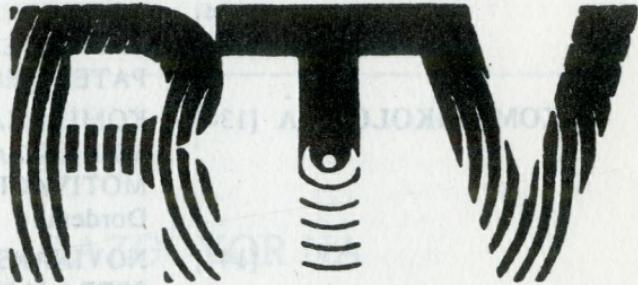




TEORIJA I PRAKSA
54 [’89]

Izdavački savet	NEDA BEBLER-TOMIĆ BRANISLAV DADIĆ, predsednik FAIK DIZDAREVIĆ SANJA GRUJIĆ-VLAJNIĆ VESELIN ILIĆ ARSENije JOVANOViĆ LJUBOMIR KOĆiĆ MILUTin KOJOViĆ SAVO KRŽAVAC DORDE MALAVRAZiĆ MIROSLAV NIKOLiĆ NEVENKA PERKOViĆ STEVAN PETER PRVOSLAV S. PLAVŠiĆ NOVAK POPOViĆ DŽEVAD SABLJAKOViĆ EMiN ZULFIKARPAŠiĆ RADOMiR ŽIVOTiĆ
Glavni i odgovorni urednik	PRVOSLAV S. PLAVŠiĆ
Urednik	ANA ŠOMLO
Sekretar	RUŽICA VARDA
Redakcioni odbor	STANKO CRNOBRNJA PETRiT DUŠI MIROLJUB JEVTOViĆ MIRA KUN SLAVKO NASTiĆ MUHAMED NUHiĆ BOŠKO TOMAŠEViĆ
Uredništvo	SRĐAN BARIĆ TOMiSLAV GAVRIĆ RADOslAV LAZiĆ MARIO PLENKOViĆ DORDiJE POPOViĆ MIROLJUB RADOJKOViĆ ALEKSANDAR SPASiĆ ALEKSANDAR TODOROViĆ MIHAiLO TOŠiĆ
Za izdavača	PRVOSLAV S. PLAVŠiĆ direktor Centra RTB za istraživanje programa i auditorijuma
Likovno-grafička oprema	BOGDAN KRŠiĆ
Lektor i korektor	KOSANA TANASKOViĆ
Tehnički urednik	OLIVERA KOSiĆ
Fotografije	LJUBINKO KOŽUL/sa snimanja TV filma „Kosovski boj“
Štampa	GRAFiČKI CENTAR RADIO-TELEVIZIJE BEOGRAD Kneza Miloša 7a



TEORIJA I PRAKSA

54 ['89]

Izdaje Radio-televizija Beograd

YU ISSN 0351-6008

RADIO [5]

RAZVOJ RADIJA - RAZGOVOR
NA OHRIDU '89/priredio M. Tošić

[35]

GLEDANJE U KRISTALNU
KUGLU: RADIO U NOVOJ
MEDIJSKOJ ERI/Karol Jakubović

[60]

O DELU
„LINGUA/PHONIA/PATRIA“/
Ivana Stefanović

[67]

DRUGI FESTIVAL
DOKUMENTARNE
RADIOFONIJE (FEDOR) U
BEOGRADU/Raško V. Jovanović

[82]

ZNAČAJ ORGANIZATORA NA
RADIJU/Branko Bjelajac

TELEVIZIJA [91]

NAŠA TELEVIZIJA NA PRAGU
DEVEDESETIH/Branka Otašević

[104]

TELEVIZIJSKI
INTERVJU/Dobroslav Silobrčić

[117]

BRAZILSKA TV NOVELA NA
JUGOSLOVENSKOJ
TELEVIZIJI/Daniela Obradović

- [124] TELEVIZIJSKI DNEVNIK U ZAMCI DEZINFORMACIJE I PATETIKE/Blagoje Danilović
- KOMUNIKOLOGIJA [134]
- [144] KOMUNIKACIJA - MEHANIZAM OBLIKOVANJA MOTIVACIJA ZA RAD/Toma Đorđević
- NOVINARSTVO I JAVNA SFERA U NOVOM MEDIJSKOM DOBU/Vanda Krajinović
- TEHNOLOGIJA [150]
- PRENOS SIGNALA RADIO-DIFUZNIH PROGRAMA U ŠIROKOPOJASNIM KOMUNIKACIONIM MREŽAMA SA INTEGRISANIM SERVISIMA/Milutin Kojović
- [160] MAC/PAKET ZA DBS SERVIS/Borislav Šesterikov
- ISTRAŽIVANJA [171]
- MUZIČKI VIDEO-SPOT U PROGRAMU TELEVIZIJE/Sofija Košničar
- RTV ESTETIKA [193]
- ESTETIKA RADIO-DRAMATURGIJE I REŽIJE/Radoslav Lazić
- RTV VРЕМЕПЛОВ [208]
- „LIPTONOV ČAJ"/Priredila Ružica Varda
- PRIKAZI [233]
- O TELEVIZIJI - TELEVIZIČNO/Mario Plenković
- [237] MILAN TOPOLOVAČKI, „ПРЕД СЛИКОМ ВРЕМЕНА"/Radomir Životić

RAZVOJ RADIJA - RAZGOVOR NA OHRIDU '89

TEZE I PITANJA ZA RASPRAVU

Razgovor za Okruglim stolom o razvoju radija trebalo bi da ponudi odgovore na pitanja u kojih meri je ono što se u radio-programima dogada danas i ono što predvidamo za sutra u skladu sa potrebama društvenog razvijanja i našim mogućnostima, potrebama i željama slušateljstva, teorijskim projekcijama komunikologa i naučnim rezultatima, kako onim u domenu društvenih nauka tako i onim u oblasti tehnike. Rasprava bi morala predstavljati svojevrstan doprinos predstojećem projektovanju razvoja JRT, odnosno konkretnom projektovanju razvoja programskog spektra radija.

1. Kriza ili renesansa radija? *U okviru ovog pitanja trebalo bi svestrano razmotriti odnos između materijalne razvijenosti društva i povezanosti sa bogatstvom društvenog života i mestom i uticajem radija. Da li je renesansa odnosno sve veći uticaj radija u Jugoslaviji posledica sve većeg siromaštva u našem društvu?*

2. Koje je mesto radija u socijalističkoj strukturi našeg društva odnosno ko je stvaralac a ko primalac poruka (informativnih, kulturnih, zabavnih, propagandnih i ostalih)?

Da li je radio medij zajednica (teritorijalnih, interesnih) ili je medij nosilaca državne ili političke moći? Transmisijski ili dijaloški radio?

3. Komercijalizacija je jedan od razvojnih pravaca radija. Kakve su pozitivne i negativne posledice ovakve tendencije za stvaraoce (profil novinara, voditelja) i primalaca radijskih poruka? Da li komercijalizacija vodi u stereotipnost i duhovnu jednostranost?

4. Razvoj radijskih programa između specijalizacije, decentralizacije i globalizacije. U kojoj meri programi za opšteg slušaoca (obično prvi programi radio-stanica) zadovoljavaju potrebe i interes različitih kategorija slušalaca i kakva je njihova perspektiva? Iskustva i perspektive programa koji su usmereni ka posebnim kategorijama slušalaca. Koje su te kategorije?

Razvoj radijskih programa traži i različite profile novinara i različite oblike radijskih poruka. Kakva su iskustva?

5. U sadašnjem trenutku u prvom planu je informativno-politička funkcija radija. Da li zanemarivanje ostalih funkcija radija i neshvatanje radija kao celovitog kulturnog fenomena može negativno uticati na njegov razvoj kao medija i na njegov položaj kao kulturne institucije u društvu u širem značenju te reći?

6. Nacionalni, transnacionalni ili internacionalni radio. Društvene, političke i tehničke dimenzije.

7. Radio kao najznačajniji medij umetnosti zvuka. Koji su novi oblici ove umetnosti i u kojoj meri se zadržavaju tradicionalne forme? Kakva su iskustva jugoslovenskih radio-stanica?

8. Tehničke prepostavke, mogućnosti i prepreke razvitka radija:

- Kompjuterizacija i promene u proizvodnji radijskih programa

- Digitalizacija produkcije, reprodukcije i prenosa radijskih signala

- Perspektive satelitskog radija

- Sistemi za dodatni prenos podataka putem radija (sistem RDS)

-
- Cenovna dostupnost savremene tehnologije kao uslov raširenosti, uticaja i razvoja radija
 - Radio izmedu tehnološkog perfekcionizama i sadržajnosti poruka.

Igor Savić, Radio-Ljubljana

RASPRAVA

NAĐA PAŠIĆ (Radio-Sarajevo): Pitanja razvoja i budućnosti medija su pitanja kojima se najmanje bave radio-stvaraoci - mi koji svakodnevno uredujemo i proizvodimo naše programe. Mislim, međutim, da pored ljudi kojima je to profesionalna preokupacija, pitanjima razvoja znatno intenzivnije morali bi da se bave, naravno svako na svoj način, svi oni koji pripadaju mnogobrojnoj armiji radio-stvaralaca u Jugoslaviji. Tim pre što vreme u kojem živimo, izmedu ostalog, karakteriše i vrlo oštra konkurenca izmedu masovnih medija. Tu su televizija, štampa, preko dve stotine radio-stanica u zemlji i mogućnost slušaoca da u svakom delu Jugoslavije prati ili bira po nekoliko programa. Činjenica je da smo u prilici da pratimo satelitske radio-programe i da smo nadonik mogućnosti da se uskoro i sami u njih uključimo. To to zahteva, ako hoćemo da ostanemo u igri - a to znači da sačuvamo i jačamo mesto i ulogu u društvenim kretanjima i poziciju u informativnom i kulturnom prostoru - da pažljivije slušamo zahtevce vremena, da pratimo potrebe slušateljstva, da sledimo civilizacijske domete i svetska iskustva i da se tako brže krećemo napred. Činjenica je takođe da na naš razvoj u dobroj meri utiče faktor tehničkog, odnosno tehnološkog.

Tehničko-tehnološke inovacije u svetu u ovoj našoj oblasti nastaju neverovatno brzo i mi ih moramo sasvim pažljivo pratiti da bismo se mogli odrediti prema njima. To su razlozi zbog kojih smo se opredelili da danas raspravljamo na ovu temu, odnosno makar o nekim od pitanja koja joj pripadaju. Rasprava koju ćemo voditi trebalo bi da predstavlja naš doprinos jednom od najznačajnijih projekata koji uskoro treba da se rade, a odnose se na razvoj JRT do 2000. godine. To je projekt koji se zove Razvoj programskog spektra.

IGOR SAVIĆ: Radio je u krizi. To je teza koju, po mom mišljenju, treba prihvatići ali pod uslovom da razumemo reč, pojma „kriza“ u jednom od originalnih značenja. Kriza znači prelomni trenutak, odnosno vreme, trenutak odluke. Radio se, dakle, nalazi u periodu ponovnog promišljanja samog sebe kao medija i društvene institucije, u periodu redefinisanja svog društvenog položaja, funkcije, mogućnosti uticaja i tako dalje. To je nesumnjivo svetski trend na šta ukazuje sve veće interesovanje stručne ali i laičke javnosti za radio. To pokazuju i podaci o stalnom porastu broja radio-stanica, sati emitovanja i, recimo „otvaranja“ radijskog prostora u do sada uslovno rečeno konzervativnim sredinama (npr. Engleska i Austrija sada dosta otvaraju medijski prostor). Postavlja se, dakle, pitanje smera, kvaliteta izlaza iz ovog prelaznog ili prelomnog perioda, ili drugim rečima pitanje smera razvoja radija. Da bismo mogli odgovoriti na to pitanje (neki procesi već sami po sebi nude mogućnost odgovora) treba, po mom mišljenju, najpre odgovoriti ili promisliti razloge, uslove sadašnje krize radija. Dozvolite nekoliko napomena o tehničko-tehnološkoj strani tog procesa, o tehničkim uslovima ponovnog promišljanja funkcije radija. Taj uslov je sigurno pojava novih tehnologija koje omogućavaju veliko povećanje opšte upotrebljivosti radija. Pre svega tu mislim na digitalizaciju i kompjuterizaciju produkcije, reprodukcije i prenosa radio-signalata i produkcije i prenosa informacija u najširem smislu reči. Sa time je, dakako, povezana mogućnost satelitskog radija, a na drugoj strani mogućnost prenosa dodatnih informacija uz osnovni prenos zvuka. Povećavaju se na jednoj strani kvalitet produkcije i reprodukcije (na novinarskoj strani to bi značilo i brzine, celovitosti informacija) a na drugoj strani opšta upotrebljivost. Na radijskom tehnološkom području se, dakle, posle dugog perioda stagnacije i silovitog razvoja drugih, pre svega vizuelnih medija, ipak nešto desilo. Jer, poslednje velike promene u stvari bile su uvodenje UKV signala, stereofonizacija, tranzistorizacija. Mislim da treba relativizovati optimizam koji bi možda zračio iz naznačenih saznanja o tehnološkim mogućnostima. Posebno se postavlja pitanje

šta to znači za zemlje koje, kao Jugoslavija, zaostaju u razvoju. Moram reći da sam na neki način pesimista što se tog razvoja tiče, ali u isto vreme da zbog toga, znači zbog našeg zaostajanja, radio ipak neće izgubiti svoju ulogu, možda čak i suprotno. Za našu zemlju sasvim je realna mogućnost negativnog razvoja, razvoja u kojem će radio preuzimati ili opet preuzeti neke društvene funkcije koje inače u razvijenim društvima pripadaju drugim specijalizovanim institucijama. U siromašnjem društvu, znači, može doći do povećanja uticaja radija. Dobro se to vidi, recimo, u trećem svetu. Radio se, po mom mišljenju, na samom početku počeo razvijati kao medij, kao komunikator, kao veza zajednica, pre svega teritorijalnih ali i interesnih zajednica. Iz te prve faze, recimo pionirskog perioda, radio je prešao u drugu fazu razvoja, u fazu kad se pretvarao u medij države, države u političkom smislu. Država je, naime, počela upotrebljavati radio kao medij za slanje poruka državljanima ili šire kao medij za usmeravanje i kontrolisanje. Dakako, u to spada i funkcija zabave, vaspitanja, ali osnovna funkcija je bila funkcija radija kao državnog. Država je bila spremna da investira dosta velika sredstva u njegov tehnološki razvoj. Nije stoga slučajno da je tehnički razvoj radija u mnogo čemu proisticao iz razvoja vojne tehnologije (recimo, uvođenje UKV, tranzistorizacija itd.).

Sledeći period u razvoju radija nastaje onda kada je država ili šire, kada su nosioci političke i finansijske moći sve više spoznavali da je moguće državljane usmeravati i kontrolisati mnogo bolje i efektnije preko jednog novog vizuelnog medija - televizije. Dakle, ako je ta prva faza pionirska, druga recimo kontrolisana ili državna - treća faza može biti srećni period radija. Jer u tom periodu opada državna kontrola, državno tutorstvo nad radiom, ili uže političko tutorstvo - to se poklapa na drugoj strani u socijalnoj sferi sa socijalnom i političkom diversifikacijom država. Sve to je rezultiralo ili rezutira (jer ponegde taj proces još teče) u nekakav bum radija, renesansu. Taj bum se pokazuje ili se pokazivao, pre svega, u vidu razvoja tzv. lokalnog radija, radija koji se formalno rastavio od centara državne političke vlasti ili moći i koji se teritorijalno strukturisao. Ali, strukturalno

posmatrano, radio se u stvari vratio svojim izvorima ponovo preuzimajući i šireći svoju ulogu medija zajednice. Zato mislim da budi lokalnog radija treba posmatrati dublje baš u smislu oživljavanja radija zajednice (amer. community radio). A te zajednice, jasno, mogu biti teritorijalne, recimo susedske, lokalne, regionalne, nacionalne, državne, a verovatno i internacionalne. Zajednice mogu biti i interesne ili zajednice potreba, znači radio socijalnih grupa ili radio političkih grupa ili zajednica, religioznih, rasnih, grupa koje se opredeljuju po određenim interesima, recimo šoferi, domaćice i tako dalje. Mislim da smo mi baš na tom prelonu. Zato ja perspektivu razvoja, napretka radija vidim u reflektovanju radija u diversifikovanom i kompleksnom civilnom društvu. Ako je televizija medij države, znači medij centra političke i ekonomiske moći, perspektiva radija je da bude medij društva, znači medij različitih zajednica ljudi koje postoji u društvu, nezavisno od političke sfere ili u određenim odnosima sa tom političkom sferom, sa državnom sferom. Veoma je značajna politička dimenzija tog procesa, zato dozvolite napomenu o tome.

Socijalno-politički osnov tih procesa u trećem, „srećnom periodu“ (sa upitnikom, recimo) je zahtev za samoupravljanjem. Taj zahtev je sigurno svetski trend, bez obzira na to kako se ponegde zove: participacija, autonomnost, nezavisnost ili bilo koji drugi pojam. Osnova toga je da ljudi nisu više spremni da budu pasivni primaoci, realizatori ideja drugih - nego hoće aktivno da sudeluju i sukcreiraju vlastiti život. U tom smislu radio u trećem periodu potencijalno-politički postaje subverzivan za centralističke i hijerarhijske društvene sisteme. Na jednoj strani postaje medij relativno autonomnih zajednica, interesnih i teritorijalnih koje se osamostaljuju od centralne političke vlasti, a na drugoj, radio sa svojom mogućnošću podsticanja društvene komunikacije u tim zajednicama postaje i sukreator autonomije tih zajednica. Na jednoj strani omogućava protok relevantnih informacija u zajednicama, na drugoj podstiče određen vrednosni sistem a na trećoj, bar se time omogućava i kreiranje, oblikovanje samosvesti tih zajednica.

Praktični vidovi svih tih procesa se pokazuju, na jednoj strani u decentralizaciji radijskih stanica, programa - a na drugoj u specijalizaciji radijskih programa koji postaju u celini ili u svojim segmentima programi zajednica, odnosno programi namenjeni cilnjim publikama. I razvoj, napredovanje radija, vidim baš u tom smeru. Ali, uz već pomenutu opasnost da se radio vratи u period služenja centrima političke moći i vlasti uopšte, vidim još neke opasnosti. Jedna od njih se krije u komercijalizaciji koja je sada jedan od trendova razvoja radija (mislim da je i koristan) u smislu da komercijalizacija deluje u strukturi odnosa koji opredeljuju radio slično kao ranije država. Treba samo pojam političke moći zameniti pojmom ekonomske moći i tu je posebna opasnost prikrivanje komercijalizacije sa interesima zajednica. Recimo, ako dopuštamo da se pod plaštom nacionalne ili lokalne stanice ili radija razvija komercijalna radio-stanica. Jer, baš ta komercijalizacija onemogućava stvaranje veza u jednoj zajednici, stvaranje komunikacija, jer pretvara članove te zajednice u pasivne primaocve poruka, znači utiče, ne na strukturalizaciju, već na automizaciju javnosti. Kakva je u tome sudbina nacionalnog radija ili nacionalnih programa? Mislim da je njihova perspektiva (ili njihov razvoj) saobrazna meri u kojoj postoji nacija, narod kao zajednica. U toj meri taj narod, narod kao zajednica treba da ima i svoj radio kao informativno sredstvo, kao medijsku vezu, mogućnost komunikacija unutar nacije. Nacionalni radio će prenositi informaciju o svim dimenzijama života zajednice koje utiču i na sukreiranje tih dimenzija. Nacionalni radio jasno vrši i neke državne funkcije. U tom smislu ukoliko je država funkcija te zajednice, mislim da je perspektiva da se ovaj odnos promeni kao što sam već pokušavao da ukažem. Tu vidim i perspektivu internacionalizacije. Znači internacionalni radio je perspektiva ukoliko postoji internacionalna zajednica, sa zajedničkim interesima, problemima, sa zajedničkim pitanjima koja tu zajednicu povezuju. Ne verujem u budućnost nadnacionalnog radija ili transnacionalnog radija, već u mogućnost i perspektivu internacionalnog radija.

Šta znači sve to za novinara i novinarstvo? Mislim da i na tom području ulazimo u nov period, period

profesionalizacije, stvaranja autonomnosti profesionalnih, stručnih, moralnih, etičkih pravila i kriterija koji određuju način rada, produkcije novinarstva ili novinarskih poruka za razliku od ranijeg perioda kada su osnovna pravila i kriteriji novinarstva bili nametnuti od države.

ČEDO PECELJ (RTV Sarajevo): Osnova mog izlaganja je Strategija tehnološkog razvoja Jugoslovenske radio-televizije, koja je usvojena prošle godine (tehnološki trendovi kod nas i u svetu u razvoju radio-difuzije ali i ono što postoji sada u jugoslovenskom radiju kao osnova). Pod radiom se danas tehnološki podrazumeva kompleksni sistem pripreme, proizvodnje, prenosa, emitovanja i prijema radio-programa, čiju osnovu sačinjavaju dva dela: tehnički sistem za zvučnu radio-difuziju, kao harmonska osnova, i kadrovski potencijal - „softver“ - potreban za kreativno korišćenje tehnoloških resursa. U biti je ovakvog shvatanja radio kao komunikacija. Osnovne komponente ovde su, *prva*, dva osnovna i ravnopravna dela, koja skraćeno nazivamo programi i tehnika, radi obezbeđivanja stvaralačkog jedinstva i kreativnosti u svim fazama nastajanja radio-programa, i *druga*, auditorij koji se može iskazati kao neograničen broj individualnih korisnika ili neki organizovan sistem zavisno od uređenih društvenih odnosa.

Postoji realno zadovoljavajuća tehnička osnova u matičnim radio-stanicama koja se stalno nadopunjuje: novom opremom, putem pojedinačne nabavke ili zajedničkim ulaganjima pri velikim projektima, kao što su: ZOI 84, Univerzijada, predstojeći samit, a to su mahom nabavke izvesne količine uredaja, ali ne i odgovarajućeg tehnološkog nivoa. Deo radio-stanica pri zameni tonske opreme ušao je i u izgradnju novih studijskih kapaciteta, tako da u zemlji danas trenutno Radio-Titograd, Radio-Sarajevo i Radio-Skopje rade sa novim kapacitetima, a većina drugih radio-stanica još radi ili je već obavila proširenje studijske baze na postojećim lokacijama rekonstrukcijama i proširenjima. S obzirom na strukturu i studijsko-režijske kapacitete po pojedinim RTV centrima, može se uočiti da su neki

kapaciteti, na primer muzički studiji ili veliki TV studiji, posmatrano na nivou JRT, čak i predimenzionisani, i da se racionalnim korišćenjem postojećih mogu zadovoljiti neke buduće dugoročne potrebe, pod uslovom da se one u tonskim uredajima opreme na zadovoljavajući način.



Jugoslovenske radio-stanice su do sredine, a možda čak i do kraja sedamdesetih godina pratile tehnološki razvoj tonske tehnike u svetu. Posle toga počeli smo da kasnimo, naročito sa uvođenjem digitalnih tehnologija, i u studijskoj tehnici. Možemo konstatovati da se u našim radio-kućama ne poklanja prava pažnja detaljnoj analizi tehnoloških mogućnosti i budućih tehnoloških potreba, pa se nova oprema, onda kada se do nje može doći, a to je često u talasima, nabavlja na brzinu, bez konkretnih projekata, a ponekad samo po osećanju za potrebe kuće i tehnološke mogućnosti nove opreme. Uvođenje digitalne tehnike, što je jedan od prvih zadataka zbog složenosti sistema, različitih standarda, uticaja na kompletну proizvodnju, traži drugačiji pristup. Sada imamo digitalna „ostrva“ sa CE-DE sisteniima za reprodukciju, RDAT sistemima za snimanje i osnovnim mernim jedinicama. S obzirom na to da ovi sistemi radikalno povećavaju tehnički kvalitet i da će se još dugo koristiti u lancu sa analognim tehnologijama, mora se definisati koncept uvođenja digitalnog tona u sisteme za snimanje i

reprodukciiju, te osnovni standardi digitalizacije „interfejsa“. U drugoj fazi uvođenja digitalne tehnologije na osnovu iskustava koja se već pribavljuju trebaće: *prvo*, izraditi koncept konfiguracija potpuno digitalnog tonskog studija za snimanje i reprodukciju, *drugo*, izraditi projekte primene digitalnih upravljačkih sistema u kućama. *Treće*, definisati opremu i standarde i postupke za održavanje digitalnih tonskih sistema, izraditi koncept projekta i proizvodnje kompakt-diska za Jugoslaviju u saradnji sa domaćim proizvođačima. To je jedan veoma velik i skup projekat da bismo mogli pojedinačno da ulazimo u njega. U sprovođenju strategije tehnološkog razvoja JRT, programski i tehnički radnici na radiju moraju intenzivnije pratiti nova tehnološka dostignuća u svetu, stvaralački ih projicirati i primenjivati u našim uslovima i izbeći zamke koje smo do sada ponekad imali da se zahtevi za novim tehnologijama često svedu na: „više iste, odnosno postojeće opreme“.

JRT radio će u studijskoj proizvodnji, pogotovu kod tonskih zapisa, biti sve više orijentisan na automatizaciju. Međutim, otvoreno je pitanje još uvek kakva automatizacija radiju treba i šta u tom pogledu treba uraditi u reprodukciji, snimanju, arhiviranju studijskih snimaka i proizvodnji kaseta, odnosno kompletnoj studijskoj tehniци. Jedan deo odgovora je prepoznatljiv i čini se da trend za uvođenje automatskih postupaka treba da olakša rutinske operacije u kućama, poveća brzinu pristupa podacima i njihov aktivirani obim sa ciljem da se sačuva kreativni ljudski potencijal neophodan za dalje stvaralačke i istraživačke potrebe. Korišćenje automatskih uređaja u studijskoj tehniци, uređaja sa elektronskom memorijom, magnetofona sa beskonačnim trakama i tako dalje, delom je to već omogućilo, a uvođenje računara u pripremu, planiranje, izvođenje i tehničku kontrolu programa - oslobađa kadrovski potencijal za ovu vrstu delatnosti.

U strategiji tehnološkog razvoja Jugoslovenske radio-televizije planirana je izrada zajedničkog projekta i uvođenje informatičkog sistema u JRT. Jugoslovenska radio-televizija i radio-stanice kao delovi jednog velikog sistema sa znatnim tehnološkim resursima moraju imati

zajednički informatički sistem radi uspešnog obavljanja tekućih poslova na upravljanju tehnološkim sistemima, korišćenju arhivske i dokumentacione građe kao i na razvojnim poslovima na polju tehnologije i programa. Informatički sistem jugoslovenskih radio-stanica mora biti otvoren za povezivanje sa drugim sličnim sistemima u zemlji, što sada već delom radimo sa Tanjugom i nekim sličnim organizacijama. Radio će, dakle, pored zamene tehnološke opreme u studijsko-režijskim prostorima ili mobilnoj opremi sa projektima i opremom većeg tehnološkog nivoa morati da stvara tehnološku osnovu za nove programe i za nove zemaljske i satelitske mreže za prenos, te nove servise, kao što je RDS - prenos podataka putem radija.

Još ne postoje opredeljenja ni standardi, ni kod nas a ni u Evropi, načina na koji to treba uraditi i metoda koje treba uvesti. Međutim, opšte usmerenje je da to moraju biti digitalne veze kako bi se deo tehnološkog kvaliteta u radijskoj i TV produkciji mogao preneti i približiti budućim preplatnicima, što danas nije moguće. JRT inače ima znatne kapacitete veza u radio-relejnim vezama, čak smo po tome četvrti u EBU, međutim, nemamo odgovarajuće rezerve sistema veza u kablovima, što je nepovoljno. Mobilne veze radija ne zadovoljavaju danas tekuće programske potrebe. Napušten je jedan opseg 104 do 108 megaherca za potrebe radio-difuzije, a plan i korišćenje veza u opsegu 400 megaherca još u potpunosti nisu međunarodno verifikovani. Potrebno je da se to hitno uradi, postoji oprema za ovaj opseg, koja se ograničeno koristi. Za servisne veze u JRT ne postoji pouzdana procena o dovoljnosti ovih kapaciteta. Deo isplaniranih kapaciteta nije nikada stavljen u krajnju funkciju, što je izuzetno nepovoljno, a oni koji se koriste nisu uključeni u redovne pregledе i merenja pa su česti prekidi na njima. Na vezama, njihovom korišćenju i održavanju delom se manifestuju sva kretanja u društvu i informativnom sistemu zemlje.

Saradnja sa drugim imaocima sistema veza je nedovoljna. Potrebna je posebna saradnja sa PTT. Neki projekti koji se planiraju, kao što su mobilna radio-telefonija, kablovska distribucija, uvođenje pejdžinga i neki drugi

servisi - najavljuju dugoročniju izmenu odnosa i poboljšanje saradnje. Do toga dolazi koliko zbog obostranih izmena shvatanja, toliko i zbog ekonomskih razloga koji teraju na najracionalnija korišćenja. Primena novih tehnologija u oblasti veza posebno je aktuelna. Pored pomenutih digitalnih veza to su pre svega optički kablovi i satelitske veze. Na satelitu „Olimpus“ koji se lansira u aprilu ove godine (1989) bilo je predviđeno da jedan kanal bude korišćen za razmenu 16 stereo radio-programa, što je odloženo zbog nedovoljnog interesa jugoslovenskih a i evropskih radio-stanica. Moramo imati precizne stavove, jasne pravce akcije i konkretnije se opredeliti do načelne platforme za uvodenje satelitske radio-difuzije i kabloske distribucije. Potrebno je uraditi detaljnu studiju tehnološko-tehničke, ekonomске, programske i druge organizacije sistema veza u JRT za određivanje pravaca razvoja, posebno sa stanovišta vremenske dinamike, identifikacije i standardizacije potrebne opreme u novim tehnologijama. Takođe, u ovoj fazi treba pokrenuti postupak da se korišćenje JRT tonskih veza koordinira na jednom mestu, kao što to postoji za JRT televizijske pravce.

Kao što je poznato mi smo i jedina evropska zemlja i jedna među retkim zemljama u svetu koja ima, recimo, lošiju pokrivenost televizijskim signalima, u proseku od 3 do 11 posto, i zbog toga je potreban intenzivan razvoj i izgradnja treće i četvrte FM mreže. Sa stanovišta vremenske dimenzije treba insistirati da se rokovi dati u „Strategiji“ oko izgradnje treće mreže, čiji je plan generalno lociran na početak 1990. godine, poštuje i završe planirani radovi, da bi se od 1995. počelo sa izgradnjom četvrte mreže koja treba da bude gotova do 2000. godine. Na ovim mrežama treba da se istovremeno uvode i nove tehnologije od kojih će najveće programske efekte sigurno imati RDS.

Na kraju još nekoliko reči o satelitskom i kablovskom radiju koji je naveden kao jedna od mogućnosti. Radio je dosta anoniman u ovoj novoj tehnologiji. Uzroke treba tražiti u nedovoljnoj propagandi i aktivnosti samih ljudi na radiju. Ne postoji ni interes domaće industrije u ovoj

fazi, a tu je i neuspeh nekoliko projekata, kao što je nemački TV SAT koji je predviđao 16 stereo radio-kanala. Poziciju radija na satelitima treba graditi na činjenici da, u stvari, najveće poboljšanje u oblasti prenosa programa radija i televizije preko satelita predstavlja digitalizacija tona i za radio i za televiziju i da novi paket sistema dozvoljava uz TV sliku prenos većeg broja tonskih kanala (između 4 i 8). Uz TV signale koji se sada emituju preko satelita na ovaj način može se primati i više od 30 radijskih programa, od kojih su neki sa zemaljskim mrežama, a drugi posebno pripremani za satelite. Jedino se na ovaj način danas tonski kvalitet iz studija može preneti do slušalaca. Radio je na satelitima slično kao i na zemaljskim mrežama neekonomičan sa stanovišta prenošenja frekventnog spektra i ukupnih materijalnih ulaganja, što treba imati u vidu.

Uključivanje našeg radija u satelitsku tehnologiju trebalo bi obezbediti postepeno kroz četiri moguće faze. *Prvo*, uključivanje u projekte razvojnih programa preko satelita. *Drugo*, produkcijom programa za satelite i njegovim emitovanjem preko zakupljenog kanala, što je relativno ekonomična investicija. *Treće*, lansiranjem vlastitog satelita uz prethodno definisanje broja programa koji se emituju sa njega. Maksimalna mogućnost je, kao što je dato, 16 stereo ili 32 monoprograma. *Četvrto*, emitovanje programa za slušaoce u pokretu. Prvi eksperimenti su obavljeni u opsegu od 0,5 do 2 gigaherca, ali predstoji međunarodna kombinacija, tako da početak emitovanja na ovaj način nije moguće predvideti. Ovo je ozbiljan nedostatak radija i on objektivno čeka rešavanje.

Nekoliko reči o kablovskoj distribuciji radio-programa. Podsticaj njenom razvoju dali su strani televizijski programi, na žalost, bez davanja prioriteta domaćoj televiziji, a u prvoj fazi još manje radiju. U martu prošle godine u Jugoslaviji je bilo 62 800 domaćinstava koja su mogla pratiti strane TV programe, a u novembru je taj broj udvostručen. U nekim delovima zemlje postoji distribucija radio-programa kroz kablovske sisteme, čak i strane, a u većini radio nije prisutan ili nije tehnički kvalitetno izведен, neusaglašenost signala po nivou, ili pretvaranje i degradacija stereo-signala u mono je

evidentna. Radio na nivou JRT treba da se složi u izboru i da se naši normativi u distribuciji domaćih radio i TV programa poštuju i da se što pre prede na izradu pratećih dokumenata i njihovu primenu na osnovu novog Zakona o vezama koji je stupio na snagu ove godine. JRT radio sa punim potencijalima mora se uključiti u oba projekta strategije iz ove oblasti, koji tretiraju satelitsku i kablovsku televiziju. Treba nastupati mnogo ofanzivnije i tražiti to isto od onih koji imaju tu obavezu u cilju ostvarivanja realne pozicije radijskih programa u novim prenosnim medijima.

Predlažem da se takođe oceni potreba formiranja posebne komisije za satelitske i kablovske radijske sisteme pri programskom odboru JRT za radio. Ističem da će se i u programskom smislu uvođenjem satelita i kablova morati da redefiniše pojam radija ili možda uvedu neki bliži termini koji imaju i dugoročniji značaj, od zvučne radio-difuzije ili specijalističkih muzičkih, zabavnih ili nekih drugih kanala.

Treća oblast su prijemni sistemi ili prijemna baza. Njih vrlo malo poznajemo i podaci koje o njima posedujemo su vrlo oskudni. Po nekim drugim aproksimacijama u kućnu radio-televizijsku opremu u zemlji uloženo je možda čak oko jedne i po milijarde dolara, ako ne i više. S druge strane, radio-televizijski centri nemaju čak ni 10 posto ove sume u savremenoj opremi što samo ilustruje o koliko se ogromnom tehnološkom potencijalu radi. Naš auditorij se, dakle, tehnički oprema i obrazuje i treba očekivati vrlo brzo uspostavljanje strožijih tehničkih zahteva za emitovanje naših programa i donošenje jugoslovenskih standarda za prijem radio-programa, što će RTV organizacije staviti u odgovarajući odnos prema preplatnicima.

Prijem radija, na kraju da i to kažem, ima dve specifičnosti, to su slušaoci u inostranstvu i slušaoci u pokretu. S obzirom na slušaoce u inostranstvu dalji razvoj treba usmeriti preko zajedničkih potencijala ST i znatno više preko KT i satelitske radio-difuzije. Slušaoci u pokretu su specifičnost radija. U razvijenim zemljama oni čine čak do 50 odsto auditorija, a kod nas te se procene kreću i variraju između 25 i 30 odsto slušalaca.

U ovoj kategoriji dominiraju slušaoci u automobilu. Oni su posebno interesantni, ne samo zbog naših ljudi koji objektivno sve manje voze i kreću se, već i zbog 40 miliona stranih vozača koji godišnje pređu ili borave u našoj zemlji. Ulazimo u period kada ćemo biti prisiljeni da uvodimo permanentno obrazovanje i da toj fazi rada u radiju posvetimo mnogo veću pažnju. Obrazovanje koje je do sada često važeće po uzoru: „gledaj i uči“ ili „snalazi se kako sam znaš“, mora hitno biti zamenjivano sistemom trajnog školovanja, koji jedini garantuje oslobođanje kreativnosti ljudi u postojećoj tehnologiji, izbegavanje zanatskog rada u proizvodnji radio-programa. Moje uverenje je da danas takođe ne postoji u potrebnoj meri zajednički rad programske i tehničkih kadrova koji rade na razvoju radija. Ne postoji dovoljna zainteresovanost i obaveštenost programske radnika o novim tehnološkim prvcima razvoja, a sa druge strane, stvara se uverenje, a možda je to delom i tačno, da se tehničari i inženjeri ponekad bave proučavanjem i rešavanjem nekih problema koji nikoga ne interesuju. Očito, potrebno je hitno pronaći izgubljenu multidisciplinarnost koja je osnova razvoja svakog elektronskog medija a onda i radija, posebno.

MIHAJLO TOŠIĆ (Radio-Beograd): Počeću jednim dobro poznatim citatom: „Radio kao sredstvo distribucije valja preobraziti u sredstvo komunikacije. On bi bio najveličanstvenije sredstvo komunikacije javnog života, ogroman sistem kanala, tj. on bi to bio kada bi umeo ne samo da emituje već i da prima, kada bi mogao slušaoca navesti ne samo da sluša, već i da govori, kada bi mogao da ga ne izoluje, već da ga dovede u određen odnos prema sebi. Prema tome, radio bi morao da izade iz okvira pukog emitovanja i da slušaoca pretvori u odašiljača poruke“. Prepoznali ste verujem „Govor o funkciji radija“ iz 1932. godine Bertolta Brehta. Ovaj eseji i ovi stavovi Brehtovi kao da su postali probni kamen svim poslenicima radija u njihovom poslu tokom proteklih nekoliko decenija. Nije jednostavno uzeti učešće u ovakvim razgovorima već i zbog toga što ne postoji nikakav rečnik radijskih izraza i pojmove, bar ne kod nas, tako da je teško do kraja dokučiti šta ko

podrazumeva, na primer, pod terminima „specijalizacija”, „decentralizacija”, „globalizacija”.

Uz prepostavku da će nam autor *Teza* i to razjasniti, pokušavam da se uključim u ovaj razgovor dajući svoj komentar onim redom kako su išle teze.

Kriza ili renesansa radija

Teško je dati jednostavan odgovor na ovako složeno pitanje o mediju koji je bar poslednjih nekoliko decenija, od šezdesetih godina naovamo, u žestokoj borbi sa ostalim rivalima - televizijom i štampom. Jugoslovenski radio, kao i ostala takozvana sredstva informisanja, doživeo je tokom poslednje dve-tri godine ogroman zamah i odigrao veoma značajnu ulogu u političkom životu ove zemlje. Mnogi su slušajući direktnе prenose pojedinih značajnih, sada već sigurno istorijskih zbivanja, tek tada shvatili moć medija, a posebno radija.

Radio se slušao u mnogim prelomnim trenucima novije istorije i nema sumnje da je verno izveštavao i sa poprišta najnovijih dogadaja. Autor teze pokušava da nas navede na razmatranje odnosa između materijalnog razvoja društva, bogatstva našeg života i mesta i uticaja radija. I odmah sledi pitanje „Da li je sve veći uticaj radija u Jugoslaviji posledica sve većeg siromaštva u našem društву?” Svakako da sa opadanjem ekonomске moći pojedinca i padom standarda, ličnog i porodičnog, ostaje sve manje sredstava za kupovanje novina, ulaznica za različite priredbe, koncerte, bioskope itd.

Ako autori misle da će se ljudi verovatno sve više okretati televiziji i radiju, koji su poodavno jedini živi vidovi kulture i umetnosti u mnogim sredinama, onda su u pravu. Mnogi ljudi i danas nisu u stanju da sebi i svojoj porodici priuštite bogatiji kulturni život izlaskom na pozorišne predstave, koncerte, kupovinom knjiga itd. Otuda će uloga radija i televizije kao informatora i kulturnog faktora i dalje rasti. Na pitanje „Koje je mesto radija u socijalno-političkoj strukturi, ko stvara, a ko prima poruke, i da li je radio medij nosilaca državne i političke moći, transmisija ili dijalog”, možemo odmah

da kažemo da bi verovatno prethodno trebalo razmisliti o našem poimanju komuniciranja uopšte. Kakva je uloga medija u našem društvu? Kakva je naša komunikacijska shema: da li, na primer, javno mnenje i publiku smemo tretirati kao posledicu a ne kao uzrok u procesu komuniciranja? Šta podrazumevamo pod željama i potrebama slušalaca? I, najzad, nije li, recimo, rasprostranjeno shvatanje da sloboda štampe znači slobodu za štampu?

U stvaranju slike o jugoslovenskom radiju obično se zaboravlja i faktor nazvan „lokalni radio“. Dakle, tri četvrtine ukupne radijske ponude koju priprema nekih 230 lokalnih radio-stanica. Ko su stvaraoci, a ko primaoci poruka? Prvoklasno je pitanje šta su zapravo 5-6 hiljada zaposlenih u jugoslovenskom radiju uz nekoliko puta više spoljnih saradnika najrazličitijih stepena znanja i kvalifikovanosti za radijski posao? Dakle, reč je o svesti radio-stvaralača o sopstvenom poslu i njegovim učincima. O primaocima poruka, slušaocima različitih uzrasta i socio-profesionalnih opredeljenja valjalo bi mnogo ozbiljnije i kvalitetnije razgovarati na bazi svih dosadašnjih raspoloživih istraživanja i saznanja, jer se očigledno podaci o publici radija u ovoj zemlji nedovoljno koriste. Proučavanja takozvanog „budžeta vremena“ i dnevnog rasporeda života i rada ljudi, daju potpuno različitu sliku od one koju mi imamo u svojoj svesti, najpre o tome koliko ljudi uopšte sluša radio, na koji način i u koje vreme i šta radio predstavlja u njihovom životu. Sama činjenica da se matični radio može slušati samo na teritoriji pojedinih društveno-političkih zajednica, republika, govori sama za sebe. On je u prošlosti bio deo takozvanog informativnog podsistema i sasvim je izvesno da je u mnogim prilikama služio stvari nosilaca državne i političke moći. Dilema o transmisijskom ili dijaloškom radiju zadire u veliku i sudbinsku temu demokratizacije radija uopšte i u našoj zemlji posebno.

Radio je od početka profesionalnog emitovanja, 1920. godine, brzo bio uočen kao moćno sredstvo propagande i posle samo nekoliko godina počelo je njegovo korišćenje u te svrhe. I danas nekoliko desetina zemalja emituje

veliki broj sati programa nedeljno usmeravajući svoje antene u različitim pravcima zemaljske kugle.

Viziji dijaloga sa slušaocem vratiću se ponovo na kraju ovog teksta, a sada o sledećoj tezi (i temi) - *komercijalizaciji*. Odista je zanimljivo saznati šta bi reč komercijalizacija mogla da znači u slučaju jugoslovenskog radija. Čovek ne mora da zalazi tako duboko u takozvanu „političku ekonomiju“ medija kod nas, ako zna da sopstveni prihodi radija i televizije ne predstavljaju značajniju stavku u njihovom budžetu i da ne prelaze 10 do 15 procenata. Pri takvim sopstvenim prihodima teško je govoriti o nekakvim klicama komercijalnih medija i eventualne komercijalizacije. Prosto mislim da ovaj problem kod nas, u našem sistemu finansiranja, u ozbiljnном smislu te reči i ne postoji, pa se dakle ne mogu ni dati pravi odgovori na pitanja o uticaju eventualne komercijalizacije na program i stvaraoce.

Specijalizacija, decentralizacija i globalizacija su predloženi kao sledeće teme. Ako pod specijalizacijom podrazumevamo uvođenje specijalizovanih programa prema rastućoj sofistifikaciji i želji publike za različitim sadržajima, koje se naslanjaju na razlike u životnom stilu, obrazovanju, zanimanju, starosti, polu itd., dakle finalni prizor evolucije ovog medija, onda bi mogli reći da mi takvu vrstu specijalizacije programa nemamo. Kod nas su najvećim delom, uz manje izuzetke, svi programi namenjeni svima. Prvi programi matičnog radija razvijaju obično jaku informativno-političku dimenziju, ali i ostale funkcije, drugi su kulturno obojeni ili dokumentarno-zabavni ali imaju i ostale funkcije. Treći predstavljaju izuzetak u izvesnom smislu jer donose koncept rauke, visoke kulture i eksperimentalne muzike na radiju. Kanali se zatim dodeljuju gradskom radiju i tu gotovo da prestaje maštovitost programera i planera našeg radija. Recimo samo to da u ovom času u Jugoslaviji još uvek ne postoji celodnevni program umetničke muzike u redovnom režimu od sedam dana nedeljno.

U kojoj meri programi zadovoljavaju potrebe i interes različitih kategorija slušalaca teško je reći, jer u jugoslovenskoj praksi profili programa nastaju kao

rezultanta različitih društveno-političkih zadataka, tradicija, shvatanja, znanja kreatora i novonastalih potreba koje se inkorporiraju u postojeće programe.

Decentralizacija bi se u našem slučaju mogla ticati jugoslovenskog lokalnog radija i onoga što se naziva „regionalnim“ i „lokalnim načinom mišljenja“. Činjenica je da kod nas zapravo nije došlo ni do kakve decentralizacije centralnog ili centralizovanog radija. Dve stotine trideset lokalnih radio-stanica rodilo se uglavnom kao posledica lokalnih inicijativa da se udovolji Ustavnom pravu na (lokalnu) informaciju. Lokalni radio u Jugoslaviji je priča za sebe i već po tome što do ovog časa nema rešeno pitanje finansiranja, što svi lokalni programi, manje-više, liče jedni na druge, imaju obavezne sastojke, a misao o diversifikaciji i podeli posla između čak i najbližih suseda, nije ni na pomolu.

Za kompletiranje slike o lokalnom radiju dodajmo da se on kao i ostala lokalna sredstva informisanja nalazi u čvrstom zagrljaju rukovodstava društveno-političkih zajednica koje svoj stisak ni za trenutak ne popuštaju.

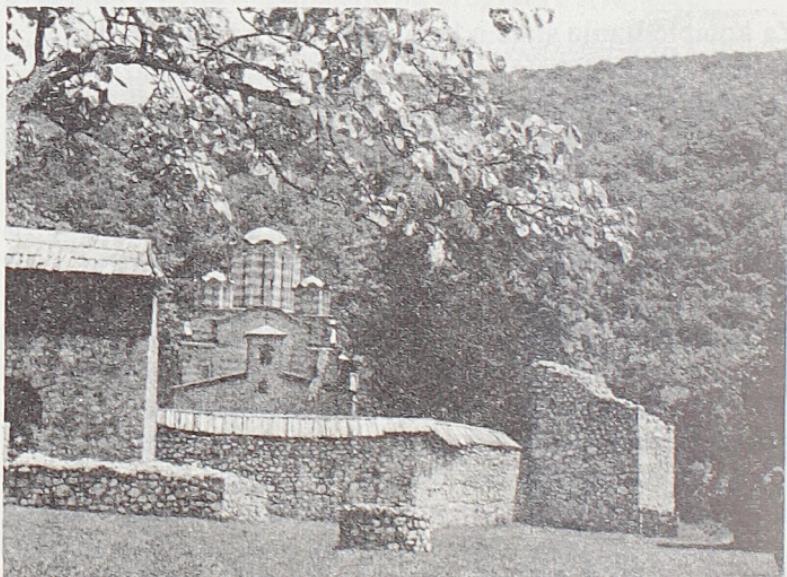
Nije do kraja jasno šta bi se moglo označiti pod pojmom globalizacije. Činjenica je međutim, da se u svetu uz izraze „specijalizacija“ i „decentralizacija“, najčešće pominje i pojam „demokratizacija radija“. Istovremeno sa zahtevima za deregulacijom radija, često se pominju reforme savremenog radija u korist tzv. alternativnog, slobodnog, „radija zajednice“, participativnog radija, demokratskog radija i kako se sve ne naziva radio koji treba da posluži grupama, pokretima i često marginalizovanim klasama društva.

Poznato je da su u svetu snažno prisutne male često privatne radio-stanice namenjene čak jednom stambenom bloku, sa predajnikom snage 10 vati, a kažu da se za emitovanje mogu koristiti preuredivani uredaji za daljinsko upravljanje maketama aviona ili oni za automatsko otvaranje vrata garaže. Stalno se govori o radio-emitovanju kao jeftinoj operaciji, međutim mi nismo ni iz bliza skloni takvom radijskom obilju kao naši susedi Italijani koji su u jednom trenutku nabrojali i svih 9 700 radio-stanica a Francuzi oko 1 500. Treba otvoreno

reći da mi sada nemamo programa koji bi bili usmereni ka posebnim kategorijama slušalaca, uz eventualne časne izuzetke omladinskog radija, koji takođe počinje da gubi svoj specifikum.

Kod nas ne postoje specijalizovani govorni radijski kanali tipa „samo vesti“ (all news radio), konverzacione stanice, govorne stanice ili razni muzički kanali u kojima se emituje muzika tipa *middle of the road*, klasična muzika, džez, folk, razni tipovi roka i tako dalje.

Specijalizacija radijskih programa svakako će tražiti različit profil novinara, a mi smo tu još uvek na početku, još uvek u dilemama obrazovanje za novinarstvo da ili ne, sa veoma pozitivnim rezultatima u školovanju novinara i osporavanjima od strane onih koji su ometani u školovanju.



O zanemarivanju ostalih funkcija radija i neshvatanju radija kao kulturnog fenomena dosta se govorilo u ovim krugovima. Veza između jake informativne dimenzije i slabih ostalih funkcija u suštini ne postoji. Iako se u informativno-političku stranu posla kadrovski, finansijski i drugačije dosta ulagalo, pre bi se moglo reći da je zanemarivanje ostalih funkcija ipak rezultat nepostojanja jasnog koncepta razvoja radija u ovoj oblasti i

nerazumevanja njegove dugoročne uloge u kulturnom životu i mnogo bogatijih društava nego što je naše.

Verujem da i pojmovi kao što su nacionalni, transnacionalni i internacionalni radio mogu izazvati dodatne zabune. Neke zemlje kao što su Savezna Republika Nemačka, koja ima sličnu organizaciju radio-difuzije, po pokrajinama (lenderima) uvela je jedan zajednički nacionalni program - Radio-Dojčland. Kod nas je, međutim, Radio-Jugoslavija namenjena drugim zadacima i teško da se može reći da se razmišlja o nekakvom zajedničkom, nacionalnom radiju za čitavu zemlju.

Mislim da pristojnost nalaže da se organizuje jedan kvalitetan razgovor o kratkotalanjskoj difuziji, njenim mogućnostima i dometima i rezultatima koje postiže Radio-Jugoslavija, koja je prisutna i na ovim Ohridskim susretima.

Drugi su govorili i govoriće o novim tehnologijama i mogućnostima njihove primene. Kompjuteri, digitalna proizvodnja i emitovanje, sateliti, RDS, više nisu daleka budućnost, već pre budućnost koja je počela. Potrebno je, međutim, dobro razmisiliti i preuzeti početne korake u sagledavanju programske dimenzije. Posetio sam automatske radio-stanice u kojima kompjuter sam bira numere sa magnetofona, uključuje snimljene disk-džokejske najave, među kojima i one što najavljuju tačno vreme, uključuju agencije koje emituju najnovije vesti i sve to bez prisustva ijednog jedinog čoveka.

Nadam se da ovakav radio nije san naših inženjera i da će radio budućnosti biti sa čovekom, za čoveka ili po meri čoveka.

I na kraju, vraćajući se teškom i složenom pitanju budućnosti radija, uveren sam da će i ovaj medij kao i drugi, biti onoliko uspešan koliko bude u službi običnog čoveka. A to znači ponovo razmišljanje o preobražaju radija iz sredstva distribucije u sredstvo komunikacije.

I zato i na kraju citat iz Brehta koji kaže: - „Veoma mi je malo poznato kako na primer obavljaju dužnost kancelara Rajha. Stvar je radija da me o tome obavesti, ali u

dužnosti najvišeg službenika spada i to da putem radija naciju redovno obaveštava o svojoj delatnosti i opravdanosti te delatnosti. Zadatak radija ne iscrpljuje se doduše pukim širenjem tih izveštaja. On (radio) mora organizovati zahteve za ivedajima, tj. on izveštaje onih koji vladaju mora pretvoriti u odgovore na pitanja onih potčinjenih. Radio mora omogućiti ovu razmenu. Samo on može da organizuje velike razgovore između trgovine i potrošača o normiranju predmeta svakodnevne potrošnje, debate o povišenju cene hleba. Ukoliko vi to smatrati utopijom, molim vas da o tome razmislite zašto je to utopija".

ALEKSANDAR MLAČ (Radio-Sarajevo): Radio i RTV kuće u Jugoslaviji, ako žele da menjaju sebe moraju da prate kapitalne, pozitivne trendove i da (ako hoćete) prednjače u tome. Kad kažem da prate ne mislim samo na novinarsko saopštavanje i komentarisanje, već prevashodno na aktivno uključivanje u tokove koje smo naznačili. Naime, u ovom trenutku RTV centri u Jugoslaviji nalaze se u fazi organizacionih transformacija ili se pripremaju za njih. Od toga kako ćemo se transformisati u dobroj meri zavisi i kako ćemo programski funkcionišati. Primetna su u ovom trenutku dva toka razmišljanja: organizacija prema Zakonu o preduzećima i očekivanje još uvek nedefinisanih zakona o ustanovama. Odmah da kažem da nisam za radio, odnosno radio-televiziju kao ustanovu. U bilo kojoj formi ustanove radio će neminovno ostati instrument centara, ili centra političke moći, bio on predstavljen kroz državu, partiju i tako dalje. Daleko sam više za konstituisanje prema Zakonu o preduzećima, dakle za radio kao preduzeće.

Promene kapitalnih društveno-ekonomskih odnosa prema kojima stremi jugoslovensko društvo - a to su tržište, promena karaktera svojine - navode me i na, u ovom trenutku možda malo jeretičku ideju o radiju kao zajednici samoupravljača - deoničara. Sve ovo bi neminovno vuklo, opet kažem, na radio komunikacije, o kojem je bilo reči. Naravno da bi ovakav pristup organizaciji radija, odnosno RTV centara u našoj zemlji zahtevao i reorganizaciju jugoslovenske radio-televizije,

našeg JRT kao asocijacije osam RTV centara. Ta reorganizacija, da ne kažem racionalizacija JRT, njegove radne zajednice, nametnula bi činjenicu da bi, recimo, uplata kvote za ovu zajedničku funkciju zavisila od izvršenja postavljenih zadataka, a ne po unapred predviđenoj čvrstoj skali, odnosno kvoti. U takvoj striktno interesno postavljenoj JRT treba otvoriti vrata i svima ostalima koji žele da interes udruže i ostvaruju u Jugoslovenskoj radio-televiziji. Tošić je govorio o lokalnoj radio-difuziji, o poziciji lokalnih radio-stanica, i ja ovde prvenstveno mislim na njih.

ŽIVKO NEDELKOVSKI (Radio-Skopje): Razmišljanja o radiju i budućnosti radija započeo bih jednim pitanjem: da li u dogledno vreme moramo reći „adio“ radiju? Potvrđan odgovor na ovo pitanje znači da radio nema budućnosti, da će nestati u takozvanom audiovizuelnom potopu. Pogled u prošlost pomaže nam da nešto određenije i sigurnije kažemo i o budućnosti. Da i ja pomenem Brehta koji je svojevremeno primetio da je radio izum koji niko nije naručio, a dodao bih da je ipak radio došao kao naručen. Dakle, radio je nepozvan stupio u polje društvene komunikacije, našao u njoj svoje mesto, pa nema razloga da se povinuje onima koji ga povremeno opozivaju. Radio je uspešno odolevao dražima i konkurenциji novih medija, preziveo mnogobrojna iskušenja, stekao i pokazao pri tom svoju vitalnost. Nema razloga da se radio izgubi u neizvesnoj budućnosti.

Najavljuju se novi mediji, ali radio neće sebe odjaviti zbog nekoliko osnovnih razloga. Pre svega, zbog svoje jednostavnosti i ekonomičnosti radio može u tom pogledu ići u korak i pratiti i primenjivati sve tehničke inovacije, pa se može očekivati nesumnjiv tehnički razvoj radija koji će omogućiti da se on dalje i bolje čuje. Medutim, ne ulazeći u pitanje tehničkog razvoja radija, neki razlozi antropološke, psihološke, komunikacijske i društvene naravi, obezbeduju smisao postojanja radija u sistemu medija društvenog komuniciranja. Možda izgleda paradoksalno, ali razvoj vizuelnih i audiovizuelnih medija pruža veliku šansu i sigurnost radiju. Novi se mediji koncentrišu na čulo vida, a čulo vida opet traži

koncentraciju pažnje. Vizuelni mediji zahtevaju da se u kontaktu s njima otvore, kako narod kaže, četvore oči. Dakle, ekspanzija vizuelnih komunikacija zaokuplja čulo vida i napreže pažnju ljudi i ta forsirana komunikacija pokazaće i već pokazuje i neke bumerang efekte u smislu zasićenosti, premorenosti. Civilizacija slike ima i svoje senke. Oko je u okovima, a uho je ostalo slobodno, ili bar slobodnije. U tome je i šansa radija. Radio ne pretenduje na totalnost komunikacijskog kontakta. Radio se uvlači u svet svakodnevnog života koji nameće prioritetno sve svoje potrebe. On je uvek i svuda uz čoveka, prati ga u korak kao najbolji prijatelj i savetnik, kako neki kažu, na izletu, u automobilu, na radnom mestu, u spavaćoj sobi - ali ne nameće se, ne zahteva odricanje od svakodnevnih aktivnosti. Ono što je ranije smatrano kao slabost radija, podeljenost pažnje slušalaca, preobražava se danas u njegovu prednost. Vizuelni mediji ne dopuštaju paralelne aktivnosti i u tome će uvek zaostajati za radiom. Ne tako davno čitali smo da je u Hong Kongu zavladalo pomodarstvo ugradivanja mini TV prijemnika u automobile, ali je policija rigorozno kažnjavala vlasnike tih automobila. Iz ovoga ne treba zaključiti da će policija obezbediti radio od konkurencije, nego samo to da za radio postoji izvestan neprikošnoven komunikacijski prostor i kontakt.

Radio ima mogućnosti razvoja i široko polje delovanja i s obzirom na tendencije razvoja društvenih zajednica. Naime, sve nam se jasnije predočava takozvani komunikacijski uslov društvenosti. Radio-komunikacija se širi po svetu obuhvatajući sve šire ljudske zajednice, pa i čovečanstvo kao najširu zajednicu. Ali, radio prodire i u mirko zajednicu ljudi. On je, dakle, potreban i jednom međuzavisnom, integrisanom svetu, svetu kao selu ili „svetskom selu“ kao što je potreban i nekom običnom, zabačenom selu na kraju sveta. Naravno, postoje još mnoge tačke ili pravci u kojima se podudaraju procesi i tendencije društvenog strukturisanja, organizovanja i razvoja sa mogućnostima i razvojnim pravcima radija. To su, pored ostalog, i mogućnosti urbanog radija, s obzirom na urbanizaciju kao svetski proces. Podsetimo se reči Anri Lefevra da će urbana problematika postati dominantna u društvu koje je pred

nama. Treba imati u vidu i trend decentralizacije društvene organizacije i društvenih funkcija i šansu koja se time ukazuje lokalnom radiju.

Ne treba takođe izgubiti iz vida ni slojevitost i strukturisanost stanovništva. Radio ima velike mogućnosti da postane i medij grupne, a ne samo masovne komunikacije. Ne ulazeći u dalja nabranja moći će se još reći da radio u bilo kom obliku ili funkciji kao uslužni radio, participativni radio, obrazovni, i tako dalje, ima svoj *raison d'être* u realnim, socijalnim kretanjima, odnosima, strukturama savremenog društva.

Ostaje još jedan pravac razvoja i delovanja radija kojim se radio potvrđuje kao medij društvenog života. Reč je o tome da radio može i mora sve više da deluje i mimo radio-talasa, na talasima društvenog života. Radio može ulaziti u multimedijalne projekte i u društvene akcije. Aktivni radio, ofanzivni radio ne sme samo čekati na određena društvena zbivanja ili dogadaje da bi ih kasnije samo prosledio na programima nego može, a to već i čini, da sam stvorи dogadaje - bilo da su to kulturni, društveni dogadaji, humanitarne akcije, javne priredbe i tako dalje. Dakle, radio nije samo informator o društvenim zbivanjima nego i kreator i animator društvenog života. Radio je prvorazredna kulturna činjenica, svojevrsno vrelo kulturnih aktivnosti, vrednosti poruka, i bila bi velika šteta da takvo obilje kvalitetne produkcije jednokratno i nepovratno ode u etar. Zato radio mora delovati i van radio-talasa šireći do krajnijih mogućnosti ne samo krug svojih slušalaca, nego i gledalaca, učesnika i korisnika svojih poruka. Radio može uvek svojim slušaocima da ponudi više od onoga što traže, očekuju ili žele, odnosno više od onoga što misle da znaju. Upravo zbog toga što je na radiju i posredstvom radija koncentrisana značajna kreativna snaga poslenika radija i saradnika - stvaralaca van njega. To je još jedan zalog velike mogućnosti i budućnosti radija. Imajući u vidu početno pitanje - na kraju se o radiju još može reći da radio još uvek ima šta reći.

ZORAN UDOVIČIĆ (RTV Sarajevo): Razgovarati o programskom spektru znači pokušati da predviđamo, da istražujemo i da projektujemo stvari. Da budemo

maksimalno međusobno tolerantni, argumentovani, provokativni, ali da otvorimo sve mogućnosti da sve inicijative i ideje dođu na videlo, da ih ne zatvaramo prije nego što o njima ozbiljno razmislimo. Zato ja i jesam za radikalizam, jesam i za maštu, bez obzira što nas sve kao upozorenje može navesti na to da to nije dobro, ali jesam i za razvijanje jedne „promišljajuće atmosfere“ u jugoslovenskom radiju, koja bi nam omogućila da se odmaknemo korak dalje od onoga gde jesmo, a da ipak i na profesionalan način razmišljamo o budućnosti.

Projekat u koji ulazimo mora da ima tri strukturalna elementa: *prvo*, moramo da predviđamo, a to znači da dobro znamo šta jeste sada i koji su pravci razvoja. *Drugo*, moramo da istražujemo, tu smo najslabiji u jugoslovenskoj radio-televiziji gde je čest dosta primitivan način rada i svaka čast onima koji rade drugačije. U ovom času posebno je važno da se istraži naše okruženje. Ne možemo preslikavati rešenja spolja niti biti previše samoljubivi, ne smemo zapravo biti uopšte samoljubivi zbog specifičnosti koje imamo u našoj zemlji i našem sistemu, mislim sada i na radio-difuzni, pa i na radio-sistem. Mora se istraživati okruženje, društveno-političko, okruženje sistema, društveno-ekonomsko, obrazovno, naučno, kulturno i inostrani elemenat. To je velik posao koji treba učiniti u zemlji i jugoslovenskoj radio-televiziji. Bez njega nećemo moći da krenemo dalje. Bitno je opredeljenje da će se i u sociološkom, ali i u političkom i u zakonskom smislu radio morati da otrese, kao i televizija, od toga da je samo medij informacije, javne komunikacije, da je informativni medij. Iz njegove rudimentalne funkcije koja je bila vest i muzika ili vest i zabava, ili govor i muzika u najužem smislu, formiran je stav države prema mediju. Država je prihvatile svoje ingerencije prema informaciji, a muziku je ostavila potrebi ljudi i slušalaca. Iz toga je iznikla čitava zakonska regulativa i društveno postavljena pozicija radija pa i televizije. Društvo i država radio posmatraju pre svega kao informativni medij. Čitava zakonska regulativa i resursi kojima taj medij raspolaže, a to je pre svega frekventni spektar, postavljeni su sa stanovišta posebnog društvenog interesa prema informaciji, odnosno političkom karakteru

informacije. Samo kao tezu navodim da ćemo morati da postavimo radio suštastvenije kao i medij kulture. Potpuno volontaristički se formiraju uređivačke koncepcije zasnovane nešto malo na našem znanju i odgovornosti da smo mi ti koji projektujemo uređivačku politiku, karakter i sadržaj programa, a nešto malo preko društvenog uticaja gde dolazi u ovom času do značajne zamene teza. Nisu nama društveni organi kao što su saveti postavljeni da izražavaju konkretnе potrebe naših slušalaca, nego da izražavaju samo opšti društveni interes, a konkretnе potrebe, želje i ukuse treba da istražujemo kod auditorija. I treći aspekt je vrlo značajan - to je odgovornost redakcijskih sastava, odnosno odgovornost profesionalaca za izgradnju medija.

Ovde je govoreno o jugoslovenskom, nacionalnom i klasnom. Mislim da treba organizovati ozbiljne razgovore, dobro utemeljene, i teorijski i sa stanovišta budućnosti našeg sistema, hoće li nam radio biti nacionalni radio, hoće li nam biti uvek i u svakoj situaciji organizovan tako da izražava uvek i nacionalni identitet, odnosno da bude deo nacionalnog suvereniteta. To bi bio hormetizam ravan nekom drugom, po mom mišljenju, ravan stvaranju nekog jugoslovenskog radija koji podrazumeva da je on nešto iznad nečega što ga tvori. Ozbiljnu raspravu sasvim sigurno treba otvoriti. Ono što po mom mišljenju jeste teza i jeste pristup jugoslovenskoj sintezi, jugoslovenskom radio i televizijskom prostoru, to je dostupnost svih poruka, svima i na svakom mestu. Televizija je dosta daleko od toga - radio je nešto bliže ali nije preblizu.

RATOMIR DAMJANOVIĆ (Radio-Beograd): U dokumentarnoj reportaži Radio-Zagreba *Nebo nadvorišćem* čovek kome se javila Gospa, vidilac Ivica, okuplja seljane i čita Gospinu poruku, i kaže kako je, pored ostalog, Gospa vernicima naredila da ne gledaju televiziju. Radio ne pominje! Eto ohrabrenja za radijske stvaraoca, naravno, osim ako Ivica i Gospa uopšte ne slušaju radio.

Mislim da je u tehničko-tehnološkom smislu perspektiva radija u drugom veku, da se o njegovoj budućnosti može govoriti sa stanovišta onog što će doći. Ali gledano sa

stanovišta programa, ona je, ta perspektiva, već danas, ili, ako hoćete, za nekoliko sekundi kada se pali crveno svetlo i kada ulazimo u studio. Dakle, budućnost radija je danas, i u današnjici. Sa tog programskog stanovišta treba govoriti o razvoju radija.

Verovatno je radio jedino područje u kome smo mi u odnosu na svet na svome, što se kaže. Šezdeset devet godina radija u svetu, a samo nešto manje kod nas. Razlika se nije bitno povećala, ali se može povećati ako ne budemo autentično prisutni u svakom danu. Mislim, da upotrebim i dalje tu religioznu simboliku kojom sam počeo, da je osnovno pitanje koliko radio izražava verno svoje vreme i kakav koncept nudi slušaocu. A u onoj reportaži se kaže kako Gospa ima koncept. Dakle, pitanje je koliko radio odslikava ovo naše svojevrsno *društveno raspeće*.

U prištinskoj dokumentarnoj reportaži suočavamo se sa sudbinom devojčice koja ne može da se školuje. Ona ostaje u svom selu dok njene drugarice, imućnije, nastavljaju školovanje. Drama pojedinca, ali i društva.

U sarajevskoj dokumentarnoj emisiji *Gde nam je pamet* mlađi naučni kadar odlazi u svet, beži iz zemlje u kojoj nema perspektivu.

U emisiji Radio-Skopљa *Deca majke Tine* ljudima ne dozvoljavaju da dodu u svoju zemlju.

U emisiji Radio-Novog Sada *Povratak iseljenih*, a i u nekim drugim, ljudi pričaju o tome kako su izgnani sa svoje zemlje.

Eto, to je taj križ, to su elementi našeg društvenog raspeća.

Da li je radio iskoristio šansu da bude autentično svedočanstvo o tom i takvom vremenu, da izrazi potpuno to vreme? To je, čini mi se, glavno pitanje - istinitost radija. A elementi te istinitosti radija nisu samo istina i slušalac koji čeka istinu o sebi i društvu, ili samo čujnost te istine (u tehničko-tehnološkom smislu) nego i tumačenje istine, i pravo da se čuje *drugo* tumačenje istine i ideja, i kreativnost, i tragalačka upornost, i programska svežina, i odanost, i svojevrsna posvećenost

„radiomena“. Verovatno i umiranje u pedesetoj godini. Svakako i jezik kao bitno područje na kome se godinama vršila snažna transmisija političarske i političke moći.

Ovo što ću sada da kažem zahteva ozbiljne analize i ne dopušta sudove od oka, ali dozvoljava da čovek ima utisak o tome. Mislim da smo imali jedan dugi period kada je i radio bio saučesnik - učesnik i saučesnik - *u podvali vremena*, u prevari tog običnog čoveka o kome je Tošić tako lepo govorio. Radio je bio izvan društva. I zato sada radio treba vratiti životu i uzeti ga iz okrilja politike i opšte politizacije koje nismo dovoljno svesni jer smo zaslepljeni prividom kako nismo upali u kljusa politizacije. Meni se čini da smo dugo godina imali prividno jedinstvo koje je servirano kroz zaključke i rezolucije. Pod maskom prividnog jedinstva koje je prečutkivalo ili nerado gledalo na različite stavove o delikatnim društvenim pitanjima, odvijala se, daleko od očiju i javnosti, nejedinstvena akcija, ili: jedinstvena akcija razornog delovanja prikrivenog birokratizma, prikrivenog karijerizma, prikrivenog regionalizma, prikrivenog separatizma, prikrivenog nacionalizma - tog „bodeža u srcu naroda“ - kako veli Mirko Kovač u *Evropskoj truleži*. Izostajalo je suštinsko jedinstvo koje dozvoljava različite stavove i mišljenja ali zahteva jedinstvo u akciji sprovodenja dogovorenog. Jedinstveni stavovi rukovodstva često nisu u praksi bili garancija jedinstvene akcije. Različiti nacionalni, regionalni i pojedinačni interesi prečutkivali su, ili nisu javno pokretali delikatna društvena pitanja, politička birokratija je okretala glavu žmureći na jedno ili na oba oka, dok je svako vukao na svoju stranu zaštićen javno proklamovanim jedinstvom. Ne možemo prati ruke od toga, ako smo iz toga odvadivali. Moramo i sebi postaviti pitanje, izaći sebi na istinu, da li se u našim emisijama dovoljno čuo glas naroda ili glas narodni? Jesmo li iskoristili šansu da budemo uprkos svim deformacijama, Scilama i Haribdama, istiniti? Sada kada je napravljen upad u informativni sistem, kada su novinari provalili u ono što zapravo njima pripada, svedoci smo ogromne poplave različitosti bez koncepcija. Kritička razmena mišljenja i otvoren razgovor, a ponegde i otvaranje karata, nov su kvalitet društvenog života sličan onome

posle donošenja predloga, zaključaka 13. sednice CK SKJ, s tim što je ovog puta usledila i neposredna akcija. Mnoge je zaslepila tolika svetlost, odjednom, na javnoj političkoj i društvenoj *govornici*. I mnogi su izgubili kompas. To gubljenje kompasa, odsustvo ključne ideje, bilo da je u pitanju jugoslovenska sinteza ili sreća pojedinca, može biti osnov za razgovor o krizi radija i krizi programa. Ovo je vreme za renesansu programa. Jesmo li uhvatili korak sa vremenom? Koliko smo istiniti? To je pitanje.

Onaj isti vidilac, inače novinar sugerije ideju kako Gospa ide dalje ka Međugorju - znači religiozna mala privreda, dakle, onaj isti vidilac u jednom trenutku kaže da on *vidi*. Drugi kaže, drugi meštanin kaže, ja ne znam, ali on kaže da vidi a ja ne mogu da kažem da on ne vidi kada on kaže da vidi. Trebalo bi da omogućimo jedni drugima (ne mislim samo na radijske stvaraoce) na radio-programima da kažemo da li vidimo i kako vidimo, da omogućimo pravo da čujemo mišljenje onih koji vide drugačije. Ta cirkulacija informacija, to suštinsko informativno povezivanje, kada su u pitanju politika, privreda, kultura, i tako dalje, je budućnost radija. Budućnost je u današnjici.

Mislim da se funkcija radija može izraziti basnom o cvrčku i mravu. Ali prošlo je vreme kad se od radija tražilo i očekivalo da bude samo cvrčak koji je dobro obavešten. Danas radio mora da bude i mrav koji radi, ali i misli. Koji misli i o drugom. I hoće da čuje drugog. Pored ostalog, i zbog toga dokumentarni program, glas naroda i glas narodni treba da bude prisutniji na programima radija.

Dobra dokumentarna emisija jednako pripada i današnjici i sutrašnjici. Radija i života.

Priredio
M. Tošić

Karol Jakubović

GLEDANJE U KRISTALNU KUGLU: RADIO U NOVOJ MEDIJSKOJ ERI

KRIZA RADIJA: KAKVA KRIZA

Za sve one koji su zabrinuti za stanje u kome se nalazi radio danas Piter Menir iz BBC ima reči ohrabrenja: „sve je dobro u svetu radija“ (Meneer, 1987: 1). U svakom slučaju, proizvodnja radio-programa u BBC strahovito je porasla - sa 391 sat programa nedeljno 1951. na 3 712 sati 1986. godine. Osim toga, od 1971. britanski slušaoci održavaju prilično stabilan nivo u smislu prosečne dužine slušanja, koja iznosi oko 12 sati nedeljno po osobi.

U drugim delovima Evrope u proseku jedna osoba je tokom osamdesetih „konzumirala“ oko 30 sati radio i TV programa nedeljno, gde na slušanje radija otpada oko 50 % tog vremena. U stvari, radio privlači veći deo auditorija u zemljama gde se uopšte uzevši manje vremena troši na konzumiranje radio-difuznih medija.

Menir zaključuje rečima: - „Radio pokriva 40 % našeg (npr. kod BBC - K. J.) auditorija sa 30 % naših troškova. Suštinska ekonomičnost radija pomoći će mu da se zaštiti, uprkos sve veće konkurencije u svetu televizije... Budućnost radija ostaće ekonomski i finansijski zdrava sve dok radijska rukovodstva budu negovala talenat za proizvodnju programa koji ljudi žele da slušaju... *Radio čuva svoje pozicije u eri televizije. Ne postoji kriza radija* (Meneer, 1987: 9; naknadno podvučeno).“

Ovo je prilično slobodna interpretacija, ako se ima u vidu da je zasnovana samo na broju slušalaca i odgovarajućoj dužini slušanja i gledanja. Konačno, na osnovu istog kriterija moglo bi se reći da je radio u *teškoj krizi*, s obzirom da je prosečna dužina slušanja između 1951. i 1986. opala sa 18 na 11,5 sati nedeljno, mada je proizvodnja porasla skoro deset puta, dok je za to vreme dužina gledanja *skočila* sa 2,5 sata na 25,5 sati nedeljno, tj. deset puta, a televizijska proizvodnja porasla je samo sedam puta (sa 39 sati na 276 sati nedeljno).

A onda, kako da se poredi slušanje radija u prvim danima i danas? Tada, bar neko vreme, to je bila središnja i selektivna radnja (Moores, 1988) i podrazumevala je slušanje radio-emisija čiji su scenario i izvođenje pripremani sa velikim trudom (uporedi npr. Cardiff, 1980). Danas slušanje radija većinom je sekundarna ili tercijarna aktivnost i obično podrazumeva slušanje spontanog brbljanja disk-džokeja ili neke poznate ličnosti.

RADIJSKI BUM

Ipak, istina je da radio bar po obimu i proizvodnji u mnogim zemljama doživljava procvat kakav još nije zapamćen.

U Francuskoj i Italiji može se prebrojati na hiljade privatnih radio-stanica poslednjih nekoliko godina. Britanija će uskoro uvesti najmanje tri nove državne komercijalne stanice i oko 500 novih privatnih lokalnih stanica. Švedska ima oko 1 000 tzv. susedskih radio-stanica, pored mnogobrojnih regionalnih i lokalnih stanica u okviru mreže Švedskog radija. Danska, Finska, Norveška, Belgija i Španija imaju desetine ili bukvalno stotine novih privatnih radio-stanica. U Holandiji oko stotinu nekomercijalnih lokalnih radio-stanica počeće da rade 1988.* Grčka je ukinula monopol u radio-difuziji, a u februaru 1988. vlada je objavila da će razmatrati zahteve za otvaranje privatnih radio-stanica.

* Saopštenje je podneto na Kolokviju o komunikaciji i kulturi posvećenom razvoju radija, Bled, 28-30. septembar 1988.

Radio je u usponu i u drugim zemljama. U aprilu 1988. bilo je preko 10 000 radio-stanica u Sjedinjenim Državama (u poređenju sa preko 7 600 u 1975. godini), a predviđa se dalji rast (Abel, Ducey, 1987). Jedan zvaničan izveštaj u Kanadi pokazao je da će ovaj medij imati glavnu ulogu u budućnosti. Izveštaj se delimično oslanjao na preporuke i predloge Kanadske kompanije za radio-difuziju (CBC) (Let's Do It, 1985) koja već duže vreme favorizuje razvoj radija u budućnosti (uporedi, npr. The English Radio Development Project, 1983). Australija je još jedna država u kojoj se mnogo govorи u prilog ekspanzije radija (uporedi Commercial Radio..., 1986).

Pitanje koje sebi treba da postavimo glasi: šta sve ovo znači u pogledu mesta i uloge radija u životu pojedinaca i društava; kakva budućnost se proriče radiju kao mediju društvenih komunikacija?¹

Naš glavni cilj biće da pokušamo da prepoznamo opšte procese koji će odrediti ono što nazivamo socio-institucionalnim modelom radija u visoko razvijenim zapadnim zemljama u kontekstu njegovog razvoja do sada. Zato ćemo razmotriti neke aspekte procesa koji se odvijaju u visoko razvijenim zemljama, npr. u zapadnoj Evropi i severnoj Americi, koncentrišući se na sličnosti među njima, ali, naravno, ne zaboravljajući da je za potpuniju obradu problema koji razmatramo potrebno detaljnije ispitivanje situacije koja vlada u svakoj zemlji pojedinačno.

Tomas Makein (1986) upozorava da ne treba uopštavati pristup različitim modelima masovne komunikacije u zapadnoj Evropi, obrazlažući to time što su ovi modeli rezultat različitih odnosa između tehnologije, medijskog

¹ Naravno, pokušaj da se predviđi budućnost je rizičan poduhvat. Na primer, autori izveštaja o budućnosti radija na engleskom u Kanadi (The English Radio..., 1983) veruju da će ljudi, u informatičkom društvu, pošto imaju kontrolu nad svojim slobodnim vremenom, biti motivisani da svaki trenutak koriste da „obogate život materijalno i/ili duhovno“ - i u skladu sa tim koriste medij. Sepstrup (1987), s druge strane, veruje da će većina populacije pasivno koristiti komunikacijsku tehnologiju, s obzirom na veliki uticaj televizije i proces gde će izgubiti od manjine sposobne da vlada informacijskom tehnologijom.

sadržaja i specifičnih društvenih pojava sredine u kojoj su nastali. Nema sumnje da je to tačno, bez obzira što istraživanja masovne komunikacije nisu još utvrdila da li mediji odražavaju ili formiraju društvenu stvarnost (Katz, Szecsko, 1981). Međutim, ako zauzmemmo jedno još šire stanovište, možemo reći da visoko razvijene zemlje Zapada u svojoj transformaciji od industrijskih ka informatičkim društвima pokazuju dovoljno *zajedničkih* karakteristika da bi se uopštavanje pristupa moglo opravdati (vidi, na primer, Blumler i dr., 1986). Mnogi stručnjaci i grupe stručnjaka (uporedi McQuail, Siune, 1986; Ferguson, 1986; Smudits, 1987) smatraju da je korisno da se na *početku* zauzmu internacionalna uporedna stanovišta da bi se dobila slika u glavnim crtama o promenama koje se dešavaju u ovim zemljama i da se ona za ovu svrhu mogu razlikovati od drugih zemalja na različitom stepenu razvoja.

MNOGE NOVE ČINJENICE O RADIJU

Mnoge tehnološke promene i novine koje su zahvatile radio iste su kao i one sa kojima se suočava televizija. Ovde dajemo pregled novih dogadaja koje smo odabrali da bi se mogla dobiti ideja o razmerama promene koja se upravo događa.

Jedan vrlo uočljiv primer jeste pojava prenosivih tranzistorских radio-prijemnika, koja je imala dalekosežan uticaj na obrazac ponašanja kod slušalaca radija, stvorivši „vrste“ radija u upotrebi u Sjedinjenim Državama, kao što su, na primer: „radio za spavaću sobu“, „za kuhinju“, „za automobil“, „kancelariju“, „za ulicu“ i „za TV“ (koji se koristi da se sluša zvuk TV emisije kada čovek nije u mogućnosti da je gleda).

Izvestan pokazatelj o tome kako nova tehnologija olakšava novinarima izveštavanje jeste, na primer, celularni telefon koji se koristi za izveštavanje sa udaljenih mesta, za stanje na putevima, sport i vremensku situaciju. Uz upotrebu satelitskih veza radio-difuzija biće u stanju da direktno emituje najnovije vesti iz bilo kojeg kraja Sjedinjenih Država. Trenutno 23,6% američkih radio-stanica već koristi cellularne telefone.

Računari su napravili revoluciju u skoro svim aspektima rada u stanicama, počev od rukovođenja i administracije do tehnike, međusobne komunikacije, informativnog programa (Leon, 1988) itd. (Jedan primer bi mogao da bude Radio 2UE u Sidneju, Australija, koji se vodi na "Dynatech Newstar". Ima 11 samostalnih terminala, tri štampača, tri linije za komunikacije, dva opšta ulazna birača, dva diska od 100 megabajta za smeštanje podataka, kao i dve povratne veze sa stanicama u Melburnu i Kanberi. Brzina komunikacije sistema je 19 000 boda. Tri terminala su povezana prostorijama za proizvodnju vesti veličine telefonske kabine, a postoji i terminal u kabini za čitanje vesti. Drugi terminali su postavljeni za specijalizovane novinare.) Zaista, malo američkih radio-stanica nisu potpuno automatizovane zahvaljujući računarima ili satelitima.²

Upotreba satelita za prenos radio-signala posebno je pogodna za zemlje koje zauzimaju veliko prostranstvo. Očigledan primer su Australija (uporedi npr. O'Brien, 1986), Kanada (uporedi Direct to-Home..., 1983) ili Sjedinjene Države (gde je 85 % radio-stanica koristilo satelitske antene 1985. za prijem nekih od više desetina

2 Sredinom sedamdesetih procenjeno je da je u SAD najmanje sedam od svih FM stanica automatizovano. Ovako je opisan način njihovog rada: „Sa kompjuterom i paketom sofistikovane opreme, stanica može da radi beskrajno bez ljudskog učešća. Automatizovana stanica može da emituje muziku, a kompjuter bi uključivao reklame u određeno vreme. Ranije snimljeni komentari disk-džokeja će biti rasuti, a kompjuter će biti programiran da označi tačno vreme. Može da prikuplja vesti sa servisa mreže i druge „žive“ programe. Tipičan komplet jedne automatizovane stanice uključuje i kompjuter sa memorijom; četiri ili više magnetofona za muziku; dva ili više kasetofona za reklame - džinglove i spotove - i interfejs za druge izvore vesti, programe sa mreže itd. Neke stанице koriste automatsku opremu za emitovanje muzike, a imaju i kompjuter koji uključuje mikrofon disk-džokeja na 15 sekundi... dok drugi više vole da to već imaju snimljeno. Disk-džokej može da snimi ceo materijal za četvorosatnu smenu u 15 minuta, a greške se lako ispravljaju“ (Fornatale, Mills, 1983: 143-144).

Jedan od ekstremnih oblika tehnički moguće kompjuterizacije je korišćenje kompjuterizovanog glasa sintisajzera. U SAD Korporacija za digitalnu opremu nudi sintisajzer DECTalk koji je kompatibilan sa bilo kojim uredajem ASCII, kao što je terminal ili linije za komunikacije, i odatle proizvodi glasni signal. Ima sedam „različitih“ glasova koji mogu da se podeše na različite brzine, od 120 do 300 reči u minutu.

raspoloživih usluga). DBS (Direct Broadcast Satellite, direktna satelitska radio-difuzija) (Fortner, 1988) je stvar budućnosti. Jedna primena satelita za dostavu signala jeste obezbeđivanje celokupnog programa za lokalne stanice preko satelita kao što se to radi u Sjedinjenim Državama (uporedi 24 hours of talk.... 1988; Radio getting down to business, 1988; Radio programming..., 1986).

Međutim, kabl je još jedna nova tehnologija koja umnožava broj mogućnosti koje se nude. Primer za to je primena blok-konvertora da bi se povećao kapacitet prenošenja signala kroz kabl na takozvanim aeronaucičkim frekvencijama (108 do 136 MHz) između postojećih stanica na korisnikovom UKT prijemniku, praktično udvostručujući raspoložive kanale na prijemniku sa oko 30 na 60 kanala.



U februaru 1988. puštena je u rad prva evropska kablovska radio-stanica u Holandiji i nudila je muziku bez prekida 24 sata dnevno. U Sjedinjenim Državama kablovske radijske usluge postoje kao osnovni ili dodatni kablovski radio (uporedi Eastman et al., 1985) nudeći opet veliki obim profila, od poslovnih vesti („Cable news service...”, 1988) do muzike („A cable audio service”, 1987). Godine 1986. 36,8 % svih radio-stanica bile su

prenošene kao radijska usluga najmanje na jednom kablovskom sistemu (Abel, 1987). Kombinacija satelita i kabla stvorila je koncept „super-stanice“ - lokalne radio-stanice koja koristi satelitsku tehnologiju da bi njen signal mogao da dopre do kablovskih sistema u celoj zemlji.

Optička vlakna mogu da se koriste i već se koriste za radio, tako da jednoga dana mogu dobiti prednost nad satelitima za distribuciju programa putem radio-mreže. Budući da se za telefonski saobraćaj, kao i za prenos slike i podataka sve više koriste linije od optičkih vlakana, možda će i radio-mreže slediti taj put i otkriti da je distribucija pomoću optičkih vlakana ekonomičnija u odnosu na korišćenje satelita.

Kod većine gornjih primera nova tehnologija poslužila je kao „produžena ruka medija“ (Williams, 1984) nudeći radiju nove elektronske puteve kojima će stići do svojih slušalaca. U svakom slučaju, mnoga nova tehnološka otkrića pomažu da se promeni *tradicionalan* način na koji radio služi slušaocima.

Da bi se smanjila prenartpanost u opsegu srednjih talasa, zbog naglog porasta broja lokalnih stanica poslednjih godina, raspodela opsega između 535 KHz i 160 KHz smanjena je na 10 KHz, tako da može da radi 107 kanala na srednjim talasima. Postoji, takođe, mogućnost povećanja opsega srednjih talasa sa 160 KHz na 170 KHz, otvarajući prostor za još deset talasnih dužina. Nastojanja da se poboljša kvalitet prijema visokih zvučnih frekvencija u Sjedinjenim Državama na srednjim talasima radija dovela su do toga da se napravi standard koji smanjuje medusobno ometanje susednih kanala i daje bolju reprodukciju zvuka u poređenju sa kvalitetom koji se može dobiti na UKT. Isto tako, radi se i na stereo-zvuku u okviru srednjih talasa. Što se tiče stereo-zvuka na UKT, tehnologija FMX - koja povećava područje prijema UKT i smanjuje šumove kod signala - obezbediće prijem stereo-zvuka visokog kvaliteta na čitavom području koje pokriva jedna stanica na UKT.

Digitalni zvuk je još jedna nova tehnologija koja menja lice radija i uz sve veći broj CD gramofona u studijima sa

sve više digitalnih uređaja uvodi novu dimenziju u oblast kvaliteta zvuka.

Novi načini korišćenja elektromagnetskog spektra podstiču „radio-stanice ... da se deklarišu kao dobavljači informacija i komunikatori na širem planu“ (Decey, 1985: 3). Tu spadaju multipleks tehnike koje koriste UKT stanice da bi izdelile upotrebljiv spektar kanala na glavni kanal i pomoćne kanale. Kao što je poznato pomoćni prenosnici, kao i pomoćni kanali, mogu da se koriste za emitovanje programa (stereo), ali i za mnogobrojne druge neprogramske usluge nezavisno od glavnog kanala preko koga se emituje program (uporedi Whitehouse; 1986).

Evropska radio-difuzija (EBU), na primer, razvila je sistem za prenos podataka preko radija (Radio Data System) koji omogućava identifikaciju programa (tj. automatsko podešavanje radija na frekvenciju sa najboljim prijemom), informacije o programu (tj. informacije o stanici i programu na digitalnom displeju ugrađenom u radio-prijemnik) i obezbeđuje alternativne frekvencije. Mogu se dodati još i obaveštenja o stanju na putevima, radio se može koristiti i kao časovnik i kalendar, a može se ubaciti i tekst u grafičkom ili zvučnom obliku pomoću sintisajzera za glas. RDS - čiji je cilj da radio učini što pogodnijim za upotrebu - uveden je u upotrebu u Britaniji (Dean, 1986; „The BBC takes giant step...“, 1988), a treba da bude uveden u svim zemljama članicama EBU.

Ostale primene pomoćnog prenosnika idu još mnogo dalje u povećanju obima usluga koje radio-stanica može da obezbedi, uključujući audio-muzičke usluge, digitalan prenos podataka, „pejdžing“, prenos teksta, faksimil, stanje robe i imovine, punjenje personalnih računara video-igramama, prenos podataka o prodaji, prenos bankarskih i posredničkih transakcija, medicinske ili finansijske informativne mreže, usluge na stranim jezicima, otpreme, upravljanje radom semafora, telemetar, elektronsku poštu, policijske i vladine komunikacije, ažuriranje računarskog softvera i baze podataka, usporeno video-skaniranje, usluge očitavanja i telegrama.

Godine 1986. oko 31% američkih radio-stanica koristile su jedan ili više pomoćnih prenosnika.

Prema tome, sa tehničke tačke gledišta, radio je na putu da obezbedi, uporedo sa novom televizijskom tehnologijom - i kao njena konkurencija u izvesnoj meri³ - veliki izbor novih programskih komunikacionih i informacionih usluga, kao i da radijski medij učini znatno lakšim za upotrebu u druge svrhe, izvan delatnosti radio-stanica.

RADIO U DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI

Istorija elektronske komunikacije baca ružičasto svetlo na predviđanja o tome kako će nova tehnologija ponuditi veći izbor sadržaja i na taj način koristiti društvu (uporedi npr. Streeter, 1987). Stvarno iskustvo pokazalo je da se obrasci po kojima deluju mediji zapravo stvaraju na osnovu obrazaca društvenih odnosa i organizacije uredenja, kao i na osnovu potreba i očekivanja auditorija, često drugačije nego što se predviđalo.

Da pogledamo, dakle, u veoma opštem smislu, kako će društveni procesi koji su već danas uočljivi uticati na formiranje uloge radija u novom medijskoj eri. Koristan okvir za ovo može da bude, verujemo *društveno-institucionalni model masovne komunikacije*. Kako je ovde definisano, ovaj model:

1. određuje mesto medija u sklopu društvenih snaga koje deluju u dатој земљи, као и природе njihovih odnosa prema tim snagama;
2. određuje medijske ciljeve i funkcije i vrednosti prema kojima mediji teže, obezbeđujući ukupan sklad između glavnih, nacionalnih medija i interesa vladajuće strukture;

³ Koliko je autor ovog teksta do sada uspeo da otkrije, uticaj novog medija na radio i obratno, nije dovoljno izazvao pažnju istraživača, barem u SAD. Čak i diskusija o „rivalstvu između tradicionalnog medija, knjige, filma i elektronskog medija“ (Noam, 1985) jedva da uopšte pominje radio. Ista je stvar i sa mnogim studijama o modelima korišćenja novog medija u kontekstu opšteg ponašanja medija. Detaljnija diskusija o ulozi radija u eri novog medija moraće da sačeka veći obim istraživanja različitih aspekata ove teme.

3. oblikuje pravno i institucionalno uređenje koje medij masovne komunikacije prihvata da bi mogao da ostvari te ciljeve i funkcije;
4. dodeljuje uloge učesnicima u komunikaciji i određuje njihove međusobne odnose.

Kao što se može videti, ovaj koncept se koristi za definisanje onoga što Mekvejl (1987) naziva „medijskom institucijom“, a Čarls Rajt (1986) smatra institucionalizovanim formama društvene komunikacije i obrascima društvene organizacije u okviru kojih se dešava masovna komunikacija. Taj model određuje glavne dimenzije definicija i sliku o medijima (uporedi McQuail, 1987) u pogledu odnosa medija prema državi i društvu, društvenim i kulturnim vrednostima, organizacione i tehnološke karakteristike, kao i prema ključnim aspektima društvenih odnosa između pošiljaoca i primaoca poruka. On, takođe, određuje delovanje medija na osnovu kriterija kao što su sloboda i nezavisnost, red i solidarnost, raznovrsnost i pristupačnost, objektivnost i kvalitet informacija, kao i kulturne vrednosti (McQuail, 1987).

Radio je, naravno, počeo kao policentričan sistem sastavljen od malih privatnih stanica. Negde pre, negde kasnije, privatne stanice u Evropi preuzela je ili država ili javne institucije. Sa malim izuzecima,⁴ većina zemalja centralizovala je svoje radio-sisteme i uvela radio-difuzni monopol pre svega zato što je „politički sistem na vlasti želeo da ima kontrolu nad (radio-difuznim) medijima“ (McQuail, Siune, 1986: 3; uporedi, takođe, Wedell, 1987).

⁴ Jedan izuzetak je Španija koja je zadržala decentralizovan sistem značajnog broja privatnih stanica. Drugi je Švedska koja je održala, čak i povećala regionalnu i lokalnu radio-difuziju po uvođenju nacionalnog radio-servisa 1925 (Browne, 1984). Posle rata federalne zemlje (kao SR Nemačka, Jugoslavija, Australija, Švajcarska) zadržale su ili uveli radio-sisteme izgradene na sličnim principima prema administrativnim sistemima pojedinačnih zemalja.

MONOCENTRIČNI SISTEM UNIFORMNE KOMUNIKACIJE

Dominantan socio-institucionalni model radija, koji je nastao u ovom procesu, može se - bar što se tiče većine evropskih zemalja - nazvati *monocentrični sistem uniformne komunikacije*. Ovaj sistem je jednosmerna, odozgo nadole, univokalna komunikacija koja u sebi nosi nepravične društvene odnose, jer formalno dodeljuje aktivnu ulogu u komunikacionoj liniji isključivo institucijama kojima upravljaju strukture vlasti i definiše svoj glavni cilj kao održavanje postojećeg društvenog porekta. Nazivamo taj sistem „uniformnom komunikacijom“ zato što većina dominantnih, radio-difuznih sistema izvršava tu centripetalnu funkciju u društvu, nastojeći da „definiše“ i „konstruiše“ stvarnost (uporedi Hall, 1983; Vreg, 1985) kako bi „propagirali i predstavljali vladajuću klasnu ideologiju“ (Fiske, Hartley, 1984: 89), sa ciljem da se reprodukuje društveni poredak i da se auditorij uključi u dominantnu kulturu, vrednosti i ideologiju.

Američki sistem komercijalne radio-difuzije - mada ima decentralizovanu i pluralističku strukturu - ipak obavlja skoro istu ulogu u društvu (Kletter, Hirschorn, Hudson, 1977: 30; Thomas, 1986) i mogao bi se opisati kao *policentričan sistem uniformne komunikacije*.

Sve ovo ukazuje na postojanje efikasnih mehanizama političke, ideološke ili ekonomske kontrole nad radom radija, koju ima struktura vlasti i koja je ugrađena u institucijske i organizacione sheme njegovog rada. Ovi mehanizmi - koji obezbeđuju da fundamentalna uloga koju imaju dominantni državni medijski sistemi koji funkcionišu na osnovu raznih teorija o novinarstvu, budu vrlo slični - mogli bi se, sa čisto praktične tačke gledišta, smatrati važnijim u određivanju društvenih ciljeva i implikacija radio-difuznih medija nego što su same teorije o novinarstvu.

Svima je već dobro poznata priča da se razvoj televizije pedesetih i šezdesetih godina poklopio sa brzim i sveobuhvatnim društvenim promenama, stvarajući potrebu da se menjaju obrasci po kojima funkcionišu

mediji. Radio je bio u stanju da reaguje. U različitoj meri tri procesa promena počela su da menjaju radio i - manje i sa određenim zakašnjenjem - televiziju:

- specijalizacija,
- decentralizacija, i
- demokratizacija.

Za sve ove procese - koji su uslovili nov način gledanja na ideju o masovnoj komunikaciji (Jakubowicz, 1985) može se reći da su nastali kao rezultat odbacivanja monocentričnog sistema uniformne komunikacije i pre svega modela društvene organizacije, koji ga je proizveo i za čije održavanje je bio namenjen.

KA POLICENTRIČNOM SISTEMU PLURALISTIČKE KOMUNIKACIJE

Specijalizacija, naravno, predstavlja finalnu fazu evolucije masovnih medija duž specijalizovane elitno-narodne krivulje (Merrill, Lowenstein, 1979), koju je pokrenula sve veća sofistikovanost auditorija i želja za različitim sadržajima koji pogoduju razlikama u načinu života, poreklu, obrazovanju, zanimanju, uzrastu, polu itd. Moglo bi se reći da ova tendencija odgovara onome što je Najsbit (1984) nazvao megatrendom u pravcu „višestrukih opcija“.

Decentralizacija je delimično oblik specijalizacije a delimično odgovor na nastajanje duha regionalizma i „lokalnog razmišljanja“ (Hartikainen, 1981), kao reakcija na homogenizaciju i atomizaciju masovnog društva dovedenog do, između ostalog, monocentričnog sistema jednolične komunikacije. Megatrendovi u pravcu Visokog Dodira i Decentralizacije su u istoj liniji sa ovom tendencijom.

Demokratizacija izrasta iz želje grupa, pokreta i obespravljenih klasa sa komunikacijske tačke gledanja od strane monocentričnog sistema, da prodru kroz redove aktivnih pošiljalaca. Oni zahtevaju da preuzmu ili reformišu i „razotkriju“ (Branscomb, Savage, 1978; „Politika radio-difuzije...“, 1980) postojeće institucije

medija. Mnoge od tih grupa i pokreta su, uprkos tome što su vlade uporno branile monopol radio-difuzije, osnovale svoje „alternativne“, „slobodne“ medije „komuna“ (Van Hautghem, 1976; Nigg, Wade, 1980; Beaud 1980; Lewis, 1984a, 1984b; Quortrup, itd.), koje su obično operisale na ivicama „velikih medija“. Ovakvi naporci za demokratizacijom medija mogli bi da odgovaraju megatrendovima u pravcu „samopomoći“, „participatorne demokratije“ i „stvaranja mreža“. Potpuna demokratizacija masovne komunikacije bi, prirodno, zahtevala potpuno sprovođenje teorije demokratskog učešća medija (McQuail, 1987), obezbeđivanjem potpune socio-političko-kulturne raznolikosti (Jacklin, 1987; uporedi takođe McQuail, Van Cuilenburg, 1983).

Jedan od rezultata koje su donele ovakve promene kod radija je da se u velikom obimu počelo „sa olakšavanjem kulturne solidarnosti u okviru specifičnih podgrupa, dok je televizija bila velika komunikacijska veza *između* grupa, okupljajući ih za izlaganje većim, dominantnijim kulturama“ (Lewis, 1981: 209).

Ako ih svedemo na lokalni zaključak, ove tri tendencije bi rezultirale u kreiranje onog što bi se moglo nazvati *otvoreni, policentrični sistem participatorne, pluralističke elektronske komunikacije*.

Međutim, osamdesetih godina vidan je zaokret u mnogim zapadnim evropskim zemljama od socijalne filozofije i praktične politike socijalne pomoći, napor da se revitalizuje ekonomija manje ili više odredenim okretanjem *laissez-faire* kapitalizmu i slobodnim preduzećima. Ideološka superstruktura, ako se tako može nazvati, socijalne pomoći i pratećih državnih intervencija u mnogim sferama života - uključujući i radio-difuziju - se rapidno razdvaja. Ovo vodi ka značajnom stepenu deregulacije, demonopolizacije i komercijalizacije radio-difuzije, a delimično do novog medija (uporedi Richeri, 1984; Jakubowicz, 1986).

U isto vreme, osnovi starog, partrijarhalnog, monocentričnog sistema su uzdrmani razvojem medijske tehnologije, koji je pomogao da se razbije monopol

radio-difuzije i omogućio pojavu novih „zvezda“ na medijskoj nacionalnoj i međunarodnoj sceni:

- širenje satelitske transmisije i eksplozija videa;
- uvođenje jevtinije opreme za prenos, uklanjanje finansijskih i tehničkih barijera za uvođenje radio-difuzije na lokalnom nivou;
- širenje kablovske transmisije i UKV radija, povećanje radio-difuznih kanala i veći izbor programa.

Tako, tri pomenute tendencije promena u radio-difuziji postaju upotpunjene - i kontradiktorne - sa dve dodatne:

- komercijalizacija i
- internacionalizacija, a obe se odnose na transmisiju i investicije.

Slobodna konkurenčija između komercijalnog i društvenog sektora u radio-difuziji - sa obiljem novih kanala koje omogućavaju novi mediji - izaziva kolaps društvenog sektora koji će morati da se uključi u borbu za publiku, programe i reklamere (i da se angažuje) u nemilosrdnoj utakmici koja ubrzava proces, po Grahamovom zakonu, svodenja programa na najniži zajednički imenilac (Head, 1988: 17).

A SADA JOŠ I GLOBALNI SISTEM UNIFORMNE KOMUNIKACIJE

Izgleda da je jasno da demokratizacija i komercijalizacija nisu kompatibilne, iako ova druga podrazumeva deregulaciju.⁵ Isto važi i za decentralizaciju i internacionalizaciju. Komercijalizacija favorizuje decentralizaciju kao mogućnost prilagođavanja poruke

⁵ Kantor i njegov komentar (1986) o socio-političkim implikacijama deregulacije industrije telekomunikacija u SAD odnosi se takođe i na radio-difuziju: „U društvu i ekonomiji baziranim na konkurentskoj borbi i sa industrijom telekomunikacije koja se svodi na nekoliko giganata, uloga vlade će poslužiti njihovim interesima. Sa ovakvom perspektivom, tekući program za „deregulacijom“ je samo fasada iza koje je mali broj interesa okrenut tako da štite jedni druge. Tako je ono što izgleda da je nestanak regulacije samo grupa koja kontroliše pravila da bi sprečila druge da preuzmu kontrolu“ (Cantor and Cantor, 1986: 99).

prema teritorijalno određenim grupama konzumenata, ali radi se o tobožnjoj decentralizaciji ("dekoncentracija" je možda bolji termin) samo u pogedu mesta gde su stanice smeštene, a ne o stvarnoj "lokalizaciji" radio-difuzije što se tiče sadržaja (uporedi Nothing Local About It ..., 1983).

Internacionalizacija, takođe, ne ide naruku specijalizaciji. Komercijalizacija favorizuje specijalizaciju, kao način da se dopre do tačno određenog segmenta auditorija,⁶ ali ne i istinsku raznovrsnost i pluralizam sadržaja.

Ukratko, te dve tendencije, ako se dozvoli da deluju neometano, mogle bi na Zapadu dovesti do pojave globalnog *monocentričnog* ili u najboljem slučaju *oligopolističkog sistema suštinski uniformne komunikacije*.

"Globalno monocentričan ili oligopolistički" praktično znači da proizvodnja i distribucija većine medijskih sadržaja bude pod kontrolom, kao što se to već danas dešava,⁷ malog broja transnacionalnih korporacija. One bi bile stvari "pošiljaoci" a nacionalni mediji u velikoj meri predstavljali bi njihove distribucione kanale. Ovaj model bi, prema tome, odredivao mesto nacionalnih medija ne samo u odnosu na društvene snage u jednoj državi, nego i u odnosu na najuticajnije države i

6 Ovo verovatno računa na umnožavanje formata u američkoj formuli radija. Uz pojavu novog formata, postojeći formati postaju međunarodno različiti. Na primer, postoji pet varijanti savremenih formata FM radija za odrasle, namenjenih različitim demografskim grupama: ženama od 25 do 35 godina; ženama od 24 do 39 godina; ženama i muškarcima od 24 do 39 godina; ženama 24 do 49 godina i ženama od 35 do 49 godina. Osamdeset procenata muzike je isto, a ostatak je podešen prema posebnom programu stanice. „Sadašnji, masovni pokret“ stanica u pravcu široko baziranih grupa odraslih će se nastaviti još godinama, jer formati imaju demografske ciljeve što je atraktivno za kupce vremena“ - beleže u jednoj agenciji za oglašavanje (Broadcasting, 28. jul, 1986).

7 Kalkkinen i Sarkkinen (1985) tvrde da je već sada masovna zabava u zapadnom svetu kontrolisana malim brojem multinacionalnih kompanija, aktivnih na različitim poljima. Navode 11 takvih velikih kompanija, od kojih je samo jedna britanska a ostale su američke. Hamelink (1985) ističe da je produkcija komunikacijskog hardvera i softvera sve više kontrolisana od strane „kompleksa komunikacijske industrije“ od 86 severnoameričkih, zapadnoevropskih i japanskih korporacija. Uporedi takođe Guback, Varis, 1982.

transnacionalne korporacije u svetskom sistemu.⁸ A to bi bila „suštinski uniformna“ komunikacija, jer, bez obzira na sve razlike u sadržaju, stilu, žanru i izražajnim sredstvima, osnovna poruka će nositi pečat „legitimeta svetskog sistema“ (Mosco, 1982).

Istina, ova pretnja stvarno se mnogo više odnosi na televiziju nego na radio, mada i tu skoro sav muzički sadržaj (npr. emitovanje muzike sa gramofonskih ploča, koje zauzima veliki deo ukupnog vremena emitovanja) podleže kontroli transnacionalnih korporacija, ili je posvećen muzici domaće proizvodnje za medunarodno tržište, pa je zato „odvojen od kulture naroda“ ili „denacionalizovan“ (uporedi Wallis, Malm, 1986).

Vlade Zapada svojom politikom u oblasti komunikacija odrediće pravila takmičenja između javnog i komercijalnog sektora radio-difuzije, a ishod je u velikoj meri unapred određen. Kao što ćemo dalje pokazati, drugi važan činilac u ovom slučaju biće, naravno, stavovi i ponašanje auditorija.

Zvanična politika u oblasti komunikacija biće u funkciji šire borbe oko toga koju političku i ekonomsku strategiju odredene države Zapada treba da slede. I zaista, kako Denis Mekvejl (1986) ističe, zemlje zapadne Evrope mogu se podeliti na one koje se drže stare „kulturne“ politike u pogledu radio-difuzije, i na one koje usvajaju novu „industrijsku“ politiku. U „kulturnoj politici“, koju u potpunosti sada slede uglavnom skandinavske zemlje, prevladuje želja da se zaštiti i podržava upotreba svog jezika i domaćih kulturnih proizvoda, da bi tradicionalni radio-difuzni mediji zajedno sa novim elektronskim obavljali odredene društvene funkcije koje spadaju u domen javnih radio-difuznih usluga. „Industrijska politika“ je odraz opšteg stava da se da prednost slobodnom kretanju tržišnih tokova na nacionalnom i internacionalnom planu, kao i ekonomskoj integraciji Zapada. Ova politika nastoji da masovne komunikacije

⁸ Chevaldonné (1987) tvrdi, na primer, da arapska filmska i televizijska produkcija, dugo smatrana kulturno autonomnom, u stvari u formi ugovora sa transnacionalnim kompanijama, koje proizvode sadržaje ne samo za jednu oblast, tako da taj sadržaj nosi „etiketu arapskog“, a u stvari ima manje nacionalnih crta nego nova „pidžn“ kultura.

iskoristi za te ciljeve, otvarajući mogućnosti za privatne poduhvate i menjajući njihovu društvenu ulogu na taj način što bi masovne komunikacije postale instrument ekonomskog razvoja.

Iskustvo pokazuje da postojanje komercijalnog sektora polarizuje radio-difuziju, ne ostavljajući dovoljno prostora za alternativne ili društveno motivisane privatne medije. U Italiji kasnih sedamdesetih i u Francuskoj ranih osamdesetih godina dogodila se neverovatna eksplozija alternativnog, „slobodnog“ radija koji je služio kao oduška grupama svih mogućih ubedenja i za iskazivanje dotle nezamislivog raspona gledišta, ukusa, načina života. Kasnije je većinu toga odnela bujica komercijalizacije. U Italiji preostale „slobodne radio-stanice ... (postale su) oduška za marginalnu omladinu, za nezaposlene mlade ljude“ (Beaud, 1980: 135). Isto bi se moglo dogoditi i u Holandiji, gde su privatne lokalne stanice legalizovane 1988, jer im nije data zvanična finansijska podrška, a zakon im zabranjuje da emituju reklame. U Finskoj, kako ističe Paldan (1986), vlada je - nasuprot drugim skandinavskim zemljama - odlučila da ne pomaže eksperimente nekomercijalne mlađarije sa lokalnom radio-difuzijom, nego je uvela lokalni radio na strogo komercijalnoj osnovi. Međutim, on nije uspeo da obezbedi dovoljan prihod od reklamiranja, delimično i zbog malog auditorija. Tako se ubrzo javio pritisak da se liberalizuju propisi i da se omogući koncentracija kapitala i stvaranje većih stanica koje mogu da zarade više novca (Paldan, 1986; Svendsen, 1987). Isto se dogodilo u Britaniji a počinje da se dogada i u Saveznoj Republici Nemačkoj.

DA LI ĆE PLURALITET I PLURALITET FORME DOVESTI DO PLURALIZMA

Za sada se u zapadnoj Evropi na globalno monocentričnu ili oligopolističku suštinski monocentričnu komunikaciju gleda kao na dovoljno veliku pretnju koja može da pokrene zajedničko nastojanje da mediji postanu instrument podržavanja i razvijanja „evropske kulture“, ma šta to značilo (uporedi Europe 2000 ..., 1988):

....u mnogim zemljama ostalo je osećanje da je radio-difuzija više od usluge korisnicima koja se sada može prepustiti tržištu. Iako je ovo uverenje izloženo napadima i u Britaniji i u SAD, a sve više se preispituje i u drugim zemljama, pošto su potraživanja iz državne kase postala neverovatno velika, *radio-difuzija za sada ostaje više pitanje kulture, a manje biznis*" (Barnett, Docherty, n. d.: 1-2; naknadno podvučeno; ovo mišljenje deli i Head, 1988).

Ova rešenost da se sačuva radio-difuzija kao javna usluga prvenstveno je usmerena ka televiziji, dok u slučaju radija, što se tiče državne vlasti, postoji mnogo više dobre volje da se javni radio zakonski reguliše znatno "labavije" nego ranije, a taj princip leži u osnovi zvanične politike u Britaniji. Zahvaljujući tome broj komercijalnih radio-stanica već je naglo porastao u mnogim zemljama koje smo gore pomenuli, i to je proces koji će se verovatno nastaviti.

Prema tome, budućnost radija verovatno će ići ka pluralitetu i pluralitetu forme. Novi sistem, bez sumnje, biće policentričan. Biće formalno otvoren utoliko što verovatno neće biti mnogo zakonskih prepreka da se otvorí radio-stanica, a finansijske i tehničke prepreke će se lako prebroditi, bar u slučaju otvaranja amaterskih i lokalnih stanica. Kao što vidimo, problem će biti u tome da opstanu što duže na radio-talasima.

Organizacione i institucionalne sheme obuhvatiće i javne i komercijalne mreže i stanice a, verovatno, i neke kombinovane forme manje-više regulisanih privatnih, lokalnih ili potpuno komercijalnih stanica koje rade na nekim principima javnih usluga, kao što je to slučaj u Britaniji.

Mesto pojedinih sistema na uniformno-pluralističkom kontinuumu zavisiće od trenutnih uslova u određenoj zemlji. Međutim, teško da će oni reprezentovati gore pomenutu socijalnu, političku i kulturnu raznovrsnost. Ali dogod se državni sektor bude držao na svojim pozicijama, neće moći da se razvija samo „numerička raznovrsnost" čisto komercijalnog sistema koji koristi lažnu *raznolikost* (radije nego pravu) sadržaja uz pomoć

proizvoda iz mnogobrojnih izvora, kao način da se obezbedi što bolji sklad između „demografije“ auditorija i reklamiranja usmerenog ka određenim segmentima jednog društva.

Tačno mesto jednog sistema na uniformno-pluralističkom kontinuumu zavisiće, takođe, od ponašanja auditorija.

RADIO I POJEDINAC

Radio je počeo „zauzimajući vreme i prostor u kući“ (Moores, 1988) i uplićući se u dnevni ritam aktivnosti u kući. Vremenom, kao što smo pomenuli, radio je postao zanimljiv medij koji je u stanju da kroji svoje programe prema interesovanjima, potrebama i očekivanjima pojedinih grupa na veoma prefinjen način (uporedi Altheide, Snow, 1986; Eastman et al., 1985).

ODRAŽAVANJE IDENTITETA I KREACIJA

Nešto od uspeha radija u razvijanju strategije opstanka mora se pripisati njegovoj sposobnosti da odgovori na psihološke potrebe svojih slušalaca. U nabranju psiholoških motiva vezanih za komunikacijska zadovoljenja, Viljem Makgvajer (1974) (William J. McGuire) pominje nekoliko teorija (teoriju autonomije, ekspresije, ego-defanzivnosti, pojačanja i identifikacije) koje se bave različitim aspektima ovog problema, zapravo pojedincima koji u medijima traže zadovoljenja kroz izražavanje, odražavanje i pojačavanje svog ega i identiteta, ili čak - kao u slučaju preuzimanja identiteta - kroz pronalaženje zadovoljavajućih uloga da bi se dodale sopstvenim konceptima. Kako kaže Gari Gampert (Gary Gumpert 1976: 67):

„Mini-komunikacija pruža delimičan odgovor na traganje pojedinca za identitetom, a pojedinac ima dodatnu pogodnost da menja taj identitet pomoću mini-komunikacije koju izabere.“

U vezi sa grupnom dimenzijom ovog istog problema Jay G. Blumler (1985) ukazuje na važnost motivacije „socijalnog identiteta“ za upotrebu medija, kao i na

činjenicu da pripadnost društvenoj grupi i zajednici, formalno i subjektivno, pomaže auditoriju da održava i jača svoj društveni identitet kroz ono što vidi, čuje i pročita putem medija. Pojačavanje grupnih veza, vrednosti i identiteta jeste važna - mada zanemarena - dimenzija zadovoljenja koja se traže u okviru medija.

U nekim društvima - gde grupe nisu više jasno utvrđene nego dobijaju kvalitet slobodnog odlučivanja - važi i obratno: mediji su potrebni da pomognu *stvaranje* i pojačavanje slobodno izabranog grupnog identiteta i da na taj način budu instrument u zadovoljavanju suštinskih potreba, služeći praktično kao produžetak date grupe.

Monocentrična, uniformna komunikacija nije u mogućnosti - uglavnom zbog svoje prirode - da odgovori na mnoge od tih zahteva. Čak i danas, u vreme radio-difuzije sa uskim specijalizacijama, komercijalna televizija bilo kog profila nije u stanju još uvek - pošto je primorana da okupi velike auditorije kako bi privukla dovoljno reklamera radi prihoda - da pruži dovoljno raznovrstan sadržaj koji bi zadovoljio potrebe manjih grupa.⁹ Javne televizijske usluge funkcionišu sa obavezom da udovolje svim interesovanjima i ukusima, tako da manjinama mogu da posvete samo veoma malu količinu programa - u svakom slučaju nedovoljno da se obezbedi zadovoljenje duboko usadenih psiholoških potreba koje smo gore pomenuli. Ostaje da se vidi kakav učinak će u ovoj sferi imati stalna diversifikacija i multiplikacija kanala.

Jaka strana radija - naravno, pored toga što predstavlja brz izvor informacija, što je danas vreoma važno (uporedi, simpozij u *European Journal of Communication*, Vol. 2, No. 2, 1987 o širenju vesti o ubistvu Ulofa Palmea) jeste njegova sposobnost da prilagodi sadržaj potrebama *teritorijalnih i interesnih*

9 Dobar primer mogućnosti radija da prilagodava poruke je jedan oglas (navodi Gumpert, 1976) koji se mogao čuti na njujorškoj radio-stanici WEVD, u kome se traži disk-džokej za kineski: „Učesnici moraju da poznaju Pun Sou Kenga (rok'en'rol pevač iz Hong Konga), treba da objavljaju vesti, vreme i temperaturu na tečnom kantonском i da citiraju Konfuciju u originalu.“

zajednica, pomoću decentralizacije i specijalizacije.¹⁰ Ova uloga radija u ranom otkrivanju i zadovoljavanju takvih potreba sada je značajna, a biće i u budućnosti.

Što se tiče pojedinačnog i grupnog identiteta, lokalne i susedske stanice služe ovoj svrsi, bilo da *odražavaju* život i iskustvo lokalne zajednice, ili da *obnavljaju* tu zajednicu ponovo uspostavljajući društvene veze uništene dezintegracijom koju prouzrokuje „sistemska društvo“ (Hagerstrand, 1986) i uništavanje lokalnih kultura zahvaljujući delimično invaziji „nelokalne“ (centralizovane, državne) i „postlokalne“ (internacionalne) medijske kulture (Julkunen, Sarmela, 1987). Ovaj drugi slučaj može se smatrati varijacijom efekta „privatizacije“ masovne komunikacije, koja dobija oblik „težnje za intimnim i humanim medijem... za nečim razumljivijim i poznatijim za slušanje“ (Hartikainen, 1981: 3), nudeći iskustvo koje se može deliti sa drugim članovima zajednice i psihološku sigurnost.

Potreba za tim verovatno će još više rasti u budućnosti u informatičkom društvu - jer kako ističe Orin Klap (1982) *the fast horse of information (outstrips) the slow horse of meaning formation* (brzi konj informacija prestiže sporog konja stvaranja značenja), izazivajući krizu značenja, takođe poznatu kao otudenje, beznadežnost postojanja, apsurdnost, kriza legitimite, problem identiteta, rasulo itd. (uporedi, takođe, van Cuilenburg, 1987).

Klap smatra da masovni mediji preuzimaju mesto infrastrukture (priateljstva, reciprociteta, osećanja pripadnosti, korena itd.) iz koje izrasta značenje. U malim zajednicama gde ljudi značenja izvlače iz svakodnevnih susreta sa susedima, što je uništeno u gradskoj mobilnosti, masovni mediji pružaju zamenu za

10 U tipologiji „informativnog medija“ baziranoj na kriteriju veličine auditorija, Minoru Tamura (1987) razlikuje „masovni“, „segmentni“ i „lični“ medij. Po ovoj tipologiji, radio i televizija su klasifikovani samo kao masovni mediji, dok oni u stvari mogu da se smeste u najmanje dve varijante segmentnog medija: „medij male oblasti za opšti auditorij“ (decentralizovane, lokalne i stanice komuna) i „medij široke oblasti za ograničeni auditorij“ (specijalizovane stanice orientisane u pravcu komuna sa zajedničkim interesom ili manjina različitih vrsta razbacanih u većim ili manjim oblastima).

stvarno iskustvo iz koga ljudi izvlače značenja kroz neku vrstu „emocionalnog autostopiranja“ na tudiim životnim putevima, stvarnim ili fiktivnim, na primer, posmatrajući „život“ heroja u televizijskoj drami.

Medijski simulirana interpersonalna komunikacija (uporedi Cathcart, Gumpert, 1986) predstavlja drugu „funkcionalnu alternativu“ (Rosengren, Windahl, 1972) za društvenu interakciju neophodnu za stvaranje značenja i zadovoljavanje drugih potreba, uključujući i prijateljstvo. Izučavanja ovog pitanja otkrila su (uporedi Turow, 1974; Tramer, Jeffres, 1983) da ljudi koji uzimaju učešće u kontakt-emisijama na radiju (Cathcart i Gumpert, 1986, nazivaju to „radijski teleparticipatorni medij“) ne čine to zato što im je potreban „forum“ za njihova gledišta, već radi druženja i društvene interakcije.

Radio nastoji da i dalje igra tačvu ulogu i zadovoljava ove potrebe - što će u budućnosti biti još izraženije nego danas.

UKLJUČIVANJE U RADIO-TALASE: KOLIKO JE TO RASPROSTRANJENA POTREBA

Po svemu sudeći, uprkos širenju televizije, u skorijoj budućnosti biće još uvek lakše upotrebiti radio za zadovoljavanje još nekih potreba: za samoiskazivanje, za odbranu i podržavanje individualnih i grupnih prava i za angažovanje u javnom i političkom životu. Drugim rečima, radio će pružati društveni pristup i učešće u radio-difuziji svakome ko želi da iskoristi svoje pravo da komunicira.

Sporno pitanje u ovom slučaju odnosi se na univerzalnost i intenzitet te pretpostavljene potrebe i želje.

Kada su 1982 „slobodni radio-entuzijasti“ u Tokiju pronašli rupu u zakonu¹¹ koja im je omogućila da osnuju mini FM stanice, bukvale hiljade takvih stanica pojavilo

11 Ovo je odredba po kojoj se ne traži licenca za uredaj kojim se otvaraju garažna vrata iz daljine ili za uredaje za daljinsku kontrolu kod modela aviona. Uprkos njihovo izuzetno maloj snazi, oni mogu da se koriste kao radio-prenosnici koji pokrivaju oblast od 0,3 milje, što u gusto naseljenom gradu može da znači auditorij od 20 000 slušalaca.

se i nestalo u roku od nekoliko godina, a svega još stotinak ih je postojalo 1985 (Duckworth, 1988). Ovo je bilo samo ponavljanje italijanskog i francuskog iskustva koje smo ranije pomenuli. Eksplozija slobode izražavanja nakon dugog perioda prisilnog čutanja izaziva strahopoštovanje. Ali je obično kratkog daha.

Kao što Dauning (Downing 1988) primećuje, eksplozija alternativnih medija šezdesetih i sedamdesetih godina nastala je kao posledica poklapanja političkih previranja u industrijski razvijenim društvima sa sve većom raspoloživošću tehnologije medija malog obima. Međutim, od tada pretpostavka o univerzalnoj potrebi za (masovnom) komunikacijom, koja je sastavni deo obrazloženja ideje o pravu na komuniciranje,¹² još uvek nije dokazana. Ustanovljeno je da je:

„nerealno tražiti od zajednice da se navikne na stalno samoiskazivanje. Učešće brzo izgubi zamah i postaje izveštačeno... (Srednja klasa) pokazuje najviše sklonosti da učestvuje u komunikaciji. U stvari, upravo iz te iste srednje klase pojavili su se mladi „intelektualci“ koji su spremni da sprovode određene vrste društvene i kulturne aktivnosti...“ (European Experiments ..., 1977: 17).



12 Ono što je sa informativnim društvom već iza nas, pravo za komunikacijom je prošireno i reformulisano od strane njegovih entuzijasta u „pravo za telekomunikacijom“ (Harms, 1985).

Zbog toga je švedski „susedski radio”, osnovan posebno radi toga da bi omogućio lak pristup radio-talasima svakom dobrovoljnom udruženju koje to želi, postao medij za komunikaciju unutar grupe ili unutar organizacije, a ostali pokazuju veoma slabo interesovanje (Vichniac, 1980). Čak i zvanične političke i društvene snage pokazuju interesovanje za susedski radio samo u vreme konfliktnih situacija (uporedi *Narradio*, 1981).

U danskom eksperimentu sa lokalnim radiom političke partije vrlo brzo su obustavile rad nekoliko stanica za koje su tražile da im se odobre, a samo 25 % „kulturno i politički aktivnih“ slušalaca izrazilo je određeno interesovanje za vesti i debate o lokalnim pitanjima, dok se ostali zadovoljavaju time da slušaju vesti, muziku, kontakt-emisije, tombolu i religiozne programe (Petersen et al., 1984).

Brze društvene promene, političko i društveno previranje, disidentstvo, osećanje nepravde i diskriminisanosti, širenje nezadovoljstva po pitanju određenog problema - za sve ovo potrebno je šire interesovanje i učešće u komunikaciji, mada razlike u komunikacijskoj kompetenciji ipak daju prednost bolje obrazovanim aktivistima srednje klase koji obično i upravljuju radom alternativnih medija. U vremenima relativne stabilnosti alternativna komunikacija obično postaje provincija za otuđene manjinske grupe različite vrste, koje - kao što smo videli - u mnogim slučajevima koriste medij za komuniciranje unutar grupe.

Prema tome, u vremenima relativnog socijalnog mira i stabilnosti, po svemu sudeći, neće se manifestovali široko rasprostranjena ili intenzivna potreba da se dobije pristup i forma učestvovanja u masovnoj komunikaciji. Čak i ako bi se manifestovala, relativno lak pristup lokalnim masovnim medijima za zadovoljenje određenih potreba sigurno će veoma ublažiti jači pritisak na javne ili komercijalne medije da uzmu u obzir tu potrebu, ili da u okviru svih sadržaja izražavaju stanovišta koja se obično zanemaruju. Potreba i neophodnost komuniciranja preće naći svoje mesto u „alternativnoj javnoj sferi“ (Downing, 1988) koja postoji paralelno sa zvaničnim medijima (čija se uloga kao elementa javne sfere danas

zanemaruje u zapadnim društvima) (uporedi Dahlgren, 1983; Elliott, 1986). Takva „alternativna javna sfera“ normalno radi na ivicama javnog života i sistema komunikacija jednog društva (ovo se vidi, na primer, u istoriji lokalnog radija u SAD; uporedi Barlow, 1988), obezbeđujući društveni prostor i komunikacionu mrežu onima koji su delimično ili potpuno „isključeni“¹³ ali može se formirati i oko nekog određenog problema. U normalnim uslovima njen uticaj na zvanične medije ograničen je, mada u periodima razdora ili konflikata alternativna javna sfera može da utiče na njih da potpunije i tačnije govore o problemima, ili da zauzmu stav, što obično izbegavaju da čine - ukratko, da obogate i pluralizuju svoje sadržaje. Kao rezultat koegzistencije zvaničnih (javnih i komercijalnih) medija i alternativnih medija, auditorij će se možda *polarizovati*, tako da se većina opredeli za ove prve, a manjina posveti više vremena slušanju ovih drugih.

Ako je ova analiza tačna, onda će u skorijoj budućnosti radio u razvijenim zemljama Zapada sadržati tri elementa: javni sektor (čiji će se obim i značaj možda smanjiti), agresivan i sve veći komercijalan sektor i alternativni radio različitog dometa i značaja, zavisno od društvene situacije u datom vremenskom periodu. Mada se tačno mesto radija u svakoj zemlji na uniformno-pluralističkom kontinuumu, naravno, ne može predvideti, opšti model će najverovatnije biti pluralistička ali uglavnom nediferencirana komunikacija.

K. Jakubowicz, „Gazing into the Crystal Ball: Radio in the Media Age“, RTV-Theory and Practice, Special Issue, No. 3, 1988, str. 20-47, gde se može naći veoma obimna bibliografija ovog rada.

Prevele s engleskog
Julija Vučić i
Danica Dobrosavljević

¹³ Ronge (1987) izveštava o postojanju merljivih grupa u Zapadnoj Nemačkoj koje su se okrenule od velikog državnog medija u korist pojačanog učešća u mrežama interpersonalnih komunikacija koje su okružene saradnicima „otpadnicima“. Jedino izdanje, od mnogih novina pripremljenih za čitanje, je alternativni dnevnik „Die Tageszeitung“.

Ivana Stefanović

O DELU „LINGUA /PHONIA/ PATRIA“

Zamisao i ideja o delu čiji je naslov *Lingua /phonia/patria* stara je nekoliko godina. Podsticaj da ono nastane došao je od Klausu Šeningu, rukovodioca *Hörspiel* studija Zapadnonemačkog radija iz Kelna i jednog od trenutno najaktivnijih i najefikasnijih zagovornika akustičke umetnosti u svetu.

Njegova hrabrost zamisli i maštanja u tom trenutku uveliko su prevazilazili moje.

Mnogojezičnost balkanskog podneblja ili, drugačije rečeno, multilingvalnost jugoslovenske zajednice, činila se dragocenom i jedinstvenom materijom čije bi autentično zvučanje, uobičeno i preoblikovano u novu radiofonsku sintetičku formu, ispunilo postojeći prostor programa *Acustika International* koji je situiran na III programu WDR.

Da li treba zahvaliti sveprisutnoj (ili u-mnogo-čemu-i-kome-prisutnoj) autocenzuri, nanosu magli, ugrađenom osećanju „ključeva“ i političkih klišea... tek, bilo je potrebno da od trenutka započetih razgovora prođe izvesno vreme u kome se „Šeniningova ideja“ pretvorila istinski u „moju ideju“. Bilo je potrebno da ideja o delu koje bi se bavilo zvukom multilingvalne Jugoslavije višestruko fermentira, a bilo je, možda, potrebno da se dogodi i snažno zaokretanje kolektivne i pojedinačne svesti, koje se upravo - slučajno i nezavisno

od dela - odigralo na ovim prostorima upravo u toku stvaranja dela.

Tako je ideja „proradila“.

Rezultat ovoga je radiofonsko-dokumentarističko-muzički proizvod, delo koje ukršta raznovrsna profesionalna iskustva, ali isto toliko i veoma jaku ličnu odluku da se preko crte tog iskustva zakorači direktno u rizik novog i nepoznatog.

Ulazeći u stvaralačku avanturu, kako bi se mirno mogao nazvati rad na delu *Lingua /phonia/ patria*, morala sam pre svega definisati odnos prema velikom broju nauka na čijem terenu se nalazila ideja dela. Trebalo se odrediti na izvestan način „za“ ili „protiv“ lingvistike, semiologije, psihologije, psiholingvistike, filozofije, istorije...

Na kraju ovog meandrirajućeg pripremnog puta kroz naučni i pojmovni aspekt materije o kojoj je reč, posle ukrštanja pojmoveva kao što su: zvuk reči - značenje reči - ekspresivna tendencija govora - socijalna funkcija govora - jezička sposobnost - dubinska struktura - površinska struktura - univerzalna gramatika - mišljenje... naučni svet se povukao pred bujicom osećanja koju je probudilo, paralelno prvom, bavljenje, sakupljanje i dodirivanje sa živom materijom. Tako iznenada - i neka na ovom mestu budu preskočeni svi procesi koji su se u međuvremenu odvijali - šifra za razumevanje i tumačenje dela *Lingua /phonia/ patria* je postala reč *nostalgija*.

Iako se poslužila jezicima naroda i etničkih grupa koji žive na jugoslovenskim prostorima, ova kompozicija zvukova unapred se odrekla značenja tog istog ili tih istih govora i jezika. Na taj način govor i jezik mogao se posmatrati i doživeti samo u vrednostima njegove/njihove zvučnosti, foničnosti. Neumesno bi ipak bilo tvrditi da je jezik pesma a govor pevanje, ali je zato istinito i realno obratiti se melodiji, pijanisu, fortisu, stakatu ili legatu, alegru ili largu govora, šapata ili krika.

Upotrebljeni govor i jezici, narečja i jezičke varijante su iz svih krajeva Jugoslavije, ali oni nisu bili praćeni osećanjem obaveze da budu zastupljeni svi, još manje da budu zastupljeni podjednako ili u bilo kojoj propisanoj

proporciji. Govor je shvaćen kao vrednost po sebi, kao živo biće. Kao sinteza semantičkog, foničkog, emocionalnog i komunikacijskog.

Jezik je korišćen bez vremenskih i prostornih ograda. Jezik sada i ovde, nekad i negde, uvek i svuda... Izmešanost njegovih tokova odslikava ukrštanja iz stvarnosti. Sustizanja, preplitanja i naslojavanja „jezika našeg nasušnog”, prerasla su u princip gradnje dela. Govor se zato nije smeо izdvajati iz života, iz ambijenta, iz njegove prirodne sredine. Čak i posle dugih „čišćenja” na snimcima su pokatkad zadržani raznovrsni nanosi „stvarnog” života. Ostali su kašljevi, zujanja kamere, pisaće mašine, poneki takt muzike, različiti akustički ambijenti...

Kada se pri pisanju jedne orkestarske partiture spajaju po vertikali violončela sa klarinetima i fagotima, ili violinе sa flautama, onda kompozitor sa ogromnom verovatnoćom zna šta će dobiti kao zvučni rezultat. Ali, kada spikersku najavu treba spojiti sa snimkom jevrejskog ženskog molitvenog pevanja ili bajanje stare Vlahinje sa ritmizovanim skandiranjem derviša u transu - onda ne postoji ni promil mogućnosti da se na osnovu iskustva pretpostavi zvučenje i efekat pomenutog spoja.

Isto važi i za ostalih nekoliko stotina „prelaza”, spojeva, superpozicija, remiksa, koji tvore *Lingua /phonia/ patria*. Na magnetofonima je bilo više materijala koji je posle isprobavanja, oblikovanja i pripremanja odbačen, nego onog koji se našao u finalnom obliku dela. Jedan broj snimaka načinjen je na terenu gde su se mogla naći neobična ili retka jezička zvučanja. Za drugim snimcima se tragalo ponekad i veoma daleko. Za trećima je trebalo posegnuti u arhive i to ne samo arhive Radio-Beograda već i druge, privatne ili arhive drugih jugoslovenskih radio-stanica. Čitav niz prijatelja projekta bio je, na ovaj ili onaj način uključen u rad, što mene kao autora ostavlja trajno zahvalnom.

Delo *Lingua /phonia/ patria* je proizvod u kome nije upotrebljena kozmetika (radiofonije), nema "šminke", nema ulepšavanja, nema muzike, nema dugih trajućih tonova da povežu i zaokruže materijal. U delu nema bega

od stvarnosti koji je lako mogao da se pojavi putem čak i najjednostavnije estetizacije materijala. Jezik je mogao biti razbijen na reči, reči na slogove, slogovi na vokale, a vokali su već pesma! Repeticijom ovih atomiziranih delova mogla se dobiti lebdeća ploha, „tepih iz 1001 priče”, bajka-utešiteljica koja bi posle nekog vremena mogla početi da dobija neka svoja, nova značenja. Na ovakvim oniričnim tepisima lako je bilo preploviti mnoge minute programa.

Odluka je međutim bila drugačija. Da ponovim. Ona glasi:

Komponovati zvuk jezika, zvuk reči, jezik oslobođiti direktnog, prvostepenog značenja i suprotstaviti ga drugom zvuku-jeziku, dopustiti da se uspostavljuju novi mostovi povezivanja ne-semantičkih (ili čak nad-semantičkih) poruka. Preko jezika prepoznati vreme, uspomene, ljude, sopstveni život, preko jezika govoriti bez značenja jezikom nostalgiјe.

Ono što se na kraju pomolilo kao krajnji rezultat, unekoliko je i mene samu iznenadilo. Tamo gde su prestale „umetničke” odluke a gde je posao vodio Odmetnik-Samozvanac pojavile su se iznanađujuće oštchine, žestine, neočekivana „značenja”. Na mestima ukrštanja procesa spajanja u vremenu i prostoru stvorio se, na kraju, ukus nešto više gorak, ili bar nešto manje sladak no što su bili kolači sa prosečne jugoslovenske nedeljne trpeze.

Iako nepostojeća, „partitura” dela mogla bi biti donekle prepričana. Njena globalna struktura je, naime, sasvim jednostavna pa je upravo zato moguće opisati je kao kakav dijagram.

Cela 34-rominutna jezička kompozicija drži se na pet stubova. Između njih građevina je stvarana principom „kamen na kamen”.

Sada nešto preciznije o jednom i drugom principu.

„Stubovi” su jedini igrani, glumljeni pasaži teksta. U svakom od stubova pojavljuju se po četiri izvodačka glasa. Ovi pasaži teksta su jedini koji zadržavaju semantičku vrednost, poseduju značenje a ne odriču ga se.

Prvi „stub“ sastoji se od gramatičkih varijacija reči *moj*.

Drugi, od šest imenica, takođe gramatički variranih, no po svom obliku i sadržaju sasvim arhaičnih, te zbog toga na neki način ne-razumljivih: *ora* (orah), *mije* (meh), *kotao* (vrsta starinske posude)...

Treći „stub“ ima značenje *taj*, *ta*, *to...* varirano kroz padeže i vremena.

Četvrti postavlja pitanja *koji*, *tko*, *čije*, *kojemu...* u veoma arhaičnim jezičkim varijantama.

Peti „stub“ donosi reč *bio*, *bila*, *biće*, opet variranu na isti način.

Materijal za ove konstrukcione držače uzet je iz knjige *Skupljeni gramatički i polemički spisi Vuka Stefanovića Karadžića*, izdanje iz 1818-1822 (u radu korišćeno izdanje iz 1894). Ako je principom postavljanja „stubova“ građevina-kompozicija dobila aksijalna uporišta, onda je princip oslonaca ujedno ovim i iscrpljen. Između ovih držača rasprostire se materijal koji je morao biti graden na način kako su nekada građeni starinski kameni zidovi.

Kada bi bio postavljen jedan kamen - odlomak teksta, tražen je drugi koji bi prvom prionuo, po nečemu se s njim složio, nalegao na njega. Sledeći je morao opet ući u „udubljenje“ koje su ostavila prethodna dva... i tako sve do jednog neizvesnog kraja..

„Kamenovima“ se naziva čitav niz segmenata čiji identitet bi ovde mogao biti donekle nabrojan:

- Dečje igre (slovenačka, srpska...)
- Uspavanke (dalmatinska, madarska, rumunska, srpska, slovenačka...)
- Religiozni obredi (pravoslavni monah-molitva, propoved u katoličkoj crkvi, jevrejska ženska molitvena pesma, derviši u transu...)
- Čestitke za rođendan Josipu Brozu Titu (snimak iz 1956 - deca svih nacionalnosti...)

- Skupovi masa, skupovi podrške i skupovi protesta (Ljubljana, Titograd, Beograd, Drvar... 1958, 1959, 1988)
- Folklorne situacije (pesma stare Turkinje, Vlahinja baje...)
- Izkazi poznatih ljudi (Desanka Maksimović, Zvonimir Rogoz, Isidora Sekulić, Raša Plaović, Stefan Milenković, Vesna Krmpotić...)
- Dokumenti sa ulice, iz porodica (slovačka porodica, šiptarska, rumunska, makedonska...) sa železničke stanice, stadiona...
- „Lanac“ reči kao što su: *majka, ptica, hleb, kamion, lutka, cvet, drvo...* snimljen na: srpskohrvatskom, hrvatskosrpskom, slovenačkom, makedonskom, rumunskom, rusinskom, mađarskom, albanskem, romskom...

Ovaj materijal čiji su osnovni delovi ovde pomenuti, bio je tretiran isključivo kao muzička vrednota. Osluškivan je njegov tempo, odnosi dinamika (krik, šapat), latentna harmonija (istovremena kretanja), osluškivane su gradacije ili dekrešenda već prisutna i postojeća u samoj strukturi govora, praćeni su odnosi sola i tutija, „komponovani“ su, spajani i superponirani pojedinačni i skupni govori koji stoje na celom dijapazonu od unutrašnjeg monologa do govora masa.

P. S.

Lingua /phonia/ patria snimana je tokom leta, jeseni i zime 1988/1989. godine. Materijal iz Vojvodine prikupljali smo tokom jeseni, pa se tako desilo da je dan snimanja predviđen i zakazan u Novosadskom studiju bio upravo onaj kada je na ulicama grada bilo na desetine hiljada ljudi koji su tražili ostavke tadašnjeg rukovodstva. Nismo odustali od puta i rada u studiju. Snimali smo nežne rumunske uspavanke dok je spolja treštalo iz hiljada grla.

Montaža dela bila je u toku u trenutku beogradskog „izlaska miliona“. Kroz otvorene prozore studija tih

izuzetno topnih martovskih dana neprekidno su ulazili zvukovi skandiranja grupa u prolazu, pesme, poneko zavijanje sirene. Čini mi se i danas da su se izvesni delovi *Lingua /phonie...* izmontirali sami od sebe.

Na fomu domovine - sudbine.

Emitovano 23. aprila 1989. na Trećem programu
Radio-Beograda i na WDR Keln 20. juna 1989. godine.

Raško V. Jovanović

DRUGI FESTIVAL DOKUMENTARNE RADIOFONIJE (FEDOR) U BEOGRADU



Pre tri godine u Beogradu je održan Prvi festival dokumentarne radiofonije za koji je bilo prijavljeno pedesetak emisija. Festivalski žiri tada je odabrao ukupno 35 ostvarenja i uvrstio ih u program, ali se od njih samo osamnaest našlo u takmičarskoj grupi, dok su ostala bila prikazana samo u tzv. informativnoj sekciji. Na Drugom festivalu dokumentarne radiofonije, priredenom u Beogradu 24., 25. i 26. marta 1989., situacija je bila posve drugačija. Bilo je prijavljeno stotinak emisija (dakle, dvostruko više!), da bi četrdesetak njih našlo mesto u festivalskom programu, koji je imao dva kruga. U jedan krug svrstane su dokumentarne radio-reportaže, kojih je bilo 22, a u drugi krug - dokumentarna radiofonska dela, kojih je bilo ukupno 18. Već sama činjenica da se prijavilo znatno više autora, kao i da su se na Festivalu pojavile, pored „velikih”, i lokalne radio-stanice, na svoj način govori o tome da su dokumentarna radiofonska ostvarenja sve više prisutna na programima našeg radija. To nedvosmisleno ukazuje da programska hermetičnost, toliko karakteristična za pedesete, pa i za šezdesete godine, danas, sasvim sigurno, predstavlja prevazidenu prošlost radija.

Drugi festival dokumentarne radiofonije (FEDOR) u Beogradu počeo je raspravom o temi „Radiofonski dokumentarizam i društveni angažman”, za koju je kao

povod poslužilo delo *Praško proljeće 1984* Zvonimira Bajsića i Maksima Jurjevića, koje nije ništa drugo do raskošan i monumentalni radiofonski eseji i putopis, u isti mah. Bilo je to umesno odavanje posmrtnе počasti jednom od utemeljivača radiofonskog dokumentarizma u Jugoslaviji - Zvonimiru Bajsiću. I danas, nakon tri godine, može se bez rezervi konstatovati kako je dodeljivanje Velike nagrade „Beograd“ tome delu, na I festivalu dokumentarne radiofonije, bilo zasnovano na njegovim nesumnjivo visokim kvalitetima.

FEDOR



DOKUMENTARNO O PROŠLOSTI

U kategoriji dokumentarnih radiofonskih dela, već prvoga dana sugestivno se nametnulo nekoliko ostvarenja. Treba najpre istaći *Ovdje Radio-Agram*, delo Zorice Rajković, Dragutina Klobučara i Miroslava Pijace. Iako mestimice preopširna i dramaturški nesigurno komponovana, dokumentarna radio-drama *Ovdje Radio-Agram* predstavlja zanimljiv pokušaj radiofonskog promatranja prošlosti u kojem se kombinuju kazivanja živilih svedoka i učesnika dogadanja iz vremena prvog svetskog rata sa citatima iz štampe. Bila je smela a pokazalo se i prikladna ideja da se tekstovi iz štampe prezentuju kao vesti imaginarne radio-stanice, kao

informacije Radio-Agrama, koji u to vreme nije ni postojao. Tako je spikerima tog „radija pre radija“ bilo povereno da čitaju novinske izveštaje o događajima na frontovima ili u pozadini i te su informacije kontrapunktski sučeljavane sa sećanjima još živih učesnika tih zbivanja. Naravno, ne jednom, najčešće zvanične informacije nisu se podudarale sa kazivanjima preživelih i na toj dramaturškoj protivrečnosti autori grade čitavu emisiju. Raskol između zvaničnih stavova i interpretacija i života - u osnovi je ove radiofonske projekcije poslednjih godina habzburške monarhije, te „tamnica naroda“ u kojoj su pripadnici slovenskih naroda bili posebno obespravljeni.

Autori sami ističu da su bili potaknuti idejom Karla Krausa da citate iz štampe prezentuju u vidu izveštaja imaginarnе radio-stanice i da su na toj osnovici „pokušali realizirati dokumentarnu radio-dramu o sudbini našeg čovjeka u vrijeme prvog svjetskog rata i pokušajima sredstava moći i informiranja, da u kriznim razdobljima povijesti manipuliraju našom sudbinom“. U tome su, uglavnom, uspeli, mada je, kako nam se učinilo, bilo potrebno više dramaturško-rediteljskih intervencija u smislu sažimanja oba sloja dokumentarnog materijala (i citata iz štampe i kazivanja preživelih). Jedan supstancialniji dramaturški tok obezbedio bi ovom pokušaju veći efekt.

NAD TRAGOVIMA FOLKLORA

Nada Zamfirović i Moroslav Jokić načinili su u emisiji *Izjeden ovčar* jednu malu muzikološko-literarnu studiju. Zapazivši jednu zanimljivu mitsko-pastirsku pesmu, onu pod naslovom *Osu se nebo zvezdama* u zbirci Vuka Karadžića, oni su pratili njene melodijske i tekstualne modifikacije u raznim našim krajevima. Sve zanimljive promene pokušali su da rasvetle uz pomoć naših poznatih naučnih radnika. I došli su do izvesnih saznanja koja, sigurni smo, nikako nisu i definitivna, jer su putevi narodne pesme i njene melodije nedokučivi i zato nepredvidljivi. Dakako, izmene teksta do kojih dolazi, kako nam se čini, zbog preuzimanja nešto izmenjene melodije (nekad i potpuno nove!), što zavisi od muzičke

tradicije sredine, vrlo su zanimljive, ali smatramo da je ova emisija mogla imati izuzetno radoznaće slušaoce samo među folkloristima i, da budemo još precizniji - ponajviše među melografiama.

Za razliku od emisije *Izjeden ovčar*, delo *Jugo-folk* Zorana Duričića i Bode Markovića pokušaj je radiofonskog raščlanjavanja aktuelnog trenutka naše narodno-muzičke estrade, pa i više - jednog specifičnog umetničkog (ili neumetničkog!) fenomena današnjice. Ne iznalazeći konačno razrešenje problema, jer to nisu ni želeli, autori ukazuju na gubljenje vlastitog identiteta u novokomponovanoj "narodnoj" pesmi kao na poraznu činjenicu, koja je sve akutniji kulturološki problem.

Izvrsno režirana i snimljena emisija o tradicionalnoj narodnoj medicini u Sloveniji - *Medicinae popularis Sloveniae Ars* autora Aleša Jana i Jasne Vidaković govori o starijim običajima i verovanjima u lekove narodne medicine u raznim krajevinama Slovenije. Stari ljudi govorili su o moćima pojedinih lekova te medicine, o njihovom pozitivnom dejstvu i njihova kazivanja spretno su kontrapunktirana sa kazivanjima staroga osamdesetogodišnjeg lekara i mlade specijalistkinje, tako da se, u većini slučajeva, dobijala potpuna slika o nekom leku ili travi, o njihovim pravim svojstvima. Uz snimke priča starih ljudi, koji su pretežno govorili dijalekatski arhaično, snimljena je i muzika toga podneblja, uglavnom na starijim instrumentima. Tako slušač ima pred sobom potpun radiofonski etnografski zahvat. Snimci tona i njihova montaža (Metka Rojc), kao i efektna režija Aleša Jana, koji je posebno vodio računa da ostvari što potpuniji stereofonski efekt, doprineli su da se, kao konačan rezultat, dobije jedna koliko dokumentarna, toliko i radiofonski skladna celina.

I, najzad, jedna emisija koja se dodiruje sa folklorom. U Kazneno-popravnom domu u Foči pre desetak godina objavljena je zbirka pesama *Mantijaši*, koju je napisao osuđenik Branimir Žunić-Žuna, koji je, nedavno, istoga dana kada je izašao iz zatvora, umro. Autor radio-drame istoga naslova kao i Žunićeva zbirka, Šemsudin Gegić, radiofonski je tragao za podacima kako je došlo do nastanka te zbirke, ali je, inicirajući da osuđenici govore

o zatvoreniku-pesniku, otkrivaо i njihove sudbine. Njegov, u osnovi dobar postupak, nije, međutim, bio propraćen dramaturškom spretnošću, te u emisiji nije izgrađen čvrstiji kontrapunkt dva osnovna toka dela. Ako se nije odlikovala sažetošću dramskog iskaza, drama *Mantijaši* plenila je pažnju odličnim snimcima majstora tona Jovana Močevića.

SEĆANJA NA APRILSKE DANE 1941. GODINE

Iako izgradena pretežno u narativnoj formi - Đorđe Kešeljević, Mihajlo Nikolić i Mile Ćurguz, piloti - pukovnici avijacije, sećali su se aprilskih dana 1941. godine kada su pružili otpor daleko nadmoćnjem neprijatelju nad nebom Beograda, koje su iznenada zatamnili nacistički meseršmiti sejući smrt i pustoš - radio-dramska emisija *Gleda u Beograd i plače* Olge Brajović odlikovala se preciznim komponovanjem dve ravni. Prva, sačinjena iz sećanja nekadašnjih pilota i, druga, satkana iz dokumentarističkih zapisa što ih je čitao Branko Vujović; te ravni smenjivale su se, zajedno sa muzičkim i drugim tonskim efektima (muzički saradnik Jugoslav Bošnjak) i stapale u jedinstvenu radiofonsku celinu, koja je imala svoju razvojnu liniju ispunjenu nesumnjivim dramatičnim nabojem. Kazivanja preživelih pilota odavala su nemoć i tragično saznanje da se tih kobnih dana, možda, u odupiranju neprijatelju moglo i više učiniti, bez obzira na skromne snage kojima se raspolagalo. Što nije tako i bilo, što je došlo do opšte dezorganizacije i raspada vojske, piloti su saznavali, tih dramatičnih dana, iz časa u čas, uvidajući izdaju pojedinaca, nepripremljenost nekih jedinica, strah i paniku, što je sve neminovno vodilo porazu. Dobro je učinila Olga Brajović što je kazivanja nekadašnjih pilota upravo tako i komponovala: njihova neustrašiva spremnost da brane Beograd od vazdušnog napada rasplinula se zbog okolnosti koje su bile izvan domaćaja njihove volje. Zato se iz te priče opšta drama rata mogla osetiti i kao njihova lična tragedija, kao i njihovo osećanje revolta što su, nakon prvih uspešnih uzleta i otpora, posle mogli samo gledati.

Posebna vrednost emisije *Gleda Beograd i plače* je snimateljski rad Zorana Jerkovića koji je majstorski dozirao mnogobrojne efekte počev od snimljenog bruhanja različitih aviona pa do pucnjeva i eksplozija bombi i protivavionskih granata.

GOSPA NIJE ŠALA

Da pojava Gospe u Međugorju nije šala pokazuje sve ono što se tokom poslednjih osam godina dešavalо u tom malenom mestu. Otkako se, 24. juna 1981, oko 18.45 u tome mestu „javila“ Gospа, koju je videlo nekoliko dečaka i devoјčica, život se mešanima potpuno izmenio. Na taj događaj različito su reagovali politički zvaničnici, predstavnici crkvenog klera, zatim hodočasnici, stranci, fratri, putnici-namernici i dr. No, svakako, najzanimljivija su bila kazivanja onih lica kojima se Gospа neposredno „ukazala“, jer su, uz opise „viđenja“, govorili i o svojim, uglavnom tegobnim, životnim sūdbinama. Novinari Maksim Jurjević i Vojo Šiljak nastojali su da sve to prikažu u emisiji *Gospа nije igračka*, pa je njihovo radiofonsko delo svojevrsna, objektivna i svestrana, zvučna projekcija zbivanja u Međugorju, koja ne mora zanimati samo sociologe religije i etnologe, nego i analitičare savremenih društvenih kretanja.

Sasvim umesno, autori emisije suprotstavili su gledišta na „pojavu“ Gospe u Medugorju različitim subjekata, ukazavši tako i na pojedine paradoksalne momente, pa i na metamorfoze u gledanju na taj fenomen što su se ispoljile medu političarima ili turističkim radnicima. Kroz emisiju, sazdanu isključivo od zvučnih zapisa sa lica mesta, protkani su i kraći muzički inserti, isto tako autentični, budući da su snimljeni za vreme službi u crkvi. Visok kvalitet svih snimaka i njihova logična prezentacija u vidu posve jasne kompozicije omogućili su slušaocu da stvori prilično jasnu sliku dogadanja, mada je šteta što su autori izostavili pojedine istorijske konotacije.

TRAGANJA BODE MARKOVIĆA

Za razliku od većine stvaralaca koji se obično ogledaju na području dokumentarne radiofonije ne bi li stvorili autentične zvučne slike života, Boda Marković nastoji da uz dokument saopšti i neka vlastita viđenja pojedinih životnih pojava. Ta svoja nastojanja on prvenstveno realizuje radiofonskim sredstvima, pre svega zvukom, odnosno tonskim zapisima, vešto ih komponujući i montirajući, pri tom ne bežeći od kontrasta, ili, opet, koristeći muziku kao izražajno sredstvo. Dve emisije Bode Markovića izvedene na FEDOR lepo su ilustrovale rezultate takvih tragalačkih nastojanja.

Obrativši pažnju na najavangardniji pokret posleratne austrijske i nemačke književnosti - na tzv. bečku grupu, Marković se u dokumentarnoj emisiji bavi njenim radikalizmom, ispoljenim u konkretnim poetskim slikama i opservacijama. Imajući za osnovu kabaretski stil i ton te poezije, Marković gradi duhovitu zvučnu igrariju koja nije lišena stila. Tekstove u prevodu Gorana Novakovića Marković interpretira u pretežno uspelo realizovanom kabaretskom stilu, u „igranim“ sekvencama emisije, za koje je angažovao Snežanu Bećarević, Dušana Prelevića, Enca Lasića, Georgija Dimitrovsog, Lazara Tošića, Ivana Švajgera i Radomira Milivojevića. Treba naglasiti da je, uz vlastiti izbor muzike, Marković uspeo da ostvari jedinstvenu stilsku celinu, koja je oživila klimu duha, protestnog i avangardnog, alogičnog i paradoksalnog - na sasvim odgovarajući način!

Primenjujući drugačiji postupak, ali opet uspešno, Boda Marković u *Liturgiji za jednu običnu ženu* ispisuje jednu radiofonsku poemu posvećenu ženi čiju egzistenciju sagleda tonskim sredstvima. To mu omoguće univerzalnu projekciju, blisku i razumljivu savremenicima i njihovim shvatanjima, iskazanu u totalu inventivno odabranim radiofonskim sredstvima.

U MATICAMA ŽIVOTA

Dve emisije iz produkcije Radio-Beograda odvele su predane slušaocu FEDOR u sime matice životne

savremenosti. Dušanka Gikić, Predrag Tomić i Branislava Stefanović u emisiji *O, kakav dan* koja bi se, bez opasnosti da se pogreši, mogla nazvati i 1988., radiofonski nam dočarava mnogobrojna gibanja te zbog mnogih događaja prelomne godine. Smenjivali su se snimci uličnih protesta i mitinga, slušali smo delove govora pojedinaca, aplauze i zvižduke koji su ih pratili, zatim različita zvučna svedočanstva o ekonomskim nevoljama, dogadajima na Kosovu i svemu ostalom što je dovelo do „dogadanja naroda“ u Beogradu i drugde. Uprkos veštoto odabranom materijalu, čini nam se da kompozicija dela nije uvek obezbeđivala potrebnu preglednost a tako i savršenu percepciju.

U stilu „novog realizma“ grupa autora - Olivera Đurđević, Dragoslav Mihajlović i Boris Gajić, kao i Branislava Stefanović (reditelj) i Dejan Ivanović (snimatelj) u delu *Sanjarenje*, isključivo na osnovu iskaza okupljenih na smetlištu, raspravlja o životnoj bedi, uz isticanje metafore da je hleb isto što i sloboda. To delo na poseban način ukazuje koliko kompozicija zvučnih zapisa ostvarenih na „licu mesta“ može biti presudna u formirajući sadržajne poruke. Kazivanja ljudi sa „dna“, pokazalo se, mogu biti koliko životno istinita, duhovita, potresna toliko i - poetična. Montirana veštoto, takazivanja, čak i uz izvesna ponavljanja, oživela su jedan svet za koji mnogi kažu da je marginalan, svet čiju su istinu tvorci ove zanimljive emisije otkrivali ništa ne dodajući, niti hoteći da je ulepšaju.

Bio je više nego dirljiv pokušaj traganja za ličnim identitetom onih osoba kojih su se roditelji odrekli i prepustili njihove živote - slučaju. Tu materiju delikatno je razložila Daša Drndić u delu *Izgubljeni i nadeni*, ostvarivši, veštim dramačurškim kontrapunktiranjem, skladnu radiofonsku cestru.

Da je u savremenosti neprestano prisutna i prošlost ukazala nam je emisija *Kad sveci marširaju* Vojislava Despotova i Aleksandra Stojkovića (zajednička produkcija Radio-Novog Sada i Radio-Beograda), koja govori o podvizima i stradanju srpske vojske u prvom svetskom ratu, kao i o njenom pobedničkom povratku u zemlju. Iako ne i bez izvesnih patetičnih akcenata, ta se

emisija slušala sa pažnjom, zahvaljujući, pre svega, odličnim snimcima, ostvarenim u težnji da se sagleda prisustvo prošlosti u sećanjima današnjice.

TROMINUTAN DOKUMENT

Vanredna i, rekli bismo, atipična pojava u našem savremenom radiofonskom dokumentarizmu svakako je - ekonomisanje vremenom. Naši radiofonski stvaraoci kao da zanemaruju da se i sažetijim zvučnim projekcijama mogu saopštavati autentične životne istine. Možda ih programske potrebe ne upućuju na sažetiji izraz, a možda je i odsustvo bilo kakvog angažmana da se ostvari zvučna sinteza ipak presudan razlog što, uglavnom, imamo opsežne, dugotrajne dokumentarne emisije, koje često mogu i zamarati slušaoce i tako gušiti njihovu radozonalost. Zato je radiofonsko delo *Ljubav na križanju ili kako vam drago!* u trajanju od svega tri munuta, bilo svojevrsni izuzetak ovogodišnjeg FEDOR. Ono je donelo duhovitu zvučnu projekciju, kojom su autori Miodrag Kremcer i Krešo Osman, u produkciji Radio-Zagreba, dokazali mogućnost lapidarnog totalno radiofonskog izraza, na čemu im neizostavno treba i čestitati!

Možda bi trebalo razmisliti o posebnom negovanju malih radiofonskih formi, pogotovo kad je reč o dokumentarističkim ostvarenjima. U tom smislu bilo bi uputno uvesti i nekakve stimulanse za minijaturna dela, poput *Ljubavi na križanju...* Ubrzani tempo savremenog života iziskuje sažetost izraza, koja omogućuje trenutna saznanja. Takvih formi je u nas uvek nedovoljno, pa bi na smotrama kakav je FEDOR trebalo vrednovati i minijature, koje i ne moraju uvek biti dokumentarno svedočanstvo, ali redovno moraju biti zasnovane na autorskim duhovitostima. Jednostavna priča sadržana u dokumentarnoj minijaturi *Ljubav na križanju ili kako vam drago!* mogla bi biti snimljeni spot ili kratak crtani film. Ali, kao zvučna slika, omogućuje slušaocu bolju koncentraciju i šire polje zamišljanja i razmišljanja o kratkom susretu na gradskoj raskrsnici, koji ima odredene posledice zbog ljubavi na prvi pogled.

PORTRET JEDNOG HORSKOG ANSAMBLA I OSTALO

I lako je breme, radiofonsko delo Darka Tralića i Ivice Kasumovića, predstavlja portret Akademskog zbara „Ivan Goran Kovačić“ iz Zagreba. Reč je, dakle, o grupnom portretu 140 mlađih ljudi, okupljenih u zboru iz ljubavi prema muzici. To delovanje u horskom ansamblu izmenilo je njihove živote, donelo im znatne preokupacije zbog mnogobrojnih proba, dugih turneja, raznih koncerata i snimanja. Sve to prikazano je u ovoj dokumentarnoj emisiji, ali, začudo, ne i uticaj vodećeg autoriteta - dirigenta, čiji smo glas, istina, čuli, ali ne i štогод više o njemu. Dakako, reč je o maestru Vladimiru Kranjčeviću (kako nam se učinilo), koji je, zasigurno, jedan od glavnih pokretača okupljenih mlađih ljudi da rade i istraju. Snimci Ivice Kasumovića izvrsni: koristeći stereofonske mogućnosti, približio je slušaocima pevanje ovog ansambla, uz sve bogatstvo mnogobrojnih nijansi u dinamičkom senčenju, intonativnu i ritmičku sigurnost i glasovnu svežinu, svojstvenu samo mladosti.

Besede oca Kasijana Arsenija Jovanovića, u suštini jedno monološko kazivanje, delovalo je na momente razvučeno, a pojedini pasaži izlaganja Slavka Panovića, u monaštvu narečenog Otac Kasijan, učirili su nam se čak i suvišnim. Šteta je što autor nije ostvario kondenzovaniju formu.

Dva kamera na jednim grudima Rade Pangovske i Cvetanke Trpkove tipičan je primer „igrane“ dokumentarne radio-drame. Prateći delo uz prevod, uprkos zanimljivoj temi o sudbini jedne mlađe žene i njene porodice, obradenoj preplitanjem njenih sećanja i kazivanja ljudi koji su doživeli istu sudbinu nismo izbegli utisak izvesne monotonije. Naporedо sa igranim sekvencama, u izvodenju poznatih skopskih glumaca (Duško Kostovski, Sinolička Trpkova, Taska Balabanova, Aleksandar Čaminski, Nenad Milosavljević, Anče Džambazova, Dokica Lukarevski, Zorica Georgievska, Sofija Gogova i dr.), rediteljka Cvetanka Trpkova u emisiju je svrstala tumačenja dogadaja koja su dali naučni radnici, umetnici i drugi svedoci zbivanja u rodnom kraju protagonistkinje, u Jegejskoj Makedoniji. Sve je to doprinelo razjašnjavanju dogadaja koji su

zlehudo pratili životni put glavne junakinje, ali je, na izvestan način, opterećivalo osnovnu dramsku strukturu i činilo je preopširnom.

AFIRMACIJA DOKUMENTARNE REPORTAŽE

Na Drugom festivalu dokumentarne radiofonije, u okviru posebne kategorije, kako smo već istakli, prikazano je dvadesetak ostvarenja. Dokumentarne reportaže pokazale su da predstavljaju prikladnu radiofonsku formu, koja njihovim stvaraocima, novinarima-reporterima omogućuje da brzo i neposredno reaguju na tekuća zbivanja. Da su novinari naših radio-stanica dospevali da budu u toku događaja, da izađu „na lice mesta”, ili pak da se prihvate razrešavanja mnogobrojnih afera nazivanih u javnosti „slučajevima”, dokazuju teme njihovih dokumentarnih reportaža. Dovoljno je navesti samo nekoliko naslova da bi se videlo koliko je radio bio aktuelan: *Traganje za istinom* (Slučaj Martinović) - Milica Ostojić-Pušara; *Žuta Greda* - I, II, III čin - Zorica Zeković; *Smrt fašizmu, Joakime* - Miroslav Trifunović i Branko Antonić; *Cetrtdeset osam godina kasnije* - Miroslav Živković; *Radanje istine* - Mehmedalija Šišić; *Budi dobar, šibica će da radi* - Dragan Jančić i Dragiša Milojević; *Slučaj Moševac - III put* - Zvonko Stoićević i Goran Cvetković; *Otok gole istine* - Milovan Nikodijević; *Dvadeset godina pre - studentski nemiri '68* - Goran Cvetković i Dušanka Gikić; *Voda i politika* (Slučaj Vevčani) - Dragoslav Simić itd. Treba reći da je bilo još zanimljivih reporterskih ostvarenja, od kojih se ističu ona Radovana Brankova, kao što su *Dobrivoje dokazuje da je živ* i *Pop nije za crkvu*, ili *Gdje nam je pamet* Bore Kontića i dr.

Ali, nije samo aktuelnost presudna u oceni uspeha pojedinih dokumentarnih radio-reportaža. Radiofonski pristup i duhovita obrada dokumentarnog materijala, zatim smelo analitičko poniranje u problem, često bez ikakvih okolišenja i uvijanja, karakteriše većinu dokumentarnih reportaža. To i čini da taj prvenstveno novinarski žanr sve više zadobija slušalačku pažnju.

PITANJE ŽANROVSKIH RAZGRANIČENJA

Raznolikost izraza, kako smo već istakli, nametnula je i programsko razgraničenje na II FEDOR-u, odnosno razvrstavanje prijavljenih i primljenih ostvarenja u dve kategorije - u kategoriju dokumentarnih radiofonskih dela i kategoriju dokumentarnih radio-reportaža.



Da je takva podela bila posve opravdana pokazao je i dokazao sam festivalski program, ali je isto tako bilo evidentno da su neophodna još i dalja žanrovska razgraničenja, prvenstveno u kategoriji dokumentarnih radiofonskih dela, i to, možda, najpre na dve grupe - na radiofonske kompozicije (čiste

dokumentarce) i na „igrana“ radiofonska ostvarenja, s tim što bi se neizbežno pojavila i podgrupa koja bi obuhvatala kombinovana dela („igrana“ i dokumentarna u isti mah!). Такode, eksperimentalne poduhvate valjalo bi izdvojiti u posebnu grupu. Sve to govori o velikim izražajnim mogućnostima dokumentarne radiofonije, kao i o postojanju različitih žanrova i međužanrova.

Najzad, treba reći da podela na dve osnovne kategorije (radiofonska dela i radio-reportaže) nikako nije potencivačka u smislu obezvredivanja novinarskih ostvarenja. Osnovna je pretpostavka da radiofonska dela predstavljaju zamašna dokumentarna ostvarenja, posebne kompozicije, koja iziskuju duži, analitički pristup i obradu teme, sa pretenzijom da se radiofonski izraz u svoj njegovoj kompleksnosti koristi u smislu ostvarivanja jedinstvene sadržajno-kompozicione celine, koja treba da na slušaoca deluje snagom dokumenta, ali i sugestivnošću

same obrade, budući da se koriste najrazličitiji efekti i muzika. Reportaže, međutim, ne moraju biti tako kompleksne, niti raskošne kad je radiofonska obrada u pitanju; one su izraz trenutnog reagovanja, radiofonsko beleženje karakterističnih zbivanja. I kao što se u „pisanom“ novinarstvu pojedine reportaže dodiruju sa literaturom, te se obično svrstavaju u beletrističke novinarske žanrove, tako i dokumentarne radio-reportaže zaslužuju analize i procene slične onima što se primenjuju u štampi. Jer, dokumentarna radio-reportaža danas je definitivno sa programa istisla pisane reportaže, koje su nekad, pre dvadesetak i više godina, čitali ili sami autori, ili spikeri. Magnetofon je u radiofonskoj praksi odavno zamenio pisacu mašinu i njegovo tehničko usavršavanje danas stvara neslućene mogućnosti prilikom snimanja na terenu, kako kad je reč o samom kvalitetu tonskog zapisa, tako i kada je u pitanju mobilnost reportera. Zato se može očekivati dalji procvat radio-reportaže.

POETIKA DOKUMENTARNE RADIOFONIJE

Drugog dana ovogodišnjeg FEDOR organizovana je posebna tribina sa temom: „Poetika dokumentarne radiofonije“. Kao povod za razgovor odabранo je delo *Zvona Evrope* Leonarda Brauna, u produkciji zapadnoberlinskog Radija. Reč je o zaista reprezentativnom dokumentarnom radiofonskom ostvarenju iz 1973. godine u produkciji deset evropskih radio-stanica. Autor je pomno radio na tom delu i u tom smislu dovoljno je navesti podatak da je njegova montaža trajala godinu dana! Tokom snimanja pažljivo je birao mikrofone, na osnovu tona svakog pojedinog zvona. Nastojao je da ostvari punu zvučnu sliku na samom mestu snimanja i u tome je uspeo. Zato se bez preterivanja može reći kako je Leonard Braun svojim *Zvonima Evrope* u suštini ostvario jednu radiofonsku simfoniju.

Posle reprodukovanja Braunovih *Zvona Evrope* potrebne napomene dala je Barbara Entrup, saradnik Dramskog studija zapadnoberlinskog Radija. Ona je, takođe, prikazala fragmente iz dva vlastita radiofonska ostvarenja, od kojih je drugo, pod naslovom *Mlada*, ostavilo upečatljiv utisak. Potom se razgovaralo o poctici

dokumentarne radiofonije. Ali, na žalost, više je, tokom rasprave, bilo reči o žanrovskim dilemama pri klasifikaciji dokumentarnih rafionofonskih ostvarenja, a znatno manje o poetici dokumentarne radiofonije. Ipak, mogla su se naslutiti i neka fundamentalna pitanja, koja se nameću prilikom rada na dokumentarnim radiofonskim delima. Jedno od tih pitanja svakako je i ono - da li je mogućan totalni radiofonski dokument, odnosno kako ostvariti put od konkretnog zvuka, preko tonske obrade do definitivne tonske slike. Zatim, problem odnosa tzv. totalnih dokumentaraca i „igranih”, kao i njihovog spajanja u kombinovanim delima. O tim i sličnim pitanjima nije bilo mnogo govora, isto kao i o montaži kao postupku koji može izmeniti primarno značenje dokumenta.

PITANJE SELEKCIJI

Naravno, kao i prilikom održavanja Prvog festivala dokumentarne radiofonije, može se i sada postaviti pitanje o kriterijima prethodne festivalske selekcije. Od dela koja smo očekivali da će se naći u festivalskom programu navećemo samo nekoliko: *Narod u Narodnoj skupštini* Vojislava Donića, *Slovenci-Jugosloveni* Dragoslava Simića, *Miting* Vojislava Donića, *Maribor Tatjane Nikolovske*, *Proces u Lajpcigu* Miroslava Kremcera i Kreše Osmana, zatim putopisne reportaže Ljubomira Pauzina itd. Dalje, nije nam jasno zašto su pojedina ostvarenja, kao *Kontejner Veselina Kljajića* i *Nade Bjelogrlić*, svrstana među reportaže, a ne u kategoriju radiofonskih dela, gde, zapravo, spadaju? - No, pitanja selekcije uvek su složena i redovno se u procesu izbora i razvrstavanja dela za festivalski program potkradaju greške, isto kao što je na ovom Festivalu bilo grešaka i u umnoženom programu, što je ispravljano u biltenima koji su redovno izlazili.

Kao opšti zaključak posle II FEDOR nameće se utisak da autori dokumentarnih radiofonskih dela sve smelije određuju karakteristične pojave savremenog života, ne bežeći ni od tzv. „tabu-tema“. Autori pojedinih reportaža

u tome su se posebno isticali. U kategoriji radiofonskih dela često su se ispoljavali dramaturški nedostaci, koji za posledicu imaju preopširnost, što je, čini se, jedna od glavnih boljki našeg radiofonskog izraza. U tom pogledu ugledanje na stvaraoce dokumentarnih filmova ne bi bilo suvišno!

Na kraju ovogodišnjeg FEDOR, povodom šezdesetogodišnjice Radio-Beograda, izvedena je emisija *Glas svuda prisutan* Sonje Malavražić i Miroslava Jokića u kojoj je na kondenzovan način prikazana prošlost radija uopšte i radio-stanice našeg glavnog grada posebno.

Drugi FEDOR, uprkos činjenici što nije bio dovoljno posećen, otvorio je još šire perspektive radiofonskom dokumentarizmu u nas. Treba poželeti njegovo redovno organizovanje, možda i uz prisustvo radiofonskih dokumentarnih dela stranih stvaralaca. U svakom slučaju, i dalje treba istrajavati u nastojanju da se ova festivalska smotra prireduje u Beogradu.

U predstavljanju radiofona i radio-filma u ovom periodu segnalo je da vlastiti radiofoničari i -filmi su emisije odredjene vremenom, a ne tako da će u budućnosti biti održani u tom vremenu. Osim toga, u organizaciji festivala i festivala u ovom periodu, u svakom slučaju, i dalje treba istrajavati u nastojanju da se ova festivalska smotra prireduje u Beogradu.

Uveo ono što radio reproducuje u televiziji.
SOPSTVENI POGLED NA VELIKI ILIRIĆ: "ILIRIĆ S-DRUGA", "ONĀRIB I MUŠLAK", JAVNIČKI DOKUMENTARSKI FILM
, 88.1 udio, 61-61

Uveo ono što radio reproducuje u televiziji.
SOPSTVENI POGLED NA VELIKI ILIRIĆ: "ILIRIĆ S-DRUGA", "ONĀRIB I MUŠLAK", JAVNIČKI DOKUMENTARSKI FILM
, 88.1 udio, 61-61

Uveo ono što radio reproducuje u televiziji.
SOPSTVENI POGLED NA VELIKI ILIRIĆ: "ILIRIĆ S-DRUGA", "ONĀRIB I MUŠLAK", JAVNIČKI DOKUMENTARSKI FILM
, 88.1 udio, 61-61

Branko Bjelajac

ZNAČAJ ORGANIZATORA NA RADIJU

Teško je govoriti o ulozi organizacije na radiju kada je poznato koliko malo ima radova iz ove oblasti koji se odnose na jugoslovenska iskustva.¹ Još je manje tekstova koji obraduju mesto organizatora u proizvodnim procesima u radio-difuznim organizacijama. Da bismo mogli pobliže da razmotrimo značaj ove delatnosti, utvrdimo prvo profile organizatora, odnosno oblike njihove aktivnosti u jednoj složenoj i posebnoj radnoj organizaciji - matičnom radiju. Organizatora u programu radija možemo posmatrati u zavisnosti od toga gde obavlja svoju funkciju - u Dramskom programu, u Muzičkoj produkciji, u Ekonomskoj propagandi ili kao organizator posebnih programske akcija.²

1 Ovo je nešto skraćeno saopštenje autora na II jugoslovenskom susretu organizatora kulturnih delatnosti „Kultura i društvo“, Zagreb-Zvečev, 16-18. oktobar 1988.

2 Pod posebnim programskim akcijama mogu se podrazumevati i one akcije koje u sebi sadrže programske segmente muzičke ili dramske produkcije, ali za čiju realizaciju je značajno da su: van redovnih programskih aktivnosti, javnog karaktera i uglavnom obimne, kao i da se tek njihov završni deo vidi, odnosno čuje u programu. Npr.: proslava 200. godišnjice rođenja Vuka Karadžića održana 19. septembra 1987. na Kolarčevom narodnom univerzitetu. Uz promociju dve knjige (SANU) i dve ploče (PGP RTB) Vukovih zapisa narodnih pesama održan je i direktni prenos koncerta za JRT i EBU; ili npr.: akcija „Knjiga solidarnosti“ Radio-Beograda ili pul nesvrstanih povodom IX samita septembra 1989. u Beogradu, itd.

Funkciju je definisao dr Mijo Novak u knjizi *Organizacija rada u socijalizmu*: „...funkcija obuhvaća skup povezanih poslova kojima se najsvrsishodnije obavlja poseban zadatak radne organizacije“.

Dakle, funkcija odredene radne celine proizlazi iz njene delatnosti, a na osnovu nje i još nekih elemenata (kadrovi, proizvodna sredstva, veličina radne celine) moguće je odrediti vrste i obim funkcija.

PRODUKCIJA I REPRODUKCIJA

U složenim uslovima organizovanja delatnosti postoji više značajnih funkcija. Osnovne su produkcija i reprodukcija.

Producija u širem smislu podrazumevala bi „svaki oblik programskog segmenta koji je proizведен u matičnom radiju, s tim što sami segmenti mogu sadržavati i priloge, zvučne zapise koji su nastali van matičnog radija“, ³ dok bi produkcija u užem smislu bila „ona vrsta programskog segmenta proizvedenog u matičnom radiju, u kome određeno akustičko-umetničko delo postaje i radiofonsko delo putem magnetofonskog ili nekog drugog postupka trajnog beleženja.“ Produciju u užem smislu dakle možemo posmatrati u dramском programu, muzičkoj produkciji, ekonomskoj propagandi, odnosno tamo gde dolazi do korišćenja umetničkih sadržaja koji su u ovoj organizacionoj celini i proizvedeni.

Reprodukcia bi onda bila:

- „1. sve ono što radio reproducuje u toku trajanja sopstvenog programa (bilo da je produkcija u širem ili užem smislu),
2. samo onaj segment radijskog programa u kome se prenosi program proizведен u drugoj radio-difuznoj organizaciji, i
3. oni sadržaji koji se u organizacionom smislu prepliću sa sadržajima neke kulturne institucije i sl. (prenos pozorišne predstave, opere, koncerta...“).

³ A. Korać, predavanja na FDU, Beograd, 1986/87.

Radio kao medij ima mogućnost da putem svojih tehničkih kapaciteta reprodukuje bilo koje zvučne sadržaje. Veći deo programa čine upravo zvučni materijali koji ne nastaju u okviru radio-produkcije a putem radio-talasa samo se reprodukuju njihovi sadržaji slušaocima. Mogućnost da radio ima uglavnom reproduktivnu funkciju obezbeduje dovoljna količina materijala nastalog van radio-produkcije.

Za one delove radio-programa za koji nije moguće obezbediti dovoljnu količinu materijala, ili ne postoji odgovarajući sadržaj, potrebno je ostvariti *sopstvenu produkciju*.

Organizacija proizvodnje ove sopstvene produkcije zadatak je organizatora na radiju.

PRIPREMA, SNIMANJE I REPRODUKOVANJE

Posebno mesto i značaj organizacije ogleda se u fazi ukupne realizacije, pripreme snimanja i reprodukovanja. Snimanje tu predstavlja bazičnu fazu u kojoj se mesto organizatora odreduje u odnosu na programski zahtev, predračun, pripremu neposredne realizacije, realizovanje, reprodukovanje i čuvanje zapisa. Tačnije, ovako bi trebalo da bude. Uvreženo je shvatanje da je uloga organizatora realizatorska, da je organizator manipulant trakama, sekretar ili nešto slično. Neuobičajeno je i retko da organizator učestvuje u jednom projektu od samog početka, od trenutka kada je programski zahtev iskazan i kada se pristupa projekciji plana, da se od njega zahteva da učini pretkalkulaciju troškova i da sačini plan realizacije po dinamici: godišnji-tromesečni, mesečni-dvonedeljni-nedeljni i dnevni orijentacioni plan. Svi ovi važni elementi, suštinski, prepustaju se rutini i uigranosti pojedinaca, a da se pri tom zanemaruje značaj ovakvog pristupa izvršenju projekta. U radu ekipe zatim neminovno sledi haotičnost, koja je obrnuto proporcionalna rokovima (kratak rok - veći haos) traži se interventno rešavanje problema koji su inače normalni, potrebna je veća količina utrošenog rada i vremena za isti planirani rezultat itd. Ovakva praksa naročito se primećuje u realizaciji programa, dok su dramska

proizvodnja kao i proizvodnja muzike u nešto boljem položaju jer je zbog samog načina proizvodnje potrebno poštovanje prethodno navedenih faza. Zato, možemo razmotriti mesto i ulogu organizatora kroz kratak pregled rada u fazi ukupne realizacije. Treba prethodno reći da je u proizvodnji dramskih i muzičkih dela potrebno da se uskladi nekoliko komponenti:

1. konkretni i zadati rezultati i aktivnosti mogući su zbog specifičnih kadrovskih potencijala,
2. pored određenog broja stalno zaposlenih angažuju se i spoljni saradnici,
3. rezultat (snimak) dramskog i muzičkog dela direktno je uslovjen vrstom i kvalitetom tehničkih sredstava koja se koriste prilikom njihove realizacije.

Tehnička komponenta je nedeljiva od umetničke. Kako bi se ovi elementi uskladili, a u cilju dobijanja dela određenog sadržaja, kvaliteta itd., neophodna je primena adekvatnog organizacionog postupka koji se zasniva na *prikupljanju, selekciji i snimanju*.

Prikupljanje

Možemo rezlikovati četiri osnovna načina prikupljanja dela i to su:

- iz objavljenih izvora,
- putem konkursa,
- putem narudžbine, i
- putem autorske i agencijske ponude.

Postoje i specifični oblici prikupljanja dela za potrebe Dramskog programa kao što su npr. saradnja sa mladim autorima studentima grupe za dramaturgiju Fakulteta dramskih umetnosti. Specifični oblik prikupljanja dela za potrebe muzičke produkcije je razmena, koja je veoma značajna jer se za jedan snimak koji se prosledi drugim RTV centrima u zemlji (matičnih ima sedam pored RTB), od njih dobije po jedan snimak (tj. sedam snimaka), odnosno i više snimaka ako je razmena ostvarena sa zemljama članicama Evropske unije za radio-difuziju.

(EBU). Poseban oblik prikupljanja muzičkih dela je terenski istraživački rad etnomuzikologa u Muzičkoj produkciji Radio-televizije Beograd.

Selekcija

Selekcija je faza u kojoj se vrši odabir dela sa određenim sadržajima, kvalitetnim i drugim željenim svojstvima radi poboljšanja ili promene tipa programa ili nekog dela programa.

Ne postoje jedinstveni kriteriji za selekciju muzičkih i dramskih dela, pa žiriji, komisije i ostala kolegijalna tela u svom radu mogu da koriste određene elemente i da se odabir vrši prema:

- vrsti,
- žanru-podžanru,
- tematici,
- umetničkom kvalitetu,
- formi,
- izvođačkom aparatu,
- tehničkim sredstvima, i
- materijalnim troškovima

kao osnovnim merilima. Možemo razlikovati direktnu i indirektnu selekciju, postselekciju a takođe i neselektivni period.

U neselektivnom periodu se isključuju izvođački aparat i problemi tehničke i ekonomске prirode, a posmatraju se ostali elementi. Ponekad postoji potreba da se privremeno isključe i neki drugi kriteriji. Treba naglasiti da postoji i određena postselekcija.

Otpis već postojećeg materijala prilikom kontrole preslušavanja kvaliteta snimka, kontrole umetničkih i estetskih vrednosti i drugih zadatih faktora možemo nazvati direktnom selekcijom i ona mora biti planirana kao moguća, objektivna a ponekad i nužna. Poscban je slučaj sa indirektnom selekcijom što bi podrazumevalo

neinformisanost muzičkih saradnika o novim muzičkim materijalima, njihovu nezainteresovanost za pojedine žanrove muzike, izvodače, formu itd.

Znači, postoji selekcija pre nego što se pristupi realizaciji i snimanju nekog dela i postoji selekcija pošto je to delo snimljeno u produkciji matičnog radija.

Treba zaključiti da je presudan kvalitet i da je potrebno izvršiti usaglašavanje kriterija pre pristupanja samoj realizaciji snimanja kako bi se naknadna selekcija svela na najmanju meru.

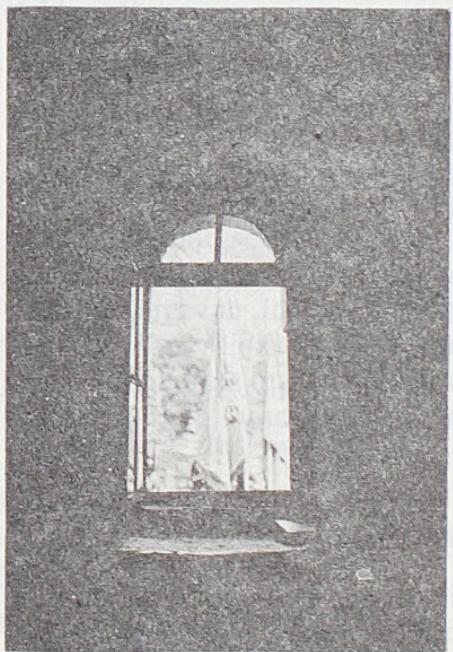
Snimanje

Postoje i koncerti i drugi medijski dogadaji koje je važno snimiti i te snimke jednokratno upotrebiti. To spada u posebne oblike rada u proizvodnji za potrebe radio-difuzne organizacije. Proces snimanja i reprodukovanja je takođe jedan od organizacionih postupaka gde je za rad potreban organizaciono-proizvodni pristup: izrada plana realizacije, određivanje ekipe, izbor studija i tehničkih kapaciteta, određivanje pratećih službi, čuvanje zapisa i realizovanje njihovog emitovanja. Postoji uvreženo shvatanje da je realizator programa isto što i organizator i zato se umanjuje značaj rada organizatora u programima i programskim službama - redakcijama.

ZNAČAJ ORGANIZACIJE

Organizacija tu nema tretman kao što ima u dramском programu i muzičkoj produkciji. Sastav je drugi odnos prema organizatorima u sektoru ekomske propagande gde se od njih očekuje da aktivno učestvuju u marketingu i plasmanu radio-talasa za ovu namensku vrstu proizvodnje. U ekonomsko-propagandnom programu mora se takođe polaziti od ovih istih elemenata iskazanih nešto ranije jer se i tu susrećemo sa na primer: kratkom dramском formom ili komponovanim songom, njihovim snimanjima i sl. Osnovna razlika je u sadržaju i nameni zapisa i u programskim potrebama, kao i u specifičnoj funkciji koju ti zapisi obavljaju, ali to nema većeg

značaja za funkciju organizatora. Mesto i uloga organizatora najkonkretnija je u posebnim programskim akcijama radio-difuzne organizacije, bez obzira da li je to proslava 200. godišnjice rođenja Vuka Karadžića ili turneja pevača novokomponovane narodne muzike „Raspevana jesen“ Radio-Šapca ili snimanje dokumentarne dramske serije na terenu. U takvim snimanjima, koncertima, akcijama potrebno je znanje i umeće, kao i poznavanje tehničko-tehnološkog procesa proizvodnje radio-sadržaja. Za ovakve prilike određuje se poseban organizator koji vodi projekat od samog početka do „sklapanja finansijske konstrukcije“, same realizacije i emitovanja.



Nije potrebno uzimati neki specifičan primer da bi bilo jasno da je naučna organizacija rada potrebna u radio-difuznim organizacijama, ali kao dopunu ovoj tvrdnji pogledajmo brojke. U 1988. godini samo je Muzička produkcija RTB u programima radija i televizije, kulturnom životu grada i šire, učestvovala sa oko 29 hiljada minuta trajnih snimaka i koncerata, a

Dramski program Radio-Beograda sa oko 100 premijera.

Može li onda organizacija pronaći svoje mesto u sektoru ekonomsko-propagandnog programa u radio-difuznoj organizaciji? Može li svaka muzička produkcija RTV centara u Jugoslaviji da koristi svoje umetničke ansamble i izvođačka tela i za koncertiranja i bez prenosa ili snimanja i da li je za te prilike potreban neko ko je izučavao Organizaciju scenskih delatnosti, Organizaciju kulturnog života, Organizaciju radio-delatnosti, Estetiku

i tako redom sve do Pozorišne režije, Psihologije, Primjenjene muzike itd.?

Radio je kao medij zavladao ovim vekom i pronašao svoje mesto i značaj i pored drugih sredstava masovnog komuniciranja, kako se to obično kaže. Postoji obaveza da se stručnoj javnosti u toj oblasti ukaže na značaj naučne organizacije rada u specifičnim uslovima proizvodnje specifične radne organizacije. Odavno je razvijena svest o postojanju potrebe za originalnim radio-dramskim tekstom i sopstvenim izvođačima muzike, odavno je iniciran razvoj radio-dramskog stvaralaštva kao i formiranje ansambala, orekstara i horova i njihovo okupljanje oko radija. Multiprogramski koncipiran radio neminovno sadrži ove programske oblike, iako je stari problem nedostatak kadrova i finansijskih sredstava. Muvička dela, dramska dela, poruke ekonomske propagande i posebne programske akcije nisu samo definitivni proizvodi koji se reprodukuju na programima radija, oni se moraju posmatrati u okviru procesa od nastanka potrebe za njima, samog njihovog nastanka pa do potrebe realizacije. Prateći taj proces neminovno se dolazi do zaključka da mnogostrukе organizacione komponente traže savremen pristup, stručno profilisan kadar i naučni tretman. Kao što prvu ili drugu violinu u jednom simfonijskom orkestru ne može da svira priučeni muvičar, tako se ovom i ovakvom organizacijom ne bi smeo baviti niko ko pored afiniteta nema i znanja. A u praksi nije tako. Status organizatora uopšte nije regulisan ni sistemski, ni samoupravnim opštim aktima.

Dnevna proizvodnja svih pet programa Radio-Bcograda iznosi 78 sati sadržaja u čijoj realizaciji učestvuje tridesetak organizatora od kojih jedva pet ima stručno fakultetsko obrazovanje. Nema teorijskih radova iz ove oblasti, slabe su mogućnosti usavršavanja uz redovan rad, praćenja inostrane literature. A radio kao medij svojim delovanjem kroz muvička, dramska dela razvija osećaj za estetskim i kulturnim vrednostima i indirektno inicira stvaranje novih dela, prihvatajući tako i ulogu kulturnog emisara, dajući značajan doprinos kulturnoj politici. Time pitanje mesta organizatora, bolje reći mesta

diplomiranog organizatora na radiju postaje sasvim opravdano i potrebno.

Trebalo bi, na kraju, naznačiti potrebu za stvaranjem svesti kod svih kulturnih poslenika na radiju da je diplomirani organizator, zapravo producent, njihov prvi saradnik, stručno lice sposobljeno da pojmi umetničke zahteve i kriterije i da svojim znanjem, sposobnostima i delovanjem aktivno učestvuje u umetničkom programskom stvaralaštvu. Utoliko više što produkcija muzičkih, dramskih i zapisa EPP, kao i posebne programske akcije zavise od narastajućih programskih zahteva, specifične uloge radija kao medija i što u ostvarivanju takve uloge ove organizacione jedinice koriste posebne oblike organizacionog delovanja: prikupljanje, selekciju i realizaciju, bazirane na kriterijima umetničke proizvodnje odnosno proizvodnje zapisa akustičkih dogadaja umetničke prirode.

Branka Otašević

NAŠA TELEVIZIJA NA PRAGU DEVEDESETIH

Izazovi profesionalizma i konkurencije

Na televiziji godine počinju raspevano i optimistički, šarenim spektaklima za gledalačko dobro raspoloženje. Novogodišnji program za 1989. godinu više no ikad poveo se za politikom, u satiričnom i parodijskom tonu, priznajući da je politika dominantna u aktuelnoj svakodnevici i nagoveštavajući da će se tako i nastaviti. Na polovini godine potvrđuje se da od te istine niko, pa ni televizija, nije mogao da pobegne. Otud su za prvo polugodište televizijske 1989. godine, koje se upravo navršava, najkarakterističnija zbivanja u uskoj vezi s političkim prilikama i odlukama.

Kao i jugoslovenskoj ekonomiji, i jugoslovenskoj televiziji sada je neophodno rasterećenje od snažnih političkih uticaja. Razmah medija i puno delovanje medijskih zakonitosti (analogno ekonomiji) ne ograničava samo postojeća zakonska regulativa već prevelika agilnost političkog faktora pri direktnom mešanju u pitanja struke i zavisnost od odnosa snaga na političkoj sceni. Kao i u ekonomiji, i u sferi medija međunarodna situacija i trendovi koriste se više kao primer pogodan za pokušaje zasnivanja sopstvene teorije i poštupalica u načelnim raspravama nego kao konkretno iskustvo za ugled i putokaz za delovanje u praksi. No strana pamet, kao i u drugim oblastima, nije od neposredne koristi jer je i naš televizijski sistem po svom ustrojstvu „nešto između“ - i

jedinstven i podeljen na osam „televizijski zaokruženih celina“, i preplatnički i komercijalni, i državni i samoupravni. Otud se i mnogi pojmovi u vezi s njim moraju upotrebljavati ili uslovno, ili pod navodnicima.

UPITNICI NAD ZAJEDNIŠTVOM I ZAJEDNIČKIM PROJEKTIMA

U vreme zaoštrenih odnosa među federalnim jedinicama, koji su istovremeno i uzrok i posledica „medijskog rata“, televizija nije ostala po strani. Dugo naglašavana tvrdnja da je Jugoslovenska radio-televizija jedan od retkih još u dobroj meri jedinstvenih velikih sistema u zemlji ozbiljno je načeta, najpre povodom Kosova. U najdramatičnijim trenucima kosovskih političkih previranja naši TV centri nisu imali ni iste podatke, brojke i informacije, pa otud ne čude ni različita tumačenja i komentari. U profesionalno najizazovnijim i najtežim okolnostima TV centri u Jugoslaviji nisu bili u stanju da se kolegijalno udružuju i da rade po sistemu pulova, a otvoreno nepoverenje prema radu kolega vodilo je do direktnih javnih osporavanja, optuživanja i međusobnih oponiranja koja su dovela u pitanje profesionalna merila i principe angažovanih u sporu, ali ponekad i njihov lični ukus, kućno vaspitanje i ljudsko dostojanstvo.

Sve je to, na žalost, bacalo senku na zajedničke projekte i poduhvate koji su se paralelno odvijali. Zajedničke ekipe izveštaca s velikih političkih zasedanja, zajedničke informativne emisije u praznične dane (uglavnom kao „integracija“ TV centara sa srpskohrvatskog govornog područja, a delom i uz učešće TV Ljubljana i TV Skoplje) donosili su više pozitivne poene za godišnje izveštaje matičnih kuća o saradnji s drugima nego što su uverili gledaoce u stvarno i efikasno zajedništvo koje racionalno koristi ljudi i tehniku, koje stvara bolje, raznovrsnije, trajnije rezultate.

Saradnja među TV centrima svela se uglavnom na informativne programe. Uz nekoliko veoma korisnih TV panela, organizovanih medustudijski, uz živu komunikaciju i debatu o (po pravilu) političkim temama, pojavila se i petnaestodnevna *Skupštinska hronika* kao

zajedničko delo svih izveštaka iz Skupštine SFRJ. Koprodukcija u sferi igranih, dokumentarnih ili zabavnih programa nema već godinama. Partnerstvo TV Beograd i TV Novi Sad u serijama *Balkan ekspres 2* i *Seobe* izuzetak je, a prvi povod za svih osam potpisa na jednoj seriji trebalo bi da budu zajednički istorijski jubileji koji padaju od 1991. do 1993. godine, ali je zamišljena igrana serija zasad bukvalno u embrionalnoj fazi, s neizvesnim učešćem i nejednakim zanimanjem svih članica Jugoslovenske radio-televizije.

Početkom godine oživljena je stara ideja o ustanovljenju svakodnevne jugoslovenske emisije vesti, jugoslovenskog *TV Dnevnika* na Drugom kanalu. Zapela je negde u proceduri i, uz načelne saglasnosti i uopštene podrške, ostala da čeka bolje dane. Veliki upitnik stavljen je i uz postojeći nedeljni „zajednički” *TV Dnevnik* koji se za srpskohrvatsko govorno područje naizmenično emituje iz šest TV centara. U svojim oscilacijama ova emisija približila se donjoj amplitudi. Početni polet je splasnuo, a zajednička redakcija nikako nije uspela da postigne podjednako angažovanje predstavnika svih studija.

Pokušavajući da popravi objektivno datu negativnu ocenu nedeljnog *Dnevnika* kao „republičkom izlogu”, redakcija se trudila, s promenljivim uspehom, da poboljša informativnost i obezbedi redovno dogovaranje u pripremi svakog izdanja. Činilo se da sami TV poslenici dovoljno veruju u smisao i budućnost ove emisije jer im je preokupacija postalo to da se u posao uključe i TV Skoplje i TV Ljubljana. Televizija Ljubljana nikad nije prihvatile ponudu smatrajući da su jezičke barijere neprelazne i da gledaoci ne smeju nedeljom ostati bez udarne emisije vesti na svom jeziku. Televizija Skoplje, verujući u mogućnost nesmetane komunikacije i neophodne razumljivosti među južnoslovenskim jezicima, bila je spremna da se u zajednički *Dnevnik* uključi od ovog juna. Upravo tada, najmladi član „dnevničke porodice”, TV Priština, odnosno Program na srpskohrvatskom jeziku, objavio je da prekida učešće dok mu tehnički deo Kuće ne obezbedi minimum uslova za korektno tehničko odvijanje programa. Nekako istovremeno, iz Televizije Zagreb, zapravo od njene

Skupštine, stigao je predlog da se nedeljni *Dnevnik* ukine zarad nove mozaične nedeljne zajedničke emisije.

Za prilike u jugoslovenskoj televiziji, pa i u jugoslovenskom informativnom prostoru - ukoliko tako nešto postoji osim u uskom geografskom smislu - karakteristično je i to da saglasnosti o programskim pitanjima nema uvek tamo gde su očite političke bliskosti. Iz Zagreba stiže prigovor što se nedeljni *Dnevnići* koriste za komentare, za kritikovanje tudihi objašnjavanje svojih stavova (podele na svoje i tude poklapaju se s republičkim granicama i rukovodstvima), pa i protesti, istina pojedinačni, što su gledaoci u Hrvatskoj „osuđeni“ da gledaju *Dnevnik* iz Prištine, i to još na cirilici. U Ljubljani naglašavaju sasvim suprotno opredeljenje: što više informacija iz drugih krajeva zemlje, i to „originalnog porekla“, što ćešću razmenu priloga, vesti, izveštaja, ali pri tom pravo svakog TV centra da taj materijal tumači i komentariše po sopstvenom nahodenju.

Uz predlog o ukidanju nedeljnog *Dnevnika* iz Zagreba je stigla i najava da ovdašnja televizija namerava da ceo Drugi program ispunji sopstvenom produkcijom. To bi značilo jednostrano istupanje iz zajedničke programske sheme i promenu stava o potrebi veće međustudijske razmene.

Prema dosadašnjim dokumentima JRT i pojedinih centara postojeći nivo razmene i saradnje smatra se nedovoljnim, a njegovo podizanje redovno se upisuje kao zadatak u nacrte narednih godišnjih planova.

Odgovor na otvoreno pitanje programske sheme i zajedničkog u njoj, odnosno stepena i načina razmene materijala, mogao bi da postane najvažniji i najdalekosