik ne informiše se posredstvom radija. Njihovo informaciono ponašanje određuju drugi faktori, a ne materijalni položaj. Nasuprot tome, posedovanje televizora je gotovo obavezno dovoljan uslov za informisanje posredstvom televizije. Mada su faktori čije smo delovanje prikazali povezani sa korišćenjem televizije kao izvora informacija oni su na isti način povezani i sa posedovanjem televizora i sa gledanjem ostalih emisija (osim informativnih).

Veza između posedovanja televizora i redovnog gledanja programa može se u znatnoj meri objasniti i fenomenom tzv. „inicijalne faze” gledanja televizije. Za tu fazu, koja traje nekoliko prvih godina od nabavljanja televizora, karakteristično je da gledaoci posvećuju znatno vreme gledanju programa, donekle zanemarujući ostale medije i ograničavajući druge aktivnosti u slobodnom vremenu. Po

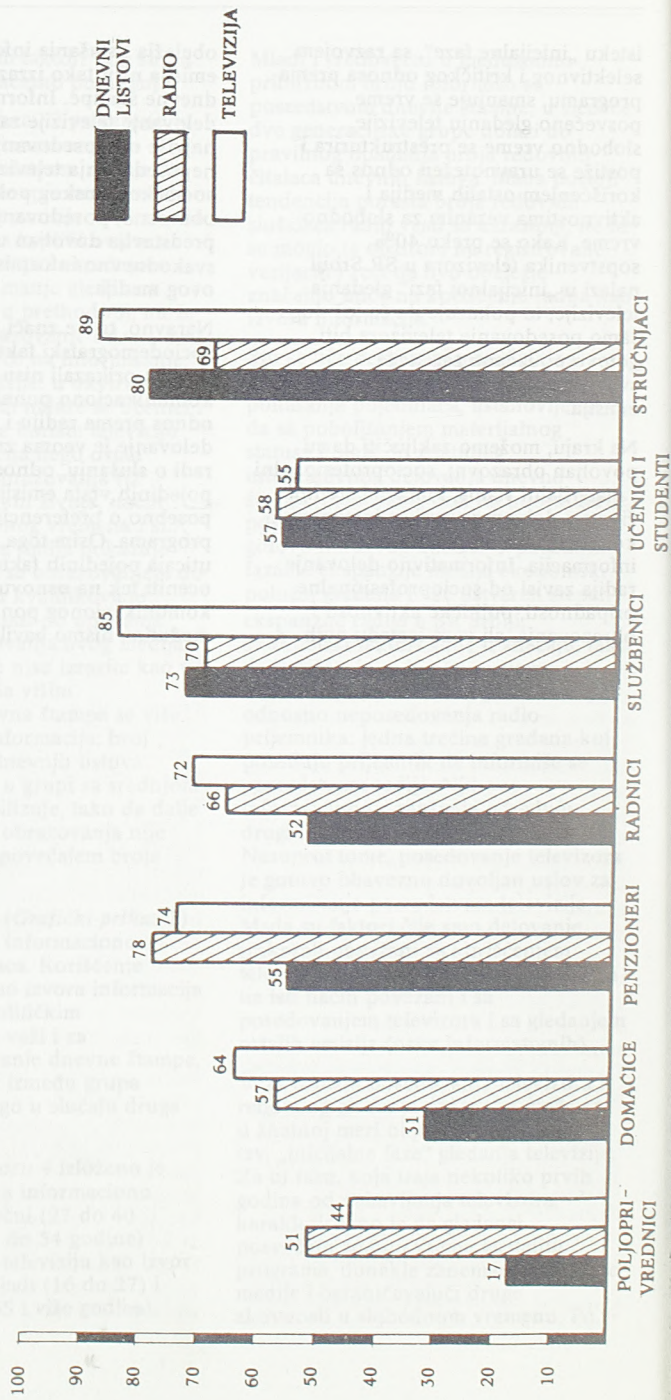
obeležja i slušanja informativnih emisija nisu tako izrazite kao u slučaju dnevne štampe. Informativno delovanje televizije zavisi, za sada, najviše od posedovanja, odnosno neposedovanja televizora, tj. od socioekonomskog položaja. Gotovo obavezno, posedovanje televizora predstavlja dovoljan uslov za svakodnevno informisanje posredstvom ovog medija.

Naravno, to ne znači da sociodemografski faktori čije smo dejstvo prikazali nisu značajni za komunikaciono ponašanje u celini, i odnos prema radiju i televiziji. Njihovo delovanje je veoma značajno kada se radi o slušanju, odnosno gledanju pojedinih vrsta emisija i programa i posebno o preferencijama emisija i programa. Osim toga, realne razmere uticaja pojedinih faktora moguće je oceniti tek na osnovu analize ukupnog komunikacionog ponašanja, čime se, međutim, nismo bavili u ovom tekstu.

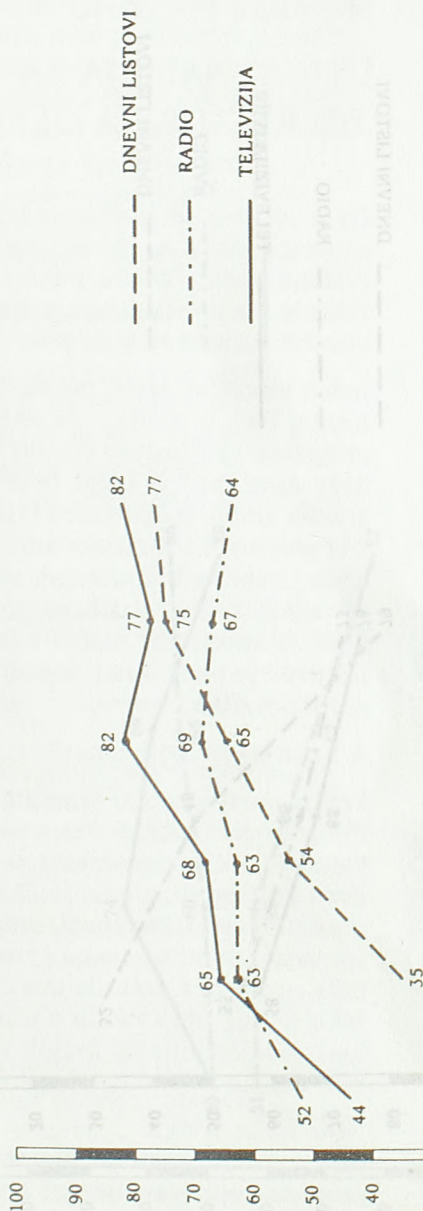


GRAFIČKI PRIKAZ 1.

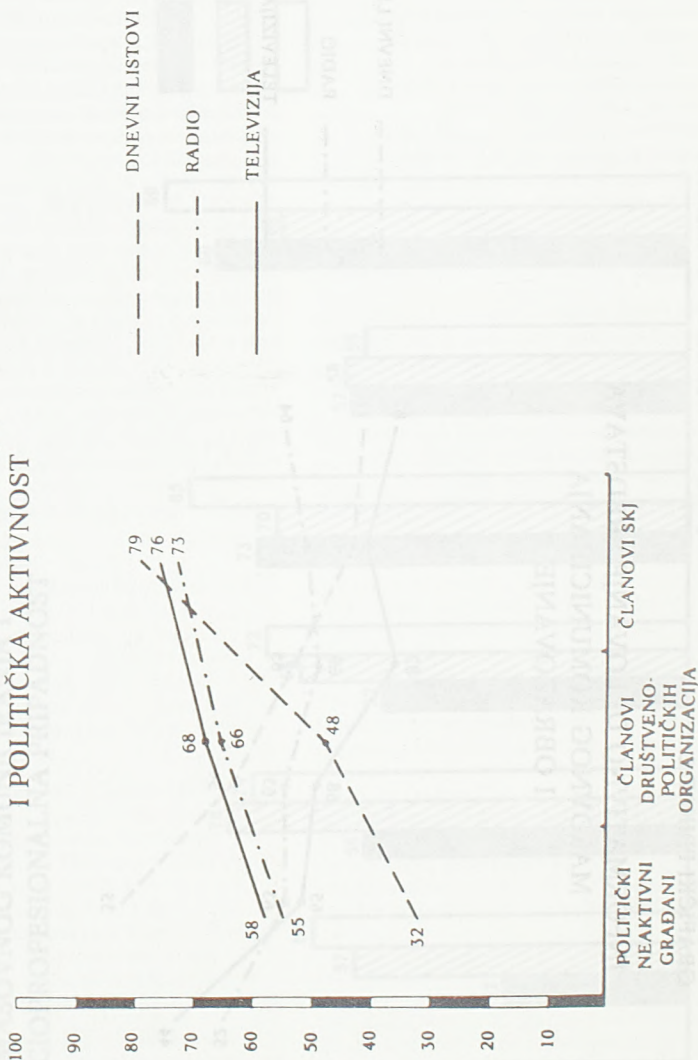
INFORMATIVNO DELOVANJE SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA I SOCIOPROFESIONALNA PRIPADNOST



INFORMATIVNO DELOVANJE SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA I OBRAZOVANJE

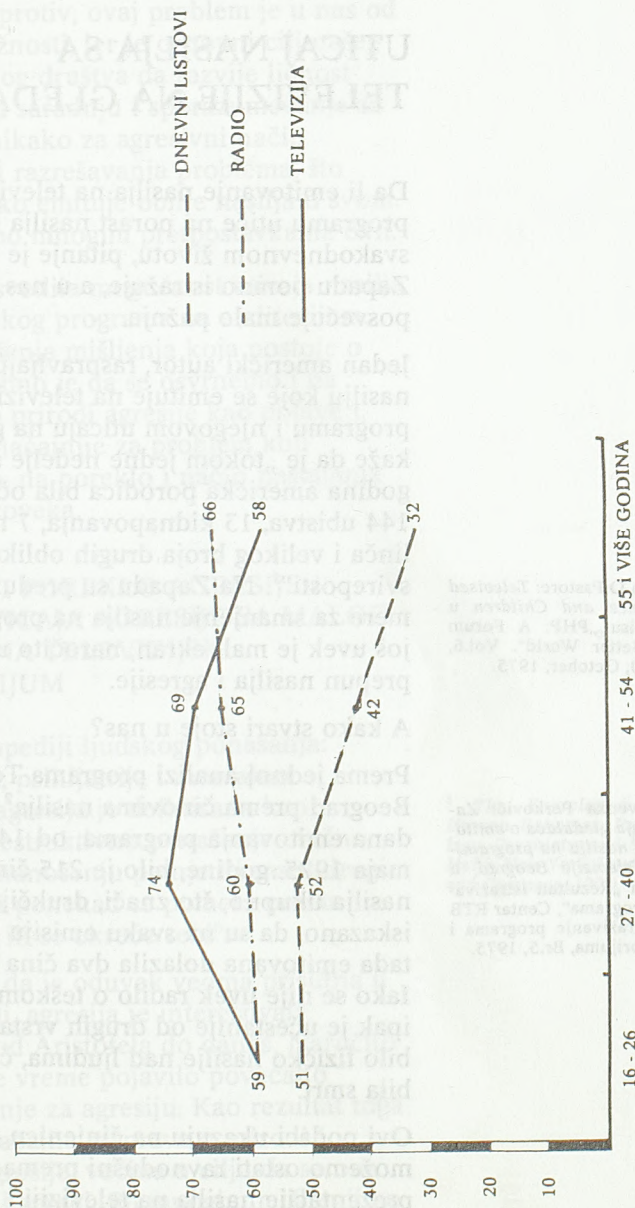


INFORMATIVNO DELOVANJE SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA I POLITIČKA AKTIVNOST



GRAFIČKI PRIKAZ 4.

INFORMATIVNO DELOVANJE SREDSTAVA MASOVNOG KOMUNICIRANJA I UZRAST



Nevenka Perković

UTICAJ NASILJA SA TELEVIZIJE NA GLEDAOCE

Da li emitovanje nasilja na televizijskom programu utiče na porast nasilja u svakodnevnom životu, pitanje je koje se na Zapadu pomno istražuje, a u nas mu se posvećuje malo pažnje.

Jedan američki autor, raspravljajući o nasilju koje se emituje na televizijskom programu i njegovom uticaju na gledaoce, kaže da je „tokom jedne nedelje šezdesetih godina američka porodica bila očevidac 144 ubistva, 13 kidnapovanja, 7 mučenja, 4 linča i velikog broja drugih oblika nasilja i svireposti”¹. Na Zapadu su preduzete neke mere za smanjenje nasilja na programu, ali još uvek je mali ekran, naročito u Americi, prepun nasilja i agresije.

A kako stvari stoje u nas?

Prema jednoj analizi programa Televizije Beograd prema činovima nasilja² za nedelju dana emitovanja programa, od 14. do 20. maja 1975. godine, bilo je 215 činova nasilja ukupno, što znači, drukčije iskazano, da su na svaku emisiju koja je tada emitovana dolazila dva čina nasilja. Iako se nije uvek radilo o teškom nasilju, ipak je učestanije od drugih vrsta nasilja bilo fizičko nasilje nad ljudima, čiji je ishod bila smrt.

Ovi podaci ukazuju na činjenicu da ne možemo ostati ravnodušni prema pitanju prezentacije nasilja na televiziji i da problem uticaja nasilja sa malog ekrana na

¹ John O. Pastore: *Televised Violence and Children* u časopisu „PHP: A Forum for Better World”. Vol.6, No 10, October, 1975.

² Nevenka Perković: *Zapažanja gledalaca o emitovanju nasilja na programima Televizije Beograd*, u ediciji „Rezultati istraživanja programa”, Centar RTB za istraživanje programa i auditorijuma, Br.5, 1975.

auditorijum nije irelevantan za naše društvo. Naprotiv, ovaj problem je u nas od izuzetne važnosti, jer je osnovni cilj našeg socijalističkog društva da razvije ličnost sposobnu za saradnju i sporazumevanje sa ljudima, a nikako za agresivni način ophođenja i razrešavanja problema, što televizija, ako emituje obilje nasilja u svom programu, po mnogim pretpostavkama čini.

Da bi se rasvetlila mogućnost uticaja nasilja sa televizijskog programa na auditorijum, pored iznošenja mišljenja koja postoje o tome, potrebno je da se osvrnemo i na shvatanje o prirodi agresije kao pojave i, što je još značajnije za problem koji istražujemo, na poreklo i način nastajanja agresije u čoveka.

PRIRODA I POREKLO AGRESIJE I NAČIN UTICAJA AGRESIJE SA MALOG EKRA NA TELEVIZIJSKI AUDITORIUM

U „Enciklopediji ljudskog ponašanja: psihologija, psihijatrija i mentalno zdravlje”³ agresija je definisana kao „nasilno, destruktivno ponašanje obično usmereno nanošenju patnje ili smrti drugim ljudima, ali ponekad se pomera prema objektima, ili se okreće sebi”.

S obzirom da je oduvek veoma prisutna u životu ljudi, agresija je interesovala naučnike od Aristotela do danas. Naročito se u novije vreme pojavilo povećano interesovanje za agresiju. Kao rezultat toga date su značajne rasprave o prirodi i poreklu agresije, većina u cilju da se ona prevaziđe i spreči. Po mnogim mišljenjima agresija je sada postala još opasnija nego

³ *The Encyclopedia of Human Behavior: Psychology, Psychiatry, and Mental Health*, New York, Doubleday and Company, 1970.

ranije zbog moćnih sredstava za ubijanje koja su pronađena.

INSTINKTIVISTIČKO SHVATANJE AGRESIJE

Po ovom shvatanju agresivno ponašanje u čoveka proizlazi iz urođenog instinkta koji traži rasterećenje i čeka povoljnu situaciju da se izrazi. Ovo shvatanje potiče još od Mekdogala (McDogall) koji je celokupno ljudsko ponašanje tumačio postojanjem određenih instinkata, a kasnije su ga razradili Sigmund Frojd i Kornad Lorenc.

Po Frojdu, tvorcu psihoanalitičke teorije koji izvor celokupne aktivnosti čoveka vidi u nagonima, agresija je izraz nagona smrti, tanatosa, koji svaki čovek, pored nagona održanja žive materije, erosa, nosi u sebi. Ovaj nagon teži da razori jedinke i da ih vrati u prvobitno neorgansko stanje. Deo nagona koji je usmeren prema spoljašnjem svetu ispoljava se kao nagon agresije i destrukcije.

Prema mišljenju prirodnjaka Kornada Lorenca agresija je instinkt koji crpi snagu iz jednog uvek živog izvora energije i ne mora biti reakcija na spoljašnje stimulse. Lorenc smatra agresiju korisnom kod životinja, jer služi za održanje jedinke i vrste. U tom smislu, prema mišljenju Lorenca, agresija nije destruktivni princip, kako je predstavljaju klasični psihoanalitičari, već je neophodan deo organizacije za očuvanje života.

Međutim, ovaj prvobitno koristan instinkt unutar vrste, tokom čovekovog razvoja, razvio se u veliko zlo čoveka. Postao je zlo tada „kada je čovek došao dotle da je zahvaljujući oruđu, oružju i društvenoj

organizaciji savladao preteće opasnosti, glad, smrzavanje i napad velikih zveri tako da opasnosti nisu bile više selektivni faktor, i mora da se tada uspostavila veoma zla selekcija u okviru vrste - ratovi. Iz njih mora da su se razvili i svi oblici 'ratnih vrлина' koje i danas smatraju poželjnim idealima".⁴

⁴ Kornad Lorenc: *O agresivnosti*, Beograd, Vuk Karadžić, 1970, str. 47.

Takođe, za razliku od životinja kod kojih se razvila inhibicija agresivnog instinkta unutar vrste, kod čoveka, zato što rođenjem nije dobio snažna oruđa za ubijanje, nije se u toj meri razvila inhibicija prema članovima iste vrste. Drugim rečima, kod ljudi je agresivnost izgubila svoju prvobitnu pozitivnu funkciju i postala je veliko zlo čoveka.

Polazeći od osnovne postavke ove teorije prema kojoj je agresija urođena pojava, televizija, kao ni ostala sredstva masovnih komunikacija, ne može imati nikakvog udela u razvoju agresivnog ponašanja kod ljudi. Takođe, prema ovoj teoriji, agresivna energija se stalno stvara u organizmu čoveka i teži da se izrazi u agresivnoj, rušilačkoj aktivnosti upravljenoj prema okolini, drugim osobama. Prilikom ove manifestacije agresije oseća se zadovoljstvo, jer dolazi do oslobođenja tenzije izazvane nezadovoljenim nagonom.

Pretpostavlja se da postoji mogućnost oslobađanja od agresivne energije, ne samo obavljanjem agresivnog čina, nego i samim posmatranjem agresivnih scena. Uživljavajući se u posmatrana zbivanja, posmatrač doživljava emocije kao i učesnici u zbivanju i na taj način se oslobađa emocionalne tenzije.

Iz ovoga proizilazi da scene agresije na televiziji imaju katartičnu funkciju agresije kod gledalaca, tj. da televizija ima ulogu „čistača” agresije u društvu. Ovu tezu naročito je zastupao Fešbah (Feshbach), prema kome televizijsko nasilje kroz fantaziju služi da umani agresivno ponašanje. Povreda u fantaziji, naročitoj zameni za aktivno zadavanje povrede, ima značenje oslobađanja od agresivnog nagona. On i Zigel (Siegel) vršili su eksperimente sa ciljem da provere hipotezu o katartičnoj ulozi posmatrane agresije na filmu i dobili su rezultate koji idu donekle u prilog navedenoj pretpostavci. Međutim, ovo istraživanje je jedino istraživanje koje daje nekakve dokaze i rezultati kasnijih istraživanja nisu u saglasnosti sa njima. Pored toga, stavljeno je i niz metodoloških zamerki ovom istraživanju.

FRUSTRACIONO SHVATANJE AGRESIJE

Ova teorija ne priznaje instinkte kao unutrašnje podstrekače agresije, kao prethodna, ali tvrdi da postoji na nasleđu zasnovan proces koji omogućuje agresiju. Prema njoj, agresivnost se ne gomila sama po sebi već do nje dolazi usled sprečavanja potreba i motiva, tj. usled frustracije. Drugim rečima, ova hipoteza podržava shvatanje da sprečavanje aktivnosti usmerene određenom cilju, a koje obično dolazi iz čovekove okoline, proizvodi agresivnu energiju a ova, za uzvrat, motiviše ponašanje koje povređuje osobu prema kojoj je usmereno. Pretpostavlja se da nanošenje povrede umanjuje agresivnu energiju.

Neki autori ističu da iskustvo i učenje utiču na manifestovanje agresivnog ponašanja, tj. da ga slabe ili da ga pojačavaju.

Prema ovoj teoriji osnovni uslov za agresiju je prethodna frustracija. Da li će scene nasilja sa televizijskog programa delovati na gledaoca zavisi od toga da li je on, pre posmatranja ovih scena, bio frustriran ili nije. Ako je prethodno bio frustriran zadržaće ih bolje u pamćenju, ili će čak, naknadno, da se ponaša agresivnije.

Vršeno je više istraživanja o tom problemu i rezultati su protivrečni.

TEORIJA UČENJA

Po trećem shvatanju agresivno ponašanje je isključivo proizvod sredine i stiče se učenjem. Najistaknutiji predstavnik ovog mišljenja je Albert Bandura (Albert Bandura), prema kome se čovek oblikuje i menja, pa stiče i agresivno ponašanje, zahvaljujući učenju. On navodi da nije slučajno što u jezicima mnogih naroda reč za „učiti” je ista kao reč za „pokazati”.

Za razvoj agresije Bandura ističe važnost učenja po modelu, u kome čovek, ugledajući se na određene osobe, modele, stiče nove oblike ponašanja. Prema mišljenju Bandure, pored toga što stiče nove oblike ponašanja, čovek može, posmatrajući ponašanje modela, da kopira generalnu taktiku, stiče određene stavove i vrednosne sisteme.

Bandura smatra učenje po modelu veoma važnim za razvoj čoveka, jer bez njega on ne bi imao mnoge oblike ponašanja koje

poseduje, a često ne bi ni doživeo odraslo doba.

Čovek ne imitira svako ponašanje koje se javlja u njegovoj okolini. Imitira ono ponašanje koje je zapazio bilo zbog toga što je za njega atraktivno, bilo zbog toga što ga obavlja privlačan model, ili zato što donosi izvesnu korist osobi koja ga obavlja. Mnoga ponašanja, naročito ona koja nisu socijalno prihvatljiva ili korisna za jedinku, ne zapažaju se. Ako se takva ponašanja i zapaze obično se ne zadržavaju u sećanju, ili se nikad ne obave.

U najranijem detinjstvu modeli na koje se deca ugledaju su članovi vlastite porodice. Oni, pored toga što služe kao modeli koji se neposredno imitiraju, podstiču određena ponašanja, dok druga zabranjuju. Ponekad podstiču agresivno ponašanje. Pored porodice pojedinci iz okoline, tj. njegove subkulture, naročito u starijim uzrastima, važan su činilac u sticanju socijalnog, odnosno agresivnog ponašanja. Treći, i veoma važan izvor agresivnog ponašanja su simbolički modeli.

Drugim rečima, stičući određena ponašanja jedinka pored korišćenja živih modela, kopira i simboličke modele, među kojima su televizijski, zbog prirode medija, izuzetno pogodni. Sam Bandura navodi: „Ljudi mogu učiti različite oblike agresije čak kad primeri i direktna obuka agresivnih akcija nedostaju i u kući i u neposrednoj subkulturi. Preimućstvo televizije je mnogo proširilo delokrug uticaja modela na dete koje se vaspitava. Dok su njegovi prethodnici, naročito oni u domovima srednje klase, imali ograničenu priliku da posmatraju brutalnu agresiju, moderno dete

svedok je nebrojenih uboda, pucnjave, davljenja, udaraca i manje brutalnih, ali jednako destruktivnih oblika svireposti pre nego što je dostiglo godine za zabavište... Stoga, i deca i odrasli, nezavisno od svoje socijalne okoline, imaju neograničeni broj prilika da uče od televizijskih modela kopirajući agresivne stilove i sveukupnu školu razbojničkog ponašanja u komforu svojih kuća”.⁵

Prema mišljenju Bandure, mogućnost da ljudi uče od simboličkih, isto kao i od stvarnih modela, ukazuje na to da je televizija važan uzrok socijalnog ponašanja.

Postoji niz istraživačkih podataka koji pokazuju da se nasilje uči od televizijskih modela. Najviše eksperimenata daje podatke o tome da posmatranje agresije podstiče agresiju u životu i to nezavisno od toga, kao što tvrde pristalice frustracione teorije, da li su prethodno subjekti bili frustrirani. I niz primera iz života pokazuju da se određeni načini agresije sa malog ekrana kopiraju. Nekad se kopiranje agresije sa televizijskog programa ograničava na igre dece, ali dešava se da se stvarno kopira način obavljanja zločina i drugih kriminalnih radnji.

Na primer, očigledan podatak je činjenica, koju navodi Bandura, da se u Australiji, neposredno posle prikazivanja jedne emisije u kojoj je detaljno prikazan jedan nov, ranije neviđeni oblik vazdušnog piratstva, identičan događaj odigrao u stvarnosti u toj zemlji. Izvesno vreme posle toga ova emisija prikazana je u SAD i ponovila se ista pojava.

Ovo govori, ne samo o tome da se nasilje sa televizije imitira, već ukazuje i na

⁵ Albert Bandura: *Aggression: A Social Learning Analysis*, New Jersey, Prentice-Hall, 1973, str. 101.

činjenicu da je imitacija televizijske agresije od izuzetnog socijalnog značaja zbog velikog, čak internacionalnog dometa televizije. Pored toga, ukazuje na to da se ne kopira samo individualno nasilje, već da televizija služi i kao učitelj u kolektivnom nasilju.

Ova Bandurina razmatranja moraju se uzeti s puno respekta, jer su, kao što je rečeno, zasnovana na mnogim istraživanjima. Pored toga, znamo da se čovek rađa sa nizom urođenih dispozicija koje se razvijaju socijalnim učenjem. Najverovatnije je da je sa gresijom isto. U tom slučaju učenje ima veoma istaknuto mesto u razvoju agresivnog ponašanja, a televizija u tome, svojim programima punim agresije, daje svoj doprinos.

ČEMU TELEVIZIJA UČI?

Prema Banduri televizija, pre svega, uči tehnici nasilja: agresivnoj taktici i metodu obavljanja ubistva, nasilja i kriminalnih radnji, tj. agresivna radnja i posledice koje ona donosi suže gledaocu kao informacija.

Iako postoje nesumnjivi podaci da nasilje sa televizije utiče na gledaoce, ipak, ne može se reći da ljudi primenjuju sve što vide. To, ustvari, znači da je više verovatno da će se ljudi koji su bili izloženi nasilju ponašati agresivno kada se sretnu sa provokacijom, ili kada su emocionalno uzbuđeni. Takođe, agresivnije će se ponašati i onda kada su, prethodno, putem televizije stekli stavove i vrednosne sisteme koji opravdavaju agresiju i kada agresivno ponašanje ima funkcionalnu vrednost i obezbeđuje materijalnu nagradu, socijalno

priznanje, samopoštovanje, ili zadovoljavanje odmazdu.

Posmatranje kažnjavanja za nasilje može osnažiti savlađivanje nasilja kod gledalaca, ali obično kažnjavanje služi kao privremeni inhibitor. Kažnjavanje može zabašuriti nasilje, ali ne može i uništiti ono što je gledalac naučio. Znanje se može iskoristiti u nekim sledećim situacijama. Međutim, agresija, zbog radnje drame nije uvek kažnjena, ili je kažnjena samo jednom, na kraju. Do tada ona služi ostvarenju nekih ciljeva. Obično u nasilju na televiziji ne važi poruka „nasilje se ne isplati”, već „nagrada nasilnog greha je prilično dobra izuzev za izuzetne nezgodne slučajeve”.

Posmatranje brutalnosti dan za danom prouzrokuje neosetljivost za svirepost. Ponovno izlaganje emisijama sa nasiljem može postepeno iscrpsti emocionalnu odgovornost. Takođe se razvijaju pogodni stavovi prema stvarima koje su ranije izazivale gnušanje. Osim toga, ponovljeno prikazivanje ubistava može devalvirati ljudski život.

Od posebnog interesa je javljanje straha i averzije prema ovim scenama. Strah inhibira osobu da pokaže agresivne aktivnosti. Međutim, kada se strah i averzija prema agresivnim radnjama iscrpe, osoba može mnogo lakše da se sretne sa ovim aktima.

Vođena je rasprava oko kumulativnih efekata dnevnih prikazivanja borbenih aktivnosti na televiziji. Neki napominju da takve scene proizvode šok reakcije, koje su uslov za averziju protiv rata. Drugi tvrde da se ljudi naviknu na rat i druge brutalnosti i da postaju indiferentni na patnje koje ovi proizvode.

Nekoliko autora ističe da televizija, svojim agresivnim modelima, instruirajući metode i stvarajući određeni odnos prema agresiji putem sankcija za određene agresivne radnje, snižava prag agresivnih odgovora i oštri njihov oblik.

Posmatranjem nasilja na ekranu, naročito onog koje služi za razrešenje nekih želja i ciljeva kako pojedinaca, tako i većih grupa ljudi, ili društva u celini, gledalac formira stavove koji prihvataju agresiju i nasilje kao vid svakodnevnog življenja i komuniciranja. Naročito tada kada se ovakvo ponašanje prikazuje bez određenog negativnog odnosa prema njemu.

Uticaji nasilja, iako se ostvaruju kod auditorijuma bez obzira na uzrast, naročito su izraženi i imaju teže posledice na najmlađi auditorijum, tj. na decu i omladinu. Karakter deteta je u procesu formiranja, kada još nisu fiksirani određeni oblici ponašanja, posebno moralnog ponašanja, i daje mogućnost da se na njega utiče. Pored toga u dečje doba, naročito mlađem, nije se završio proces formiranja razlikovanja realnosti i fantazije, pa dete nema jasan kriterijum šta je priča a šta zbilja. Osim toga, deca rado imitiraju televizijske modele jer ih oni na najpristupačniji način uvode u svet odraslih.

DA LI SVAKO NASILJE UTIČE NEGATIVNO NA GLEDAOCE?

Nasilje, međutim, ne možemo posmatrati u vakuumu, van određenih istorijskih uslova i važećih vrednosnih sudova i normi u određenom društvu. Drugim rečima, ne može se smatrati svaka upotreba sile

nedopustivom i svaki čin agresije posmatrati kao primer koji služi gledaocima za razvoj antisocijalnog ponašanja. Posmatrajući nasilje u određenim društvenim okvirima mora se voditi računa o tome da su neki vidovi nasilja neophodni za opstanak zajednice i za očuvanje integriteta pojedinca.

Uzimajući u obzir karakteristike našeg socijalističkog društva, čiji su ciljevi, između ostalog, i očuvanje slobodnog društva i čoveka, napredovanje društvene zajednice i sl., ne može se nasilje koje je upotrebljeno za odbranu od agresije, nasilje koje se mora upotrebiti za razrešavanje nekih konfliktnih situacija koje su po posledicama veće zlo od upotrebljenog nasilja, izjednačiti sa drugim vrstama agresije. Pod ovim podrazumevamo, pre svega, odbrambeni rat, revoluciju i sve vrste sile koja je upotrebljena u samoodbrani. Prezentacija ovog nasilja ne podstiče nepoželjno ponašanje i ne izaziva pojavu nepoželjnih stavova kod gledalaca. Naprotiv, ova vrsta agresije utiče na razvoj stavova i ponašanja korisnih za očuvanje integriteta društvene zajednice i za očuvanje dostojanstva čoveka.

Međutim, nasilje koje je upotrebljeno radi ostvarenja nehumanih ciljeva, kao što je agresivni rat, napad na integritet zajednice i ličnosti, tj. destruktivnost i okrutnost, utiče na razvoj nepoželjnog ponašanja i nepoželjnih stavova, naročito ako je prikazano bez osude tj. kao prihvatljiv način za razrešavanje problema.

Slično mišljenje nalazimo kod Froma (Erich Fromm) u knjizi *Anatomija ljudske destruktivnosti* koji ne samo da

podrazumeva postojanje korisnog i štetnog nasilja, nego čak vidi dve vrste nasilja u čoveku različite po poreklu i prirodi. Prva vrsta je urođeno, „filogenetski programirano” nasilje i svojstveno je životinjama i ljudima. Javlja se isključivo kao reakcija na opasnost. Znači korisno je i služi za opstanak vrste. Druga vrsta agresije je destruktivnost i okrutnost. Svojstvena je samo ljudima i odgovorna je za sve zlo koje čovek čini u životu: ubistva, mučenja i druge okrutnosti. Ona nije urođena, već je proizvod uslova čovekove egzistencije.

Pored toga, pojam nasilja treba posmatrati u relacijama prema važećim zakonskim normama. U svakom društvu, pa i u našem, radi njegove zaštite načinjeni su zakoni prema kojima izvesni oblici nasilnog ponašanja nisu kažnjivi. Mnoga zanimanja dopuštaju, ili čak zahtevaju, primenu nasilja u jednom ili drugom obliku (vojska, policija i dr.).

Slično je i u borilačkim sportovima: boksu, rvanju itd. u kojima se primena agresije podstiče, ali se podvrgava izvesnim pravilima.

Osim toga, treba imati na umu i druge važne karakteristike nasilja koje imaju značaj u određivanju dejstva prezentovanog nasilja na televizijski auditorijum. Na primer, ne sme se zanemariti kontekst u kome se nasilje emituje, tj. u kakvoj je vezi nasilje sa pričom ili događajem u okviru kojeg se emituje. Kao što je već napomenuto, važan je cilj kojem nasilje služi.

Od velike važnosti je i ishod nasilja, tj. činjenica da li je nasilje donelo korist ili nije.

Osobine likova koji učestvuju u nasilju, bilo da su nosioci nasilja ili žrtve, svakako utiču na to kakav će uticaj nasilje imati na gledaoce. Identifikacija je veća sa simpatičnim i privlačnim modelima nego sa drugim. Ako je agresor dopadljiv, tj. lep, pametan, vešt itd. publika ga obično prihvata i usvaja njegove norme ponašanja, stil ophođenja itd. Ako žrtva nije dopadljiva gledaoci teško saučestvuju s njom.

Takođe, od presudne je važnosti način na koji se nasilje emituje. Brutalna ubistva, teške tuče, silovanja i slično, prikazana na naturalistički način, sa mnogo detalja, bez obzira u kom se kontekstu emituju, sigurno neće oplemeniti gledaoce.

ŠTA DA SE RADI?

To dosta zavisi od funkcije sredstava masovnih komunikacija.

U našem društvu sredstva informisanja, a televizija pre svega, po svim kriterijima imaju zadatak da prikazuju svet realno. Međutim, to ne znači da se svet na ekranu odslikava kao u ogledalu bez ikakvog ideološkog i estetskog pristupa informaciji. Naprotiv, s obzirom na ogromnu društvenu funkciju televizije, neophodno je, istovremeno s realnim prikazivanjem sveta, svesno uticati na razvoj pozitivnih impulsa u čoveka i negovati ljudske osobine korisne za društvo.

Nije neophodno da se svaka prezentacija nasilja eliminiše sa televizijskog programa.

Nasilje treba da se emituje na televizijskom programu, pre svega zbog toga što je ono, kao i ljubav, prisutno u životu ljudi od

samog početka ljudskog postojanja, što je činjenica svakidašnjice i što televizija ne bi, u slučaju kada bi nasilje sasvim isključila iz svog programa, prikazivala svet realno. Pored toga, kao što je prethodno istaknuto, određeni oblici nasilja imaju pozitivnu funkciju u društvu.

Međutim, neophodno je iz programa eliminisati izuzetno drastične scene nasilja bez obzira na dramski zaplet i umetničku ubedljivost emisije, kao i verodostojnost informacije. Pored toga, emitovanje scena nasilja u kojima se nasilje primenjuje za postizanje određenih ciljeva, u kome su agresori privlačni itd., tj. na načine u kojima je nasilje na bilo koji način prikazano u privlačnom svetlu, a ne služi za odbranu vitalnih ljudskih interesa, treba izbegavati na programu. Samo na taj način televizija može ostvariti svoju pozitivnu funkciju, tj. razvijati saradnju i druželjublje umesto agresije kao vida komunikacije među ljudima.

PSIHOLOŠKA ISPITIVANJA UTICAJA POSMATRANJA NASILJA NA ČOVEKA

S porastom uticaja i značaja masovnih komunikacija, posebno filma i televizije, javlja se problem posledica gledanja nasilja na filmskom ili televizijskom ekranu. Jedno od najčešće postavljenih pitanja jeste: da li takvo posmatranje stvara sklonost u posmatraču da se siledžijski ponaša? Na žalost, iako je reč o značajnom i zanimljivom problemu, dosadašnja istraživanja psihologa nisu dala jedinstvene rezultate. Ta istraživanja je moguće podeliti u dve grupe.

Jedna grupa istraživača smatra da prikazivanje nasilja na filmu ne izaziva siledžijski nagon kod posmatrača, već, naprotiv, korisno utiče na njega jer ga „očisti” od nasilničkog nagona prilikom posmatranja drugih kako se siledžijski ponašaju. Ista reakcija se javlja i kada su u pitanju samo glumci na ekranu. Proučavajući ovaj problem, Sejmur Fešbah (Seymor Feshbach) sa univerziteta u Koloradu namerno je naljutio jednu skupinu studenata određenom za ovakvo ispitivanje i zatim je podelio na dve grupe. Jednoj grupi prikazao je film u kome je bila velika tuča, dok je druga grupa prisustvovala prikazivanju jednog neutralnog filma. Posle toga je ispitao obe grupe pomoću dva testa i ustanovio da je grupa koja je posmatrala tuču ispoljila manje agresivnosti nego ona koja je gledala neutralni film. Fešbahov nalaz išao bi u prilog shvatanju da prikazivanje nasilja ima katartičko dejstvo na posmatrača. To shvatanje nije novo, jer se nekada smatralo da drama kao umetnički oblik pruža mogućnost gledaocima da se poistovete sa glumcima u drami i događajima koji se u njoj zbivaju i da na taj način gledaoci mogu bez opasnosti da ispolje svoja snažna osećanja. Tu ideju nalazimo već kod

Aristotela, koji je u svom delu „Umetnost poezije” napisao da je drama: „predstava... u kojoj su zbivanja neposredno prikazana, a ne ispričana, u kojoj su događaji koji izazivaju sažaljenje ili strah tako prikazani da dovode do oslobađanja od takvih osećanja”.

Drugi istraživači zastupaju suprotno stanovište. Oni smatraju da se na osećajno nezrela lica može snažno uticati prikazivanjem tuča i grubosti u filmovima i da se mlade osobe, naročito poremećene, mogu navesti da svoje nasilničke sklonosti ispoljavaju u društveno razornom delovanju. Prema njihovoj kritici „katartičke teorije” nasilja, prikazuje nasilja na filmu može doprineti da se posmatrač oseti neprijatno zbog svojih nasilničkih težnji. Posmatranje situacija u kojima su nekog pretukli ili povredili može da navede gledaoca na misao da je nasilničko ponašanje pogrešno i da na osnovu toga samo spreči svoje neprijateljske pobude. Prikazaćemo jedan brižljivo planirani eksperiment koji potvrđuje ovu pretpostavku. Eksperiment je izveo poznati američki psiholog i istraživač nasilničkog ponašanja Leonard Berkovic (Leonard Berkowitz¹).

Berkovic je pokušao da eksperiment učini složenim da bi se u njemu ispoljili mnogi stavovi koje možemo da imamo prema nasilju. Ukoliko postignemo da gledalac stvori zaključak da je nasilje na filmu opravdano jer je, na primer, napasnik dobio batine zato što je to zaslužio, koncepcija simboličke katarze

¹ Berkowitz, L. „The Effects of Observing Violence”, Science, February, 1964.

očišćenja predviđa u tom slučaju da se posmatrač koji se naljutio može poistovetiti sa osobom koja u prikazanoj sceni borbe pobeđuje izazivača i da se na taj način rastereti svoje nasilničke sklonosti. Umesto toga, Berkovic i njegovi saradnici pretpostavili su da će se posle prikazivanja „opravdanog“ nasilja snažnije, a ne slabije, ispoljiti nasilje, jer će posmatrač u toj situaciji (napadnuti se opravdano brani) smatrati da ima puno pravo da ispolji svoje neprijateljstvo i neće imati potrebu da spreči svoje nasilničke pobude.

Eksperiment je izveden na sledeći način: u sobu su uvođena po dva studenta. Jedan kao ispitanik, a drugi kao saradnik eksperimentatora koji bi dobio instrukcije kako da se ponaša, što ispitanik, naravno, nije znao. Posle upoznavanja, eksperimentator bi objasnio, da je cilj eksperimenta istraživanje fizioloških reakcija ljudi na različite zadatke. U skladu s tim, eksperimentator bi im izmerio krvni pritisak i dao da rešavaju jednostavan test inteligencije. Tokom rada na testu saradnik eksperimentatora bi namerno uvredio ispitanika, kao na primer primedbom: „Vama izgleda treba prilično vremena za takve stvari“ (za test inteligencije). Posle završetka testa krvni pritisak bi ponovo bio izmeren, kako bi ispitanik i dalje verovao da je reč o fiziološkom eksperimentu, a zatim bi eksperimentator objasnio da je dalji zadatak ispitanika posmatranje jedne kratke filmske scene i da će on dati kratak opis siveza kako bi ispitanici mogli bolje da shvate ono što će videti. Međutim, ispitivač bi imao u rukama dva različita siveza.

Jednoj polovini ispitanika on bi junaka filma, koji u filmu dobija ozbiljne udarce u boks-meču, prikazao kao neprincipijelnog pokvarenjaka. Želja je bila da se kod ispitanika koji su čuli ovakvo objašnjenje stvori osećanje da su tuča i batine koje junak dobija posledica njegovih rdavih postupaka (što je jedan poseban test i potvrdio).

Ovakva situacija, stvorena na osnovu sinopsisa sedmominutne scene tuče, nazvana je „opravdano zamišljeno nasilje“.

Drugoj polovini ispitanika dat je mnogo povoljniji opis junaka filma. Rečeno im je da se on loše ponašao zato što je imao teško detinjstvo i da sada namerava da započne novi život. Želja je bila da se u grupi izazove simpatija prema junaku (što je test potvrdio). Ovakva situacija nazvana je „manje opravdano zamišljeno nasilje“.

Zatim je prikazana sedmominutna scena iz filma „Šampion“, u kojoj Kirk Douglas gubi svoju bokstersku titulu. Da bi se izmerile posledice gledanja filma, ispitaniku bi u eksperimentu bila stvorena situacija u kojoj bi mogao da ispolji nasilje kao društveno prihvatljivu reakciju. Posebno su izdvajani ispitanik i njegov par sa kojim je rešavao test inteligencije. Ispitaniku bi se reklo da njegov par (prikriveni saradnik eksperimentatora) treba da projektuje „kreativan“ plan za stan koji će (ispitanik) oceniti. Ako bi ispitanik zaključio da je plan visoko kreativan, trebalo bi da da svome paru samo jedan elektrošok, i to pritiskom na telegrafski taster (elektrošokovi su bili izmišljeni). Ukoliko bi zaključio da je plan loš, paru bi davao više od jednog šoka, i to po principu: što gori plan, to veći broj šokova. U stvari, svi ispitanici dobijali bi isti plan.

Prema Berkovicu, rezultati su neprekidno pokazivali da su oni ispitanici, koji su videli na filmu kako je „rdavi momak“ pretučen, usmeravali veće nasilje prema svom paru (koji je uvredio ispitanika, ne zaboravimo), nego oni ispitanici kod kojih je izazvana simpatija prema junaku filma. Očigledno je da se ljudi koji su videli opravdano nasilje na filmu nisu oslobodili svoga nasilja putem poistovećivanja, već su se osetili slobodnim da napadnu svog „mučitelja“ u susednoj sobi (saradnika eksperimentatora koji ih je uvredio). Prikazana filmska scena uticala je na

njih tako da prihvate nasilje kao nešto opravdano. Kao da su zaključili: ako je opravdano da pokvarenjak u filmu bude kažnjen nasiljem, onda je opravdano da i oni napadnu pokvarenjaka u životu - osobu koja ih je uvredila.

U drugom Berkovicevom eksperimentu pokazano je na sličan način da posmatranje nasilja malo (ili čak nimalo) ne utiče na smanjenje nasilničkih sklonosti posmatrača. Jednoj grupi ispitanika rečeno je koliko elektrošokova treba da daju osobi koja ih je naljutila i koja se, navodno, nalazi u susednoj sobi. Druga takva grupa umesto da sama daje elektrošokove, samo je posmatrala kako to drugi čine. Kasnije su pripadnici obe grupe imali priliku da lično daju elektrošokove. Neprekidno se dešavalo da ljudi koji su u prvom delu eksperimenta samo posmatrali davanje elektroškova, ispoljavaju veće nasilje (daju više elektrošokova) nego oni koji su ranije bili u mogućnosti da sami daju elektrošokove. Posmatranje nasilja očigledno ih je manje zadovoljavalo od lično izvedenog nasilja.

Na osnovu ovih i mnogih drugih eksperimenata, Berkovic ispoljava sumnju da posmatranje nasilja na filmu može da posluži za katartičko oslobođenje od gneva. On izjavljuje da nalazi pokazuju da do katarze ne dolazi tako često kako to neki istraživači tvrde. Međutim, iz svakodnevnog iskustva nam je poznato da gledanje filmova sa nasilničkom sadržinom dovodi do opuštanja i da to zabavlja neke ljude. Napetu osobu oni često smiruju. Tu pojavu Berkovic ovako objašnjava: osoba se ne smiruje zbog toga što se oslobodila napetosti, već zbog toga što su je poneli događaji kojima je prisustvovala. Ne misleći više na svoje nevolje, prestala je da se uznemiruje i gnev je nestao.

Socijalne implikacije eksperimenta odnose se, pre svega, na moralne pouke filma. Kako navodi Berkovic,

proizvođači filmova i televizijskih emisija obično nastoje da se na osnovu njihovog dela može izvući zaključak da se „zločin ne isplati” i da su zločinci i pokvarenjaci sa ekrana na kraju uvek zasluženo kažnjeni. To, verovatno, emocionalno zadovoljava gledaoca, ali postoji bojazan da sadržaj zasnovan na tom principu može da izazove društveno opasne posledice. Ako se kriminalac ili „rdav momak” sa ekrana kažnjava nasilnički, tj. tako da mu se uradi ono što bi on drugom uradio, nasilje se pojavljuje kao nešto opravdano. U tom slučaju veća je verovatnoća da će gledalac da napadne nekoga ko je *njega* frustrirao, ili čak neku nedužnu osobu koja slučajno ima neke veze sa izvorom gneva. Nekoliko eksperimenata je potvrdilo tu pretpostavku. Rađeći sa decom u predškolskim ustanovama Ivor Levas (Ivar Lövaas) je ustanovio da su deca kojoj je prikazan film nasilničke sadržine posle završetka filma pokazivala veće nasilje dok su se zabavljala igračkom nego ona kojoj je prikazan film manje nasilničke sadržine. U svojoj studiji Albert Bandura (Albert Bandura) i njegovi saradnici primećuju da su predškolska deca posle gledanja filma u kome se jedan odrastao čovek nasilnički ponašao pokazivala težnju da se i posle blage frustracije slično ponašaju, podražavajući postupke koje su videli na filmu.

Tvrđnja da snimljeno nasilje podstiče nasilničko ponašanje nije ograničena samo na decu. Ričard Valters (Richard Walters) je putem eksperimenta ustanovio, u jednoj studiji sličnoj Berkovicevoj, da su u jednoj bolnici odrasli muški pacijenti posle gledanja filma o borbi noževima oštrije kažnjavali drugu osobu nego oni pacijenti koji su gledali neutralniji film. Valters je pacijente podelio na dve grupe i svakoj od njih prikazao različit film. Jedna grupa je gledala film u kome je bilo nasilja, a druga takav u kome sadržina nije bila nasilnička. Posle završetka filma, zatražili su od njih da daju električni šok nekoj osobi

u susednoj sobi svaki put kada ta osoba pogreši u rešavanju nekog zadatka. *Jačina* električnog šoka mogla je da se menja. Ta druga osoba u susednoj sobi bila je saradnik eksperimentatora i namerno je činila greške. Pacijenti koji su gledali borbu noževima davali su jače šokove nego oni koji su videli film nenasilničke sadržine. Nasilje na filmskom platnu očigledno je izazvalo nasilničke sklonosti kod ljudi i pošto je postojala mogućnost ispoljavanja nasilja, ta sklonost se pretvorila u oštro nasilničko ponašanje. Berkovic smatra da ovi eksperimenti pokazuju da se mora izmeniti moralna pouka filmova. Iako je društveno poželjno da se krivci kažnjavaju, to kažnjavanje ne bi trebalo da ima karakter fizičkog nasilja.

Berkovic smatra da postoji mogućnost da se predvidi pojavljivanje nasilničkog ponašanja. Ljudi koji su neposredno pre prikazivanja nasilja na filmu bili naljućeni, verovatno će se agresivnije ponašati, nego oni koji film nisu videli. Veza koju ljudi uspostavljaju između ekrana i stvarnog života neobično je važan. A izgleda da sadržina filma može toliko emocionalno da deluje na ljude, da oni događaje u drami povežu sa sopstvenim životnim iskustvom. Odrasli su, verovatno, manje podložni ovom poistovećivanju nego deca. Ipak, Berkovic dolazi do ubeđenja da njegov eksperiment pokazuje da film sa nasilničkom sadržinom može da izazove nasilničko ponašanje svake osobe u publici. Ta emocionalna reakcija koju film izazove obično je kratkotrajna i nestaje čim gledalac počne da dolazi u dodir sa novim situacijama i novim podsticajima. Međutim, film i televizija mogu da izazovu i neke trajne posledice. Ako dete stalno glda kako heroji sa ekrana

postizu svoje ciljeve nasilničkim postupcima, ono može da zaključi da je nasilje poželjno ponašanje. Na sreću, filmovi nemaju uvek tu poruku, a, osim toga, dete je izloženo mnogim kulturnim normama koje obeshrabruju nasilje.

Osnovni Berkovicev zaključak jeste: glavna društvena opasnost od nasilja na filmu (ili televiziji) ima kratkotrajne posledice, koje se javljaju kod posmatrača neposredno posle gledanja takvog filma. U tom periodu odrasli ili deca mogu smatrati da imaju puno pravo da napadaju osobe koje su ih neposredno pre toga frustrirale ili uvredile. Ukoliko u tom periodu sretnu osobe sa odgovarajućim „stimulus kvalitetima“, ta predispozicija može da se pretvori u otvoreno nasilje. Katartički efekti posmatranja nasilja postoje, ali samo ukoliko razgnevljeni posmatrač vidi da je osoba koja ga je uvredila nasilnički kažnjena. Tako Berkovic zaključuje da je nasilje na filmu skrivena opasnost - ona povećava mogućnost da gnevne osobe, a možda i one nerazgnevljene - nekoga napadnu.

Ovo Berkovicovo zanimljivo ispitivanje, sažeto prikazano, bilo je podvrgnuto i kritici. Ukazivalo se da u njemu nisu analizovani neki osnovni činioci nasilničkog ponašanja, a pre svega struktura ličnosti ispitanika, kao ni složeni društveni uslovi koji sprečavaju nasilničko ponašanje. Jedna od osnovnih primedbi bila je da se rezultati ne odnose na gledanje televizije pod prirodnim uslovima i da merenje „nasilja“ ne odgovara društvenom značenju ovog termina. Berkovicovo ispitivanje može da posluži kao snažan podsticaj za razmišljanje i ispitivanje društvenih i pojedinačnih posledica prikazivanja nasilja na filmu i televiziji.

Eleonora Prohić

REGIONALNI ATELJE ZA ŠKOLSKE I OBRAZOVNE TV PROGRAME

(EBU-radna grupa, AARHUS, Danska, 10-15.VI 1976)

Reklo bi se da su evropske prilike u edukaciji navele Radnu grupu EBU da ove godine, možda više nego ikad dosad, posveti svoj godišnji sastanak opštoj situaciji u obrazovanju, uz njene socijalno-kulturne i privredne implikacije i njen direktan uticaj na profesionalni edukativni rad na radiju i televiziji. Istina, ovogodišnji sastanak je imao značaj takozvanog regionalnog ateljea ili radionice, što znači da je bio neka vrsta reprezentativnog sastanka evrovizijskih profesionalaca na ovom području. Tako se, opšte uzev, tematika šestodnevni razgovora može globalno podeliti na

- a) oblast pristupa modernoj edukaciji sa stanovišta današnje situacije i današnjih edukativnih potreba, i
- b) oblast multimedijjskih obrazovnih projekata, i u fazi školske upotrebe, i u oblasti obrazovanja odraslih, s tim što su ovi multimedijjski projekti implicitno shvaćeni kao vrsta savršene moderne organizacije audiovizuelnih sredstava u obrazovanju, dakle kao vrsta najpotpunijeg ostvarenja svih prednosti i svih zadataka koje edukacija sebi može postaviti kroz korišćenje ovih sredstava. Za oblast koju

smo označili tačkom a, možda bi kao uvod mogao poslužiti letimičan pogled na izlaganje Filipa Kumbsa, međunarodnog eksperta za obrazovanje i dugogodišnjeg visokog funkcionera UNESCO-a.

Koncepcija koju je Filip Kums na ovom Ateljeu izneo, polazi od u osnovi optimističke koncepcije savremenog društva, kako to s pravom primećuje Rolan Garnije (Roland Garnier) iz Pariza, po kojoj je savremeno društvo zadovoljavajuće u svom status quo-u, uz neke reformatorske izmene. Ipak, u Kumbsovom izlaganju bitna je vrlo temeljna dokumentacija koja je uopšteno prikazala i neke prave probleme savremene edukacije. Primera radi, jedan od osnovnih Kumbsovih stavova jeste to da je savremeni edukativni sistem istorijski odredljiv i da obuhvata mnoge neformalne i, prema tome, sistematski neplanirane forme edukativnog rada, dok se škola javlja samo „kao jedan od načina učenja”.

Zato je potrebno, s pravom primećuje F. Kums, modernu edukaciju postaviti ne kao strogi školski sistem, već kao sistem otvorenih neformalnih mogućnosti.

Što se tiče edukativne funkcije radio-televizije, u tom kontekstu ona se postavlja na dva nivoa: za školsku omladinu, radi se o programima koji, kako to Kums pledira, moraju pre svega biti zanimljivi i ne-dosadni, dok za odrasle programi moraju biti koncipirani sa punom svešću i odgovornošću u odnosu na publiku kojoj su namenjeni: odraslima koji su, nakon mrtvog vremena posle škole, rešili da se usavršavaju na efikasan i životno koristan način.

U veoma živoj diskusiji koja se razvila posle ovog izlaganja, u osnovi se ispoljila čitava lepeza problema savremene edukacije u svoj svojoj širini i praktičnoj oštrini.

Iz ove diskusije izvukli bismo nekoliko pitanja kao možda najznačajnijih u karakterisanju ove situacije, i to su:

1. Nije li koncept neformalnog obrazovanja dvosmislena koncepcija? Naime, njime svaka osoba, budući da njene mogućnosti socijalnog miljea, slobodnog vremena, kulturno i obrazovne osnove *nisu iste*, u stvari ne dobija iste pretpostavke, pa ne može očekivati ni približne rezultate.

2. Tako, umesto da ide ka ujednačavanju ljudskih mogućnosti putem jednakog obrazovanja, *upotreba medija tu nejednakost umnožava, umesto da je uništava.*

3. Najzad, postavlja se pitanje: kako mass media mogu efikasno raditi na umanjivanju te nejednakosti?

U odgovoru na to pitanje, u vrlo intenzivnoj diskusiji došlo se samo do načelnih odgovora koji naslućuju na izvestan način novu integraciju neformalnog, formalnog i aformalnog obrazovanja, bližu povezanost zainteresovanih struktura, neposredno uključivanje lokalnih grupa u svaku vrstu obrazovnog ETV projekta, i tome slično.

Što se tiče ove prve oblasti - pristupa modernoj edukaciji sa stanovišta današnje situacije i današnjih edukativnih potreba - ovoj temi je takođe bila posvećena jedna cela seansa, bazirana na unapred prikupljenim podacima iz svih radio-

-televizija, koji se odnose na poziciju obrazovnih programa u raznim zemljama, i nekim osnovnim zajedničkim odnosno različitim principima te pozicije.

Tako se došlo do uvida u veliku raznolikost u ovoj oblasti gde se može ići od primera Danskog radija (DR) gde su obrazovni radio i TV programi deo jednog odeljenja u sastavu danskog Ministarstva obrazovanja, njime finansirani i tematizirani (s tim što se televizijska kuća javlja samo kao neka vrsta izvršnog producenta tih programa), pa do primera holandske situacije, gde slovom i brojem 35 radiotelevizijskih kompanija - komercijalnih konfesionalnih, komunalnih - proizvodi ETV programe, čiji obim u totalu ne prelazi prilično skromnu granicu od oko 200 novih programa godišnje.

U tom smislu primer Jugoslavije je dosta impresionantan, kada se ima u vidu totalna suma obrazovnih TV programa koje jugoslovenske TV stanice u obimu od oko 55.000 minuta godišnje emituju.

Što se tiče svih aspekata ove pozicije, oni su, naravno, u skladu sa onom prvom pretpostavkom: naime, da li su ti programi vezani za zvanične državne edukativne institucije pa se tako finansiranje programa, programska odgovornost, pitanje publikacija, itd. može pretpostaviti na osnovu prvog odlučujućeg faktora.

U okviru ove teme, mislim da je od interesa i jedan zvanični predlog grupe TV autora sa Bazelskog seminara, koji je ispred te grupe podneo Brajan Grumbridž (Brian Groombridge), V.Britanija. Naime, reč je o predlogu „za kooperaciju između radio-difuznih organizama i obrazovnih institucija, da se s vremena na vreme

edukativnim RTV proizvođačima u toku njihove karijere omogući da obogate svoje iskustvo radeći u školama. Tako bi urednici, kao i drugi ljudi iz RTV, mogli pokušati da iskoriste emisije, i da možda lično preduzmu istraživanja da bi procenili efikasnost tih emisija. Ista grupa je preporučila da periodi staža u razredu postanu normalan aspekt rada edukativnih RTV proizvođača, da bi ovi svoj profesionalizam usavršili”.

Oblast multimedijских projekata u obrazovanju učenika i odraslih može se slobodno smatrati centralnom temom regionanog ateljea u Danskoj. (Napominjem da su još dve teme bile izlagane u okviru ovog sastanka, ali bez nekog većeg odjeka, a to su: 1. Tehnološke inovacije i njihova primena u edukativnoj TV i 2. Kako doći do efikasne saradnje između raznih RTV asocijacija u sektoru edukativne radio-televizije).

Obuhvatajući školsku edukaciju i obrazovanje odraslih prvi dan rada savetovanja na ovim projektima postavio je tri osnovna pitanja koja su, uz štampane materijale, izneli predstavnici triju zemalja:

- I - Školski programi: Proizvodnja i prijem multimedijских sistema (Švedska, autori: Sven Sture Alebek i Rolf Svenson, SR)
- II - Učenje odraslih i multimedijски sistemi (Velika Britanija, autori: Šila Ines i Donald Gratan, BBC).
- III - Multimedijски sistemi: Definicija i opravdanje (Francuska, autor: Rolan Garnije, OFRATEME).

U sva tri pristupa reč je o principijelnim postavljajima pitanja celishodnosti i efikasnosti multimedijjskih sistema, i načelno, i s obzirom na postojeća iskustva navedenih zemalja, kako pozitivna tako i negativna.

Drugi dan razgovora bio je posvećen jednoj vrsti praktičnog rada u okviru navedene tri teme, i uz koordinaciju sa predlozima koje su isti autori dali: naime, za sva tri slučaja, za sve tri teme, autori su prisutnima dali neku vrstu zadatka: zamišljajući jednu imaginarnu zemlju (za Šveđane je to bila Skandija, za Engleze Ebingoj, a za Francuze Musti) svi učesnici su, u okviru grupnog rada i uz prethodno određene uslove, morali zamisliti efikasne multimedijjske projekte sa određenom strukturom i izborom medija, kao i uz jasno obrazloženje svojih izbora.

Nema sumnje da je ovakav „dramaturški” način rada podstakao vrlo burnu diskusiju, u kojoj su predstavnici svih zemalja mogli naći mesta za vlastite situacije i moguća rešenja.

U pokušaju da rezimiramo ovu vrlo živu diskusiju, ostavićemo po strani fundamentalno pitanje o opravdanju i praktičnoj efikasnosti multimedijjskih projekata i zadržaćemo se na nekim zajedničkim uslovima do čije se neophodnosti došlo i u ovim diskusijama.

Tako, pre svega treba istaći da multimedijjski projekt, termin svakako vrlo novog datuma, podrazumeva *bar tri* upotrebljena sredstva, odnosno medija, ali da - iako je to uobičajeno - nije obavezno da ovi mediji budu audiovizuelni, te da se

kombinacija tri sredstva za edukaciju može napraviti i izvan radio-televizije (na primer: slajd, predavanje, grupni rad, ili radiovizija, novine, dopisni kurs).

Drugi zaključak koji možemo navesti kao opšte prihvaćen, jeste da ne treba multimedijске projekte primenjivati radi samih sebe, i da u tom smislu oni moraju biti izraz zainteresovanosti publike kojoj su namenjeni, što je nužan preduslov njihovog planiranja. Zato je u diskusijama u mnogo navrata bila naglašavana uloga lokalnih interesa u stvaranju multimedijških projekata i u tom smislu, jugoslovenska iskustva sa interesnim zajednicama i njihovom ulogom u koncipiranju obrazovnih potreba, izazvala su brojna pitanja upućena predstavnicima JRT.

Isto tako, jasno je istaknuto, a na brojnim primerima iz iskustva se to već i dokazalo, da ne mogu postojati jednolični, uniformni multimedijški obrasci, već da se oni uvek moraju koncipirati i s obzirom na publiku, kao i s obzirom na strukturu materije o kojoj je reč.

Najzad, osnovni strukturalni problem multimedijških sistema leži u izolovanoj egzistenciji i delovanju svakog od medija zasebno, unutar zajedničkog procesa, a da oni moraju ne samo biti čvrsto povezani i komplementarni, već i svaki od njih mora postati „multiupotrebljiv“.

Najzad, multimedijški sistem mora biti otvoren za samoinicijativu publike, odnosno u svojoj perfekciji on mora izbeći didaktičku presiju koja izbacuje inicijativu iz svoga planiranja; on, dakle, mora biti neka vrsta planiranog društvenog i

obrazovnog događaja u kojem svi aspekti - i socijalni, i didaktički - moraju delovati kao sinhrona celina.

U redovnom, administrativnom delu ovog skupa bilo je reči o uobičajenim aktivnostima Radne grupe EBU za školske i obrazovne TV programe:

1. Bazelski seminar ove godine posvećen je obrazovanju odraslih (i JRT učestvuje sa posebnom emisijom posvećenom samoupravljačkom obrazovanju odraslih)
2. Projekcija školskih programa održaće se od 9. do 12. novembra ove godine u organizaciji Nemačke TV, u Minhenu, dok će ista projekcija, posvećena emisijama za odrasle, biti u istom periodu sledeće godine u Amsterdamu.
3. Redovni sastanak Radne grupe u 1977. godini, u junu kao i obično, održaće se u Londonu, Engleska.
4. Za EBU informacije - Signalni katalog, treba slati priloge za rubrike:
 - a) Novi projekti i orijentacije,
 - b) Novi projekti koji podrazumevaju kooperaciju sa drugim članicama EBU,
 - c) Istraživanje, procena, druge publikacije, i
 - d) Konferencije, sastanci, razno.

Dr Ivko Pustišek

INFORMACIJA O RADIO-TELEVIZIJI NR KINE¹

Na čelu Radio-televizije Kine nalazi se Centralna direkcija koja je pod direktnim rukovodstvom Centralnog komiteta Komunističke partije Kine.

Organizacija Centralne direkcije je sledeća:

- Centralni radio koji emituje program za domaće slušaoce na kineskom jeziku,
- Radio-Peking koji emituje program na stranim jezicima,
- Televizija Peking,
- Umetnički ansambli,
- Produkcija gramofonskih ploča.

Pored toga, direkcija ima Odeljenje administrativne uprave i tehničko odeljenje.

Centralni radio ima pet programa i svakodnevno emituje za kineske slušaoce na kineskom jeziku oko 90 časova programa.

Pet programa Centralnog radija su sledeći:

- 1) dva programa na pekinškom dijalektu za celu Kinu
- 2) program za slušaoce sa Tajvana na njihovom dijalektu
- 3) program za kineske iseljenike (prekomorske Kineze)
- 4) program za nacionalne manjine na pet jezika nacionalnih manjina.

Radio-Peking na stranim jezicima emituje program na 40 stranih jezika, među kojima i na srpskohrvatskom.

Ukupno vreme trajanja svakodnevnih

emisija iznosi 140 sati. U planu je dalji razvitak ovog programa.

Televizija je počela rad 1958, a televizija u boji 1973. godine i još je u eksperimentalnoj fazi.

Televizija sada ima 37 studijskih centara od kojih 5 mogu emitovati program u boji. Svih 28 provincija povezano je međusobno mikrotalasnim vezama. Te veze su, međutim, većinom unilateralne, od Pekinga prema provincijama; između Pekinga i Sangaja postoji dvosmerna veza.

Predajnicima je pokriveno oko 25% naseljenih teritorija Kine.

Za razliku od razvijenosti studijske opreme veza i predajnika, prijemna mreža je tek na početku razvoja. Broj prijemnika za crno-beli program iznosi oko 400.000, dok ima svega nekoliko hiljada TV prijemnika u boji. Zbog toga je više-manje organizovano kolektivno gledanje programa u komunama i fabrikama. Koristi se i projekcija TV slike na platno.

Svi tehnički uređaji za crno-belu televiziju kao i za televiziju u boji proizvedeni su u Kini uglavnom u elektronskoj industriji Sangaja. Kvalitetom ovih uređaja tehnički stručnjaci su zadovoljni, jedino imaju primedbe na kvalitet magnetoskopa.

U Pekingu se sada emituju dva programa televizije, oba u trajanju od

¹ Prošle godine u Jugoslaviji je boravila delegacija Radio-televizije NR Kine, a ove godine je u Kini boravila delegacija JRT, pa su u međusobnim razgovorima i informisanju prikupljeni neki osnovni podaci o Radio-televiziji Kine.

2-3 časa dnevno i po pravilu samo u večernjim časovima.

U Šangaju je upravo završena izgradnja prve etape novog televizijskog doma. U samom centru grada izgrađen je novi televizijski toranj visine 200 metara.

Pored centralne direkcije postoje i provincijske i lokalne radio i TV stanice. One su pod direktnom nadležnošću provincijskih i mesnih partijskih komiteta. Uprave ovih radio- i TV centara odgovorne su za svoje lokalno područje.

Odnos centralne direkcije i provincijskih uprava za radio i televiziju je manje više hijerarhijski. Centralna direkcija je nadležna za pitanja proširenja kapaciteta, kapitalnu izgradnju i sl., za sve radio- i TV centre NR Kine kao i za izradu jedinstvenog plana razvoja radija i televizije. Samostalnost provincijskih radio- i TV stanica postoji uglavnom u oblasti programa za koji su odgovorni partijski komiteti provincije, a koji su opet pod direktnim rukovodstvom CK KP Kine. Pored toga, ako se radi o nekom veoma važnom zadatku (na primer sada u vezi sa ideološkom kampanjom protiv desnog skretanja u partiji),

Centralna direkcija ima pravo da traži izvršenje tog zadatka od lokalnih centara. Ona je nadležna i da ukazuje na nepravilnosti u radu lokalnih radio- i TV stanica.

Jedan od važnih zadataka Centralne direkcije i lokalnih centara je da organizuju emisije preko raznih stanica da bi zadovoljile potrebe seoskog stanovništva. Gotovo nema proizvodne jedinice u komuni kao ni domova seljaka u kojima ne postoje razglasni prijemnici (preko 90% proizvodnih brigada i oko 70% porodica imaju razglasne prijemnike). Ukupan broj radio-prijemnika je preko 40 miliona, a razglasnih stanica preko 100 miliona.

Organizacija mreže centralnog radija, koji emituje program za domaće slušaoce, je takva da može u svakom

momentu saopštiti novosti stanovnicima svih krajeva Kine.

Izvori vesti su uglavnom agencija Hsinhua i novine *Žen Min Žibao*. Imaju sopstvenu mrežu dopisnika u zemlji, ali radio-televizija nema svojih dopisnika u inostranstvu.

Novinari Centralne direkcije na radiju i televiziji sami prave reportaže koristeći priloge slušalaca i svojih dopisnika, dok političke komentare dobijaju iz *Žen Min Žibao* i Hsinhue. Televizija ima svoje dopisnike u 10 provincija.

Centralna direkcija povremeno šalje svoje dopisnike i novinare u razna ministarstva i druge političke ustanove gde dobijaju informacije o novim događajima. Pored toga ove institucije povremeno i same pozivaju novinare na brifinge povodom raznih događaja. Za veoma važna politička pitanja novinari Centralne direkcije pozivaju se da učestvuju na sastancima u CK.

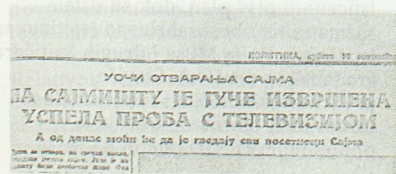
Dohodak radnika Centralne direkcije kreće se u rasponu od 40 do 200 juana. Tendencija je da se najniži dohoci povećavaju, a da se ne ide na povećanje najviših. Svi radnici televizije, uključujući i najviše rukovodioce, u određenim vremenskim razmacima idu u kadrovsku školu gde se polovina vremena posvećuje fizičkom radu a polovina marksističkom obrazovanju. Centralna direkcija ima kadrovsku školu u provinciji Honan; školovanje traje godinu dana.

Televizija uglavnom proizvodi samo dokumentarne filmove, dok igrane proizvodi filmska industrija.

Direktor Centralne direkcije radija i televizije NR Kine je Teng Kang. Prvi zamenik direktora je Čang Čen Tung, zamenik direktora Televizije Peking za tehnička pitanja je Vang Feng, a Ći Šu Pej je načelnica odeljenja za međunarodne veze Centralne direkcije.

Radio-televizija Kine je aktivna članica Azijske unije za radio-difuziju (ABU). Ona je takođe članica i međunarodne organizacije za radio i televiziju (OIRT), ali zbog sukoba sa Sovjetskim Savezom već niz godina ne učestvuje u njenom radu.

Radio-televizija Kine održava bilateralne odnose sa većim brojem zemalja, među kojima i sa Jugoslavijom. Ova saradnja se ograničava uglavnom na televiziju jer je radio po svom sadržaju za sada bez ikakvog učešća inostranog programa.



Sl. 22 - Naslovi iz štampe najavili su televiziju čim se pojavila 1938. god.

Borisav Džuverović

KONTROVERZE

OKO MASOVNOG KOMUNICIRANJA

(Povodom knjige *Uvod u sociologiju masovnih komunikacija* Denisa Mek Kvejla, „Glas“, Beograd, 1976)

Denis Mek Kvejl (Denis McQuail) nije reprezentativan autor zapadne sociologije masovnih komunikacija, ali je u našem oskudnom fondu ove literature prevodenje njegove knjige dragocjeno u smislu pružanja opširnih informacija o toj sociologiji. Bez aspiracija da uspostavi sopstveni sistem analize masovnog društva i njegove kulture, on interpretira postojeća mišljenja i istraživanja, pretežno američke sociološke škole.

Za nas je takav pristup interesantan jer pokazuje veliki stepen neslaganja koji postoji oko osnovnih pitanja, kao i brzinu promjena naučnih saznanja o činjenicama savremene civilizacije. U tom smislu je dragocen Kvejllov predgovor jugoslovenskom izdanju *Uvoda u sociologiju masovnog komuniciranja*, u kome kritički preispituje sopstvenu poziciju u svijetlu istraživanja i teorijskih postavki koje su se pojavile od prvog objavljivanja ove knjige u Engleskoj do danas (a to je svega šest godina). Autor priznaje:

Razgranala su se istraživanja organizacija masovnih medija i istraživanje uticaja procesa proizvodnje na sadržaj (...) što nas je primoralo da usvojimo donekle drugačiji pogled na to šta je u stvari proces masovnog komuniciranja" (str. 5).

On navodi čitav spisak pitanja o kojima bi trebalo izmijeniti stanovišta

ili revalorizovati dominirajuće zaključke. Ovo se naročito odnosi na ranije zaključke o uticaju medija na publiku. Raniji zaključak Kvejla i mnoštva drugih autora da mediji djeluju samo u pravcu pojačavanja već postojećih stavova sve se više dovodi u pitanje, a uporedo se ističu nova polja uticaja i njihov sve veći intenzitet. Posebno je značajno da se preispitivanja ranijih zaključaka o masovnim dijama vežu za nove, kritičkije pristupe pitanju društvene moći:

„Na masovne medije sada se gleda kao na sredstva sa značajnim posledicama zbog toga što imaju moć da oblikuju naše predstave o kulturnim normama i vrednostima i našu predstavu o svijetu i strukturi našeg znanja o njemu. Ono što mediji čine je uspostavljanje baš tih predstava, koje, uzete kao gotove' formiraju pozadinu i kontekst neposrednom ličnom iskustvu" (6).

Upravo u takvoj promjeni saznanja leži i odgovor na pitanje: zašto sociologija masovnog komuniciranja toliko kasni u svom razvoju? Prije svega zato što masovnom društvu ne odgovara kritičko preispitivanje njegovih temeljnih „vrijednosti“. Pod sjenkom razvijene teorije o masovnom društvu Zapada, marginalna, nebitna pitanja su isticana u prvi plan, dok su ostala razmatranja obeshrabravana (sjetimo se ispaštanja Rajta Milsa i drugih kritičara građanskog društva). Štaviše, pretjerana ideološka i intelektualna težina ovih teorija cdvrćala je opONENTE i primoravala ih da se

predstavljaju u svijetlu apologeta postojećeg društvenog uređenja, zagovornika kapitalizma i komercijalne eksploatacije i totalitarizma koji se tek pomalja (47).

Posebna vrijednost Kvejlve *Sociologije masovnog komuniciranja* leži u težnji da obuhvati karakteristike kulture i djelovanja masovnih medija u zemljama tzv. trećeg svijeta. Izlaganja se proširuju izvan uobičajenog razmatranja visokorazvijenih zapadnih društava, upućujući nas na zanimljiv istraživački put. Društvene, ekonomske i uopšte civilizacijske promjene zemalja u razvoju neposredno su povezane sa razvitkom sistema masovnog komuniciranja. Poznata istraživanja nerazvijenih regiona Azije, Afrike i Južne Amerike, koja je obavio Šram (Schram), pokazuju da su razlike u ekonomskom standardu paralelne sa mogućnostima korišćenja medija; da je rasprostranjenost medija direktno vezana sa stopom pismenosti, urbanizacije i sl. Treći, možda ključni splet problema je vezan za pokretačke mogućnosti medija u modernizovanju života.

Autor navodi podatke koji govore da unutar zemalja u razvoju postoje dokazi o tijesnoj povezanosti između upotrebe masovnih medija i običaja, ponašanja i posjedovanja informacija važnih za društvene promjene (13). U vezi s tim, Dojčman (Deutschmann) još 1963. godine je pokazao da je u okviru neškolorane populacije sela u Andima visoka izloženost medijima bila povezana sa prihvatanjem novih metoda u obradi zemlje, višim političkim znanjem i uopšte boljim vaspitanjem djece.

S druge strane, u razvijenim društvima ekspanzija tržišta neminovno traži novu publiku kao i neprekidno reklamno podsticanje potrošnje (naravno putem masovnih medija). Relativno visok nivo pismenosti uslovljava povećanje auditorija čitalaca-gledalaca, tako da pismenost povećava broj čitalaca štampe, a

politički sistemi i njihovi centri moći traže efikasnu i brzu komunikaciju sa podanicima, kao što traže brže informisanje i svojevrzne konsense u formi javnog mnjenja.

POSLEDICE DJELOVANJA MEDIJA

Kvejl je jedan od rijetkih sociologa koji nije jednostrano ispitivao dejstvo medija. Izdvojio je njihove pozitivne aspekte boreći se protiv olakog etiketiranja, tvrdeći da „teze o nepoželjnim društvenim i individualnim posledicama masovnih medija još uvek nisu dokazane i jedan broj teorijskih zaključaka o njihovom uticaju sada je podlozan preispitivanju” (47). Takav stav je zastupao 1969. godine, u engleskom izdanju svoje knjige, poričući postojanje dokaza da masovni mediji stvaraju apatiju ili pasivnost, da imaju razorne posledice po društvenost i porodični život, kao i o tome da stimulišu kriminal i nasilje (47). Međutim, 1975. godine (u predgovoru jugoslovenskom izdanju *Sociologije...*) Kvejl se ispravlja shvatajući da se „na masovne medije *sada* gleda kao na sredstva sa značajnim posledicama” (6).

Po Kvejl ovom mišljenju, negativna orijentacija mnoštva autora prema masovnoj kulturi i mediju u njoj u skladu je, ako ne i direktno inspirisana teorijom o masovnom društvu. Iako je predstava o izolovanim pojedincima ostavljenim na milost i nemilost masovnim medijima jednako prisutna u teorijama empirijske orijentacije kao i u teorijama masovnog društva, ove prve ne ostaju isključivo u negativnoj ravni, već traže puteve djelotvorne upotrebe masovne komunikacije.

Slabosti negativista leže u shvatanju da mediji nemaju nikakvo pozitivno dejstvo, već „nesvjesno uzimaju kao zlo poboljšanje popularnog ukusa” (Bauer). Njih očito uznemirava relativna egalitarnost modernog društva i ostaju slijepi pred neospornim pozitivnim

transformacijama masovnih medija. U mnogim primjedbama na masovnu kulturu i na industrijsko društvo probija se romantizam. Vraćanje u prošlost, u zlatno doba koje je iščezlo; robuje se idealima zajednice, stabilnosti i tradicionalnim estetskim standardima (45). Otuda su oponenti otkrili zajednički „elitistički stav“ svih negatora masovne kulture.

Negativisti ne shvataju medije kao sredstva koja omogućavaju zadovoljenje savremenih potreba masovne komunikacije već kao neke nove dodatke koji samo rasparčavaju postojeće društvo. Oni ne poklanjaju potrebnu pažnju adaptativnim procesima niti stepenu do kojeg se primjenjuju normativna i regulativna kontrola u novim medijima komunikacije, što ograničava njihove razorne posledice i usmjerava upotrebu u konstruktivnom pravcu. Isto tako, oni zanemaruju i druge značajne osobenosti: brzinu, domet, otvorenost i dostupnost informacija bez obzira na pismenost; zanemaruju individualnu aktivnost pojedinca... Privlačnost upotrebe masovnih medija kao aktivnosti za ispunjenje dokolice ne može da se objasni samo kao vid društvene patologije (46), već kao racionalna svrsishodna djelatnost sa nizom pozitivnih ciljeva.

Kritika negativnog pristupa ne znači da je dejstvo masovne kulture usmjereno isključivo pozitivno. Naprotiv, „očekivane posledice uživanja kulture posredstvom masovnog medija gotovo uvek su nepovoljne: masovna kultura razara ili istiskuje tradicionalnu vrhunsku kulturu i narodnu kulturu seoskog društva i njegovih pripadnika; ona niveliše i homogenizuje ukus populacije, ohrabruje mediokritetstvo, konformizam, pasivnost i eskapizam, i konačno dehumanizuje, jer utire put ka totalitarnoj vladavini“ (41).

Još su sveža Milsova upozorenja da masovni mediji pomažu stvaranje tzv. „psihološke nepismenosti“, budući da

se stvaraju uslovi u kojim pojedinac svoj identitet i usmjerenost ostvaruje preko medija u isto vrijeme sa tehnikama za postizanje ovih ciljeva ili alternativnih kompenzacija za doživljene neuspjehe.

Zavisnost pojedinca se uistinu povećava, autoritet i visok status masovnih medija u svijesti pulike još više omogućava uspostavljanje autoritarnih odnosa. Autoritarnost se postiže povećanjem izolacije i nesposobnosti pojedinca da pruža otpor, dopuštanjem da do masa dopiru isključivo poruke grupacija koje žude za vlašću a eliminacijom alternativnih pogleda kao i stalnim održavanjem totalitarnih odnosa, kad se već jednom uspostave.

Pozitivno ocjenjivanje medija nije isključeno čak ni u ovako usmjerenom teorijskom okviru masovnog društva. Prema nekim autorima, masovna komunikacija je dosta odgovorna za konsensus koji okuplja ljude u društvo, za integraciju različitih, posebnih svjetova modernih ljudi u saglasnost i jedinstvo (43). Sa ovog stanovišta se na masovne medije gleda kao na doprinos međuzavisnosti i protivtežu dezintegraciji odnosa što prijetje da izazovu novi ekonomski i društveni uslovi.

Gotovo da ne treba isticati mogućnosti većeg uključivanja i participacije ljudi i preko klasnih granica, preko geografskih, starosnih i drugih limita. Tu je i veća brzina komunikacija, veća dostupnost i otvorenost svijeta svakom članu društva, ukidanje vremenske i daljinske granice saznanja činjenica; što sve utiče na povećanu sposobnost pojedinaca za demokratsku orijentaciju.

Masovne komunikacije „donose glas nacije u selo dajući smisao radu kao zajedničkom, ekonomskom i nacionalnom cilju; one šire pismenost i nove kvalifikacije, one razvijaju stavove koji doprinose ekonomskom razvitku što uključuje u buduću prosperitet i odustajanje od trenutnih

zahteva" (77). Komunikacije su faktor koji može afirmisati pogodne stavove a u tom cilju mobilisati zapravo one pojedince koji imaju preduzetničke i slične sklonosti da bi djelovali podsticajno na ostale.

METOD KORISTI I ZADOVOLJSTVA

Denis Mek Kvejl na više mjesta naglašava da je u zapadnoj sociologiji masovnog komuniciranja „metod koristi i zadovoljstva” jedan od najznačajnijih i najpopularnijih „rezova” u ispitivanju ideološke opredijeljenosti i društvene uslovljenosti čitavog procesa komuniciranja. On eksplicitno kaže da „pristup „koristi i zadovoljstva” otvara interesantne mogućnosti, jer se zasniva na koncepciji o upotrebi medija kao odgovora na pritisak društvene sredine” (93); uvejen da je time „otkrivena strategija za upotrebu već dugo postojećih hipoteza”...

Nаша sociološka misao često prihvata ovakve „pronalske” bez potrebne kritičnosti, razvijajući ih u neadekvatnom kontekstu. Kad je u pitanju navodno otkriće „metode koristi i zadovoljstva” moramo istaći njegov izvanredan značaj u metodološkom smislu, jer može biti dobar teorijski okvir za konceptualne pristupe masovnom komuniciranju. Međutim, sama činjenica da je u centru ove metode društveni kontekst zbivanja, struktura društva i centara moći, upozorava nas na opreznost. Naš kontekst nije građanska demokratija, podjela sfera na javnu i privatnu, rassetost recipijenta na građanina-birača, privatno vlasništvo nad medijima, itd. Taj kontekst je bitno drugačiji: to je samoupravna organizacija društva, samosvojna u svijetu, neposredna demokratija (sa svim svojim vrlinama i propustima), društvena svojina; tako da se u teorijskoj analizi konteksta u kome možemo primijeniti istraživački „metod koristi i zadovoljstva”, nećemo mnogo

okoristiti koncepcijama ni sa Zapada ni sa Istoka.

Sama „metoda koristi i zadovoljstva” temelji se na ispravnoj težnji da se više vodi računa o tome šta ljudi čine sa medijima, a manje šta mediji čine sa ljudima. Samu suštinu ovakvog pristupa objasnio je još šezdesetih godina socijalni psiholog Kac (Katz), naglašavajući da čak ni najmoćniji sadržaj masovnih medija ne može da utiče na pojedinca koji od njega nema nikakve „koristi” u društvenom i psihološkom kontekstu u kome živi.

Sam princip „korisnosti” podrazumijeva da ljudske vrijednosti, interesi, udruživanja, društvene uloge, poseduju veću moć, i da ljudi selektivno prema ovim interesima „oblikuju” šta će posmatrati, slušati ili čitati (88).

Do sada se iskristalisalo nekoliko grupa istraživanja na temu „koristi i zadovoljstva”, među kojima su najznačajnije tri grupe studija:

Prva grupa analizira *nivo zadovoljstva* koje se od masovnih medija očekuje ili preko njih ispunjava. Hercog (Herzog) je, na primjer, ispitujući žene - ljubitelje dnevnih radio-serija, došao do zaključka da je stepen njihovog zadovoljstva varirao u skladu sa varijacijama uslova i njihovih ličnih problema. Serije im pružaju priliku da se identifikuju sa uzbudljivim načinom života radio-junaka, relaksiraju ih i emocionalno opuštaju stimulišući lažne kompenzacije za sopstvene tegobe, ali i dajući izvjesna uputstva za rešavanje životnih problema. Radio-programi pružaju ženi satisfakciju, jer je veličaju i cijene kao ženu i majku, smanjujući njeno osjećanje ništavnosti, povećavajući njeno osjećanje sigurnosti i veličanja društvenog prestiža.

Druga grupa radova podupire „metodu koristi i zadovoljstva” na taj način što opisuje i rasvjetljava *uzroke potreba* i sklonosti praćenja medijumskog programa. U njenom okviru je naročito

razrađeno istraživanje načina na koji djeca upotrebljavaju masovne medije, jer ti podaci odavno pobuđuju šire rasprave. Mekobi (Maccoby) je zaključio da povećane frustracije djece iz srednjih klasa povećavaju stepen gledanja televizijskih programa. Drugi autori nalaze da varijacije u upotrebi različitih vrsta sadržaja medija zavise od čvrstine veze recipijenta sa grupama vršnjaka i sa porodičnom sredinom.

U vezi sa ovim vrlo je podsticajno Kvejlovo podsjećanje na zaključke o stripu i djeci do kojih su došli Volf (Wolf) i Fiske (Fieske). Stripovi za malu djecu u osnovi imaju tri funkcije: da im obezbijede „bajku o Alisi u zemlji čuda“, da im ponude nepobjedivog junaka za identifikaciju, i najzad da im daju neke informacije o stvarnom životu i svijetu. Svaka od ovih funkcija stripa odgovara dostignutom stepenu razvoja dječje ličnosti i povezana je sa posebnim potrebama tog razvoja. Pri tom postoji veza između porodične podloge i velike upotrebe slikovnih medija, među kojima se posebno ističe čežnja određenog tipa djece da „pobjegne“ iz represivne porodične sredine uz pomoć identifikacije sa sadržajima u kojima se javlja neki „agresivni heroj“.

I treća grupa studija daje podatke o *izvorima i poslasticama zadovoljstva* koje auditorij traži u medijima. Onaj dio publike koji manje participira u kulturnim i društvenim aktivnostima osjeća veću tjeskobu koja ga vodi posmatranju sadržaja fantazije i vanstvarnog života. Poznati teoretičari masa Kac i Lazarsfeld su isto tako pokazali da je „visoka izloženost popularnim fikcijama u vezi sa subjektivnim osjećanjem depresije i niskim stepenom uključenosti u društvenu sredinu“ (90) jer sadržaj medija kao popularna fikcija služi potrebama koje su u vezi sa potkulturom grupa nižeg statusa, sa manjim stepenom opšte aktivnosti i sa elementima tjeskobe u samoj ličnosti. „Metod koristi i zadovoljstva“ hoće da ukaže na činjenicu da ljudi pristupaju masovnim medijima sa svojim

potrebama, i da u tom pristupu ispoljavaju izvjesna očekivanja i zadovoljstva kojima teže; ali i da te potrebe nastaju u samoj ličnosti koliko i u širem društvenom kontekstu, radi čega je u svakom istraživanju neophodno voditi računa o potrebama publike. Zadovoljstva koja su u centru ovog pristupa, prema tome, uključuju: olakšanje tjeskobe, usamljenosti, neprekidne napetosti ili ličnih nevolja; davanje podrške, sigurnosti i samopouzdanja, potpomaganje društvene interakcije; obezbjeđivanje ritualnog izvođenja dnevnih aktivnosti koje svakom danu daju izvjesnu posebnost; uspostavljanje raspoloženja i podržavanje porodične sredine; te najzad obezbjeđivanje puteva eskampizma obično u pravcu svijeta fantazije, itd.

Na kraju, uz knjigu *Sociologija masovnih komunikacija* mogli bismo ponoviti Vujaklijin moto: „Za one koji ne znaju da se obavijeste, a za one koji znaju da se podsjetite“. Kvejlov pregled raznih teorija ima prvenstveno takav smisao. Sem toga, veoma iscrpna bibliografija i njena dopuna, uz predgovor jugoslovenskom izdanju, još više upotpunjuju sliku o mnoštvu teorija i socioloških orijentacija na području društvenog komuniciranja.

Priredivač i prevodilac ovog djela Miroljub Radojković je uložio dosta napora oko iniciranja, prevoda i publikovanja Kvejllove *Sociologije masovnih komunikacija*. Njegova je zasluga što je uspio da obezbijedi predgovor samog autora. Taj predgovor, iako kratak, u izvjesnom smislu je jednako važan kao i čitava knjiga, jer pokazuje da je nemoguće stvoriti zaključke jednom zasnagda, već da oni podliježu neprekidnim valorizacijama.

Međutim, ozbiljan nedostatak knjige jeste taj što ne sadrži čak ni uzgredne napomene o piscu. Ovo je prva knjiga savremene inostrane sociologije masovnog komuniciranja koju jugoslovenski izdavači prevode i publikuju, te bi osnovni red bio da izabranog autora predstave našoj čitalačkoj publici.

Zoran L. Jerotić

TELEVIZIJSKI PRIJEMNICI

II izdanje

Razvoj televizije i masovno proizvođenje televizijskih prijemnika govori o sve širjoj upotrebi ovih elektronskih aparata što nameće sve većem broju ljudi potrebu da upoznaju i potpuno savladaju osnovne elemente i novine u prijemnoj televizijskoj tehnici. O bogatom iskustvu iz te oblasti govori ova knjiga. Međutim ona se bavi opisivanjem šeme televizijskog prijemnika nazvanog *Major 67 UHF*. Elektronska industrija u Nišu, po ovoj šemi i na istoj šasiji, proizvodi u raznim varijantama 65 tipova televizijskih prijemnika, što govori o izvesnoj univerzalnosti opisane šeme. Ovde se nalazi i kratak opis šeme televizijskog prijemnika za prijem signala u boji. To je prijemnik *Spektar TVC 9901*, proizveden u Nišu. Reč je o delimično tranzistoriziranom televizijskom prijemniku za prijem crno-belog signala, kao i posebno signala u boji *Spektra kolor specijal*. Posebna vrednost ovog II izdanja je i *katalog* sa više od 1000 tranzistora i dioda za koje se daje uporedna tabela tranzistora i dioda koji ih u slučaju potrebe mogu zameniti.

Autor svestrano obrađuje pomenute prijemnike razrađujući pojedina poglavlja knjige i to:

Blok-šema televizijskog prijemnika *Major 67 UHF*. Mrežni usmerač. Birač kanala, sa osvrtom na princip rada, opis šeme i drugo, kao i ispitivanje i opravke. Međufrekventni pojačivač za sliku i ton. Detektor slike. Video-pojačivač, ispitivanje i popravka.

Katodna cev. Automatska regulacija pojačanja. Stepenn za izdvajanje

sinhronizacionih impulsa i impulsni pojačivač. Stepenn za potiskivanje smetnji. Fazni diskriminator. Horizontalni oscilator i reaktivna cev. Horizontalni izlazni stepenn. Integrator vertikalnih sinhronizacionih impulsa. Vertikalni oscilator. Vertikalni izlazni stepenn. Međufrekventni pojačivač za ton. Detektor tona. Niskofrekventni pojačivač za ton. Kontrolna slika (test).

Posebno su obrađene greške koje se mogu javiti u radu televizijskog prijemnika *Major 67 UHF*. Te greške su sistematizovane po stepenima. Pri opisivanju grešaka dat je uzrok njihove pojave i način otklanjanja. Primeri grešaka uzeti su iz prakse i obuhvataju sve što se može sresti pri opravkama prijemnika.

Slično je obrađen i deo o greškama koje se mogu javiti u radu televizijskog prijemnika *Spektar TVC 9901*. Posebno su obrađene televizijske prijemne antene. A zatim opis šeme televizijskog prijemnika za prijem signala u boji *Spektar* tip *TVC 9901*. Radi efikasnog praćenja izloženog teksta priložena je strujna šema televizijskog prijemnika, a posebno su obrađeni delovi koji govore o greškama usled neispravnosti prijemne antene, zatim blok-šema televizijskog prijemnika na šasiji H 1. Generator TV signala. Oznake na elektronskim cevima. Elektronske cevi. Tranzistori - diode - tiristori. Obeležavanje otpornika i kondenzatora. Uz knjigu su priložene odgovarajuće šeme. Data je i korišćena literatura.

Strana 277, format 14x20. Izdavač: „Tehnička knjiga”, Beograd, 1975.

Borislav Šesterikov, dipl.inž.
Zoran Manojlović, dipl.inž.

TELEVIZIJA U BOJI opšti principi

Da se ne bi dogodilo kao u vreme pojave crno-bele televizije da širi krugovi čitalaca ostanu bez odgovarajuće literature, Šesterikov i Manojlović su napisali knjigu da bi predupredili improvizacije u tehničkom pristupu emisijama u boji. Knjigu su namenili čitaocima zainteresovanim da upoznaju prirodu kolor-televizije. Imajući u vidu da taj krug može biti veoma širok, autori su priredili knjigu sa obiljem crteža, šema i fizikalnim objašnjenjem rada, bez mnogo matematike. Njihovo nastojanje orijentisano je da sistematski uvede čitaoce u osnove kolorimetrije, u stvaranje i prenos televizijskog signala u boji, kao i konstrukciju kolor-prijemnika. Takođe su obradili osnove istraživanja i lokalizovanja grešaka u kolor-prijemnicima, a priložili su zbirku fabričkih šema najpoznatijih evropskih fabrika.

U sedam poglavlja obrađena je celokupna tehnička problematika kolor-televizije. Tako se u prvoj glavi obrađuju *opšti pojmovi o proizvodnji i prijemu boje* sa posebnim osvrtima na čovečije oko kao prijemnik svetlosne energije, na osećaj boja, mešanje boja, te TV sistem zasnovan na principu aditivnog razlaganja i stvaranja boja, kolorimetar, trougao boja i pretvaranje slika u boji u električne signale.

U drugoj glavi govori se o *televizijskom prenosu u boji*, sa posebnom obradom pojedinih sistema. Imajući u vidu da je u našoj zemlji usvojen PAL-sistem, njemu je posvećen veći deo prostora. Tu se posebno govori o signalima, o prekidaču, izboru hrominantne noseće učestanosti, o koderu i dekoderu. Velika pažnja posvećena je *TV-kameri i katodnoj*

cevi za reprodukciju slike u boji, uvodeći čitaoca u poimanje osobenosti o kameri sa tri i četiri cevi za analizu slike i dr.

TV prijemnici po sistemu PAL su veoma iscrpno obrađeni.

Obrađujući *greške u PAL televizoru* govori se o kolor-test generatorima, o greškama u visokofrekventnom kanalu, u luminantnom kanalu, pa u hrominantnom i sinhronizacionom kanalu boje, kao i o greškama u sinhro-kanalu vremenskih baza.

U sedmoj glavi su *električne šeme fabričkih televizora*. Obrađeno je dvadesetak raznih vrsta prijemnika. Strana 255, formt 14x20. Izdavač: „Tehnička knjiga“, Beograd, 1973.

Borislav Šesterikov, dipl.inž.

TRANZISTORSKI TELEVIZORI II izdanje

Pojava tranzistorskih televizora datira od 1953. godine. Proizvedeni su u firmi RCA, a posle nekoliko godina počela je i serijska proizvodnja. Kao što su tranzistorski radio-prijemnici logičan nastavak postojećih rešenja sa elektronskim cevima, tako se dogodilo i s TV prijemnicima. Osnovne koncepcije su ostale skoro iste, umesto elektronskih cevi koriste se u električnim kolima tranzistori. To je omogućilo smanjenje prijemnika i način njegovog napajanja električnom energijom, što je dovelo do konstruisanja portabl televizora. Sada, umesto da gledalac dolazi ka prijemniku, ovaj ga prati na putovanju, što svakako može da ima uticaja i na programe. Ali tranzistorizovani uređaji nisu samo portabl već i stacionirani.

U uvodnom delu autor piše o analizi TV slike, o standardima, blok šemi televizora, o tranzistorima, o njihovim osnovnim osobinama i analogiji sa

elektronskim cevima, kao i o tranzistoru u kolima impulsnih pojačivača. Dalje se govori o tranzistorskim crno-belim televizorima. Tranzistorski televizori u boji. CCIR propisi za televizijski signal pri čemu se detaljnije izlaže o video karakteristikama, sinhronizacioni i impulsi gašenja, video signal, jednačine kolornog signala, radio-frekventne karakteristike i kolor bar signal. Električne šeme fabričkih televizora date su za desetak vrsta televizora.

Knjiga je ilustrovana fotografijama i brojnim crtežima i šemama.
Strana 172, format 14x20. Izdavač:
„Tehnička knjiga”, Beograd, 1975.

Veljko Razić

OPRAVKA TELEVIZIJSKIH PRIJEMNIKA VIII izdanje

TV prijemnik je veoma složen uređaj te se na njemu javljaju vrlo komplikovani kvarovi. Njihovo otklanjanje može da izvrši samo osoba koja poznaje osnovne principe rada pojedinih stepena TV prijemnika i namene elemenata koji sačinjavaju uređaj. Da bi se proširilo stručno iskustvo i poboljšala praksa opravljavanja ovih uređaja autor je nastojao da na pristupačan način izloži potrebna znanja i ukaže kako se stiču praktične veštine. Zato je knjiga i namenjena onima koji nameravaju da se bave održavanjem ovih uređaja a imaju izvesna iskustva i znanja iz radio-tehnike.

Knjiga je podeljena na dva osnovna dela: prikaz specijalnih instrumenata neophodnih za stručnu opravku TV prijemnika i uvod čitaoca u ispitivanje prijemnika, lokalizaciju greške i njeno otklanjanje. Prvenstveno su obrađeni kvarovi koji se mogu otkloniti bez radioničnih uređaja.

Tako autor, pored prikazivanja neophodnih instrumenata, daje *funkcionalni opis TV prijemnika* s pojedinačnim osvrtom na blok-šemu prijemnika, birač kanala, međufrekventno pojačalo, video-detektor i pojačalo, automatsku regulaciju pojačanja, tonski deo, stepen za izdvajanje horizontalnih sinhronizacionih impulsa, vertikalni oscilator i vertikalni izlazni stepen, kao i mrežni deo TV prijemnika. Govoreći o izgledu TV prijemnika i rasporedu delova, posebno se u 4. glavi govori o kvarovima i njihovom otklanjanju. Kako se pristupa neispravnom prijemniku? Ispitivanje i merenje, sistematsko traženje greške i lokalizacija kvara i to kad prijemnik uopšte ne radi, zatim kad nema ni slike ni tona, ili kad se na ekranu jedino javlja raster, posebno kada je slika dobra a ton loš ili ga uopšte nema, kao i obrnuto. Koji su kvarovi na biraču kanala? Kvarovi slikovnog dela prijemnika. Kvarovi u tonskom delu. Kvarovi pri izdvajanju sinhronizacionih impulsa i dr. Mogući kvarovi u TV cevi i njenim delovima, u generatoru visokog napona, kao i kvarovi u mrežnom delu.

Lokalizacija kvara pomoću slike na ekranu je detaljno obrađena. Posebno je izloženo podešavanje TV prijemnika sa svim mogućim detaljima i varijantama. Na kraju, u glavi 7. govori se o *TV antenama*.
Strana 22, format 14x20. Izdavač:
„Tehnička knjiga”, Beograd, 1974.

BIBLIOGRAFIJA

1. *Television and Growing up: The Impact of Television Violence*. Rockville Md. U.S.Department of Health, Education, and Welfare, 1971. ix + 169 strana, 2.25 dolara
2. G.A. Comstock and E.A.Rubinstein (Eds.) *Television and Social Behavior*, Vol. I: *Media Content and Control*.

- Rockville, Md. U.S. Dept. of HEW, 1971, 546 strana, 2.00 dolara
3. J.P.Murray, E.A.Rubinstein, and G.A. Comstock (Eds.) *Television and Social Behavior*, Vol. II: *Television and Social Learning*.
4. G.A.Comstock and E.A.Rubinstein (Eds.) *Television and Social Behavior*, Vol.III: *Television and Adolescent Agressiveness*. Rockville, Md. U.S. Dept. of HEW, 1971, 435 strana, 1.75 dolara
5. E.A. Rubinstein, G.A. Comstock, and J.P.Murray (Eds.) *Television and Social Behavior*, Vol. IV: *Television in Day-to-Day Life: Patterns of Use*. Rockville, Md. U.S. Dept. of HEW, 1971. Pp. vi + 603 strane 2.25 dolara
6. G.A.Comstock. E.A.Rubinstein and J.P.Murray (Eds.) *Television and Social Behavior*, Vol. V: *Television's Effects: Further Explorations*. Rockville, Md.: U.S. Dept. of HEW, 1971. Pp. 375 strana, 1.50 dolar
7. Neville Moray
Listening and Attention, Baltimore. Md.: Penguin Books, 1969, 107 strana, 1.75 dolar
8. *International Communication*
L.S.Harms. New York, Harper and Row, 1973. 176 strana, 4 dolara.
9. *Communication. Language and Meaning: Psychological Perspectives* edited by Georges A.Miller. New York: Basic Books, 1973. 304 strane, 8.95 dolara.
10. *Broadcasting in Africa: A Continental Survey of Radio and Television* - edited by Sydney W.Head. Philadelphia: Temple University Press, 1974, 45 strane, 20 dolara
11. *Sociology of Mass Communications* - edited by Denis McQuail Middlesex; England, Penguin, 1972. U.S. edition published 1974, 477 strana
12. *Sociologie de l'information*
Balle (Francis) et Padioleau (Jean)
- Textes fondamentaux, Paris, Larousse, 1972, 380 strana
13. *Sociologie des intérêts. Analyse de constellations culturelles*, Bruxelles, Editions Vie Ouvrière, 1974. 251 strana, 48.80 franaka
14. Jean Baptiste Marcelesi, Bernad Gardin - *Introduction à la sociolinguistique, La linguistique sociale*. Paris, Larousse, 1974, 264 strane
15. Armand Mattelart
Mass media, idéologies et mouvement révolutionnaire. Chaili 1970-1973. Paris, Editions Antropos, 1974, 272 strane, 35 franaka.
16. *Quelle crise? Quelle société?*
Predgovor Roland Barthes, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1974, 186 strana, 17 F. (Dijalog emitovan na France Culture, 1)
17. Boadbent. D.E., New York, Peganom 1958 - *Perception and Communication*
18. Cazeneuve, Jean - *Guide alphabétique des mass media*
Paris, Daniel (Gothier, 1974)
19. Cazeneuve, Jean - *La société de l'ubiquité*, Paris, Daniel (Gothier, 1972)
20. Roper, B.W. *Trends in public attitudes toward television and other mass media, 1959-1974*; a report by The Roper Organization, Inc. New York. Television Information Office, 1975, 26 pp.
21. Frank, R.S., *Message dimensions of television news*. London etc. Heath, 1973, xvii, 121 pp.
22. *Broadcasting in Asia; an annotated bibliography*. Singapore, Amic. 1974. 90 pp. Communication bibliographies, No. 2.
23. *Informazione radio-TV; studi, documenti e notizie*; aprile 1975-38. Roma, Rai, 1975. 120 strana. Spec. nr.: "Televisione e partecipazione" - II.

24. *Social Communication in European periodicals*. Brussels, Belgian information and documentation institute, 1973, 74 strane

25. Gauthier, G., *L'actualité, le journal et l'éducation. Comment le journal nous enseigne l'histoire*. Paris, Tema-Ed, 1974, 164 pp. Ill. Coll. „Tema-communication”.

26. Dubois-Dumée, J.P. *Cable television in France. A new medium. Structures and projects*. Strasbourg, 1973, 33 pp.

27. Montaldo, J. Dossier ORTF, 1944-1974. *Tous coupables*. (Dossier on the French broadcasting organization. *All are culpable*). Paris, Albin Michel 1974. 305 pp.

28. Pigeat, H., *Saint écran. Un âge nouveau. La télévision par câble*. Paris, Solar Editeur, 1974, 219 strana Ill.

29. Schaeffer, P., *Machines a communiquer*. II vols. Paris, Editions du Seuil, 1970, 72 strana

M.K.B.



Sl. 24 - Naslov iz "Telegrama", 1962. g.

JOURNAL OF BROADCASTING

Zima 1976.

TELEVIZIJA I SOCIJALIZACIJA OMLADINE

U najnovijem broju časopisa koji izdaje Nacionalno udruženje RTV programa Sjedinjenih Američkih Država smatra se da je uloga televizije u razvitku psihologije, obrazovanju i ponašanju mladih suviše značajna oblast da bi bila samo parcijalno posmatrana, bez uvida u sve aspekte koje jedno ovako složeno područje programa i auditorijuma zahteva.

Autori istraživanja *Televizijski program za decu, viđen očima eksperata* Džems Kali (James Culley), Viljem Lejzer (William Lazer) i Čarls Etkin (Charles Atkin), objavili su, posle višegodišnjeg rada, rezultate svoje ankete.

Polazeći od podataka do kojih su u ranijim istraživanjima došli, da prosečni gledalac pre no što završi srednju školu primi 350.000 reklamnih poruka, ili da je od jednog časa programa koji gleda 16% rezervisano za ekonomsku propagandu, istraživači su došli do zaključka da je gledalac još od najranijeg detinjstva podvrgnut komercijalnom pritisku koji je u suprotnosti sa pedagoškim i umetničkim vrednostima, i koji, samim tim, ne može imati ni povoljan uticaj na psihički razvoj mladih.

Iako je reklamni TV program posebno razvijen u Sjedinjenim Američkim Državama, pa je zato pobudio i interesovanje autora istraživanja, zna se da zbog intenzivne muzike, brzine slike i česte primene animiranog filma, reklamu prati najveći broj gledalaca, i

to mlade publike svakog TV auditorijuma. (Do takvih iskustava došla je u jednom našem istraživanju i dr Smiljka Vasić.)

Jedna od polaznih tačaka ovog istraživanja bila su zapažanja dečjih psihologa da su pojedini dečji programi, među kojima i reklame, prva vremenska orijentacija deteta. Još dok ne zna da pročita mesto kazaljke na satu, dete će se ponašati prema TV špici. Ona će ga podsetiti da je vreme za obed, ili vreme kada se odlazi na spavanje. Televizijske emisije - pre bilo kog medija, štampe, radija ili filma - uključuju decu među konzumente masovnih komunikacija. Prvenstveno slikom, a zatim zvukom i bojom, TV program je prijemčiviji od bilo kog sredstva masovnih komunikacija za predškolski uzrast. Dete se gledajući TV, prvi put osamostaljuje i bez pomoći odraslih stiče prve kulturne, ekonomske i druge poruke iz spoljnog sveta.

Međutim, ovde i nastaje problem, jer je pitanje da li su poruke koje prima, naročito kada su u pitanju reklame, pravi sazajni put dečje psihe ili je to lak način da se kod najmladih stvori želja da im se kupi i ono što im, u stvari, nije potrebno.

Autori istraživanja smatrali su da istovremeno treba ispitati i program i auditorijum. Tako je sastavljen upitnik od dvadeset i devet pitanja na koji je odgovorilo šest grupa gldalaca iz raznih slojeva, profesija i funkcija (političkih), na osnovu čijih odgovora je stvoren predlog ko i kako treba da utiče na razvoj dečjeg programa.

Značajan sloj gledalaca, učesnika u anketi predstavlja Federalna komisija za ispitivanje dečjeg programa u Bostonu. Drugu grupu sačinjavaju članovi Udruženja reklamnih agencija, Ispitani su i proizvođači industrijskih artikala namenjenih deci (u fabrikama igračaka, bonbona, dečje hrane...). Upitnik je upućen i četrdeset devetorici poslanika i na kraju grupi studenata.

Pretpostavka istraživanja bila je da bi trebalo ograničiti emitovanje komercijalnih reklama u okviru dečjeg programa; konstatovati čija je dužnost regulisanje ovih problema; sagledati pozitivan i negativan uticaj na razvoj dece putem programa koji se emituje.

Odgovori su bili uslovljeni profesionalnom angažovanošću ispitanika, njihovim obrazovanjem, a pre svega interesima koje zastupaju. Osnovno pitanje - *da li se televizijski program, namenjen deci, mora u svom sadržaju izmeniti* - podelilo je ispitanike na dve grupe. Svi učesnici u anketi, članovi Federalne komisije, odgovorili su da ga treba izmeniti. Sa njima se složilo i 90% poslanika, zatim više od 65% ispitanih studenata. Sadašnjim programom, međutim, zadovoljno je 66% proizvođača i 85% zaposlenih u reklamnoj službi, što se moglo i pretpostaviti.

Više od sedamdeset odsto članova komisije, studenata i poslanika složilo se da je glavni cilj reklamnog programa prodaja, bez uvida u druge efekte koji se kod dece stvaraju.

Opšti je zaključak da roditelji ne uspevaju da ograniče gledanje TV programa na određene emisije, pa se stoga smatra da bi program morao da bude pod kontrolom sociologa, psihologa i pedagoga. Krajnji cilj istraživanja bio je da se dokaže neophodnost dijaloga svih aktera u stvaranju programa i njegovih efekata na najmlađi auditorijum.

U okviru rezultata istraživanja u časopisu je objavljena i tabela iz koje se može precizno sagledati stav

pojedinih grupa ispitanika. Uz tekst je data i bogata bibliografija svih istraživanja i objavljenih rezultata koji su prethodili ovoj anketi, tako da se na osnovu iskustva autora i bibliografskih podataka može dobiti značajna informacija za svakog zainteresovanog za oblast: uticaj TV programa na najmlađu publiku.

Ana Šomlo

„RADIO-TELEVISION OIRT”, br. 5, 1975.

O godini čehoslovačke muzike na televiziji i radiju, odnosno o specijalnim muzičkim programima tokom 1974. pišu Zdenek Vokurka, šef dramaturgije muzičke TV redakcije čehoslovačke televizije u Pragu i Antonin Dvorak, glavni urednik muzičke redakcije čehoslovačkog radija u Pragu.

Ovaj značajan kulturni i politički događaj, koji sa stanovišta svog značaja prevazilazi granice Čehoslovačke, pružio je emisijama radija i televizije mogućnost da pokažu kulturno nasleđe prošlosti i da se prikaže situacija muzičkog stvaralaštva sadašnjosti i čehoslovačka interpretativna umetnost. Ova manifestacija je, s druge strane, pokazala mogućnost i perspektive širenja muzike u Čehoslovačkoj, posebno putem malog ekrana i radio-talasa.

Pod naslovom *Neobičan festival* Gunter Pilz, urednik TV dramskih serija i Gizela Arlt, glavni i odgovorni urednik TV filmova u televiziji Demokratske Republike Nemačke pišu o poreklu i istoriji festivala sovjetskih kinematografskih i televizijskih filmova. Oni izveštavaju o razvoju i rezultatima njegovog trogodišnjeg postojanja. Za vreme svog kratkog

trajanja ova manifestacija stekla je znatan ugled među hiljadama gledalaca u Demokratskoj Republici Nemačkoj.

PROFESIONALNO USAVRŠAVANJE ZA RAD NA RADIJU

Marton Vajda, glavni i odgovorni urednik kulturne redakcije mađarskog radija

Kao dopunu talentu, prirodnim sposobnostima i političkom, ekonomskom i kulturnom znanju koju većina saradnika mađarskog radija poseduje, profesionalno usavršavanje smatra se kao postškolska nastava, utoliko pre što najveći deo novozaposlenih već ima univerzitetske diplome. Godine 1970. Mađarski radio osnovao je ovu ustanovu nazvavši je „Youth Work Studio”. Za vreme pohađanja nastave članovi studija detaljno se upoznaju sa svim tajnama radio-zanata i, kada diplomiraju, mogu da uđu u radni proces kao kvalifikovani eksperti. Autor čitaoca upoznaje sa iskustvima ovakvog pripremanja programskih radnika.

Mira Kun-Bročić

„RADIO-TELEVISION”

br. 6, 1975.

OBRAZOVANJE RADIO I TV NOVINARA U SSSR-u

Autor članka, E.G. Baguirov, šef katedre za televiziju i radio na moskovskom fakultetu za novinarstvo, piše o organizaciji obrazovanja radio i TV novinara na moskovskom i lenjingradskom Univerzitetu. Prvi pokušaji obrazovanja kadrova

specifičnog radio i TV novinarstva počeli su još 1958. godine, a sada se nalaze u novoj fazi. Plan obrazovanja obuhvata tri grupe disciplina:

1. društveno-ekonomske nauke,
2. istorijske i filološke nauke i
3. profesionalne discipline.

JOHAN SEBASTIJAN BAH I NJEGOVO DELO NA RADIJU DEMOKRATSKE REPUBLIKE NEMAČKE

„Muzika Johana Sebastijana Baha predstavlja vrhunac svetske muzičke kulture” napisao je nedavno preminuli sovjetski kompozitor Dmitri Šostakovič za vreme svoje posete Nemačkoj Demokratskoj Republici, 1972. godine. Herman Borner, poznavalac dela Baha i urednik na radiju NDR-a, u svom članku daje obaveštenja o programu povodom 225. godišnjice Bahove smrti i o kulturnom nasleđu uvek živog kompozitora.

NOVE FORME POPULARISANJA KNJIŽEVNOSTI NA MAĐARSKOM RADIJU

Sándor Botlik, urednik glavne književne redakcije mađarskog radija.

Autor upoznaje čitaoca sa raznim vrstama književnog i obrazovnog programa mađarskog radija koji ima za cilj estetsko obrazovanje slušalaca i popularisanje dela od književne vrednosti. Aktivno učešće slušalaca u pripremi ovih programa upadljivo se manifestuje u ciklusima konkursa recitacije koji se direktno emituju (Attila József) ili u razgovorima sa poznatim književnicima snimljenim u klubovima kulture velikih preduzeća ili poljoprivrednih kooperacija.

RAZVOJ SERVISNIH PROGRAMA ZA SLUŠAOCE FINSKOG RADIJA

Heiki Peltonen, šef planiranja finskog radija

Pod nazivom „servis za slušaoce radija” radio daje savete od značaja za svakodnevni život iz oblasti socijalne zaštite, zdravlja, prava na zapošljenje kao i informacije iz oblasti saobraćaja.

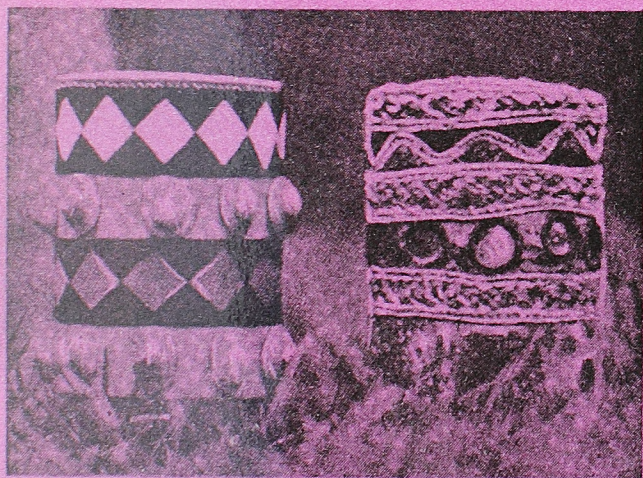
Autor piše o razvoju ove specijalne službe koja uživa veliku popularnost među slušaocima.

M.K.-B.

RTV-TEORIJA I PRAKSA izlazi 4 puta godišnje. Cena primjerka 12.00 din. Godišnja pretplata 50.00 din. Upisuje se na ŽIRO RAČUN 60808-603-8745. Redna zajednica Zajednički poslavl RTB - za časopis RTV-TEORIJA I PRAKSA

Časopis prodaju NIP „MLADOST” Beograd, M. Tita 2. Prodajuće se razne vrste štampa, izdavačke preduzeće „NOVI” i POVERENICI ČASOPISA u pojedinih radnim organizacijama i odgovarajućim ustanovama

Adresa Redakcije: UL. Kraljeva
Vršina 88
Telefon: 556-1971 i 550-284



Radio-prijemnik dekorisan komadima raznobojnog materijala i školjkama. Izrađeno u Indoneziji. (Vlasnik: UNESCO).



Izdaje
Radio-televizija
Beograd
Takovska 10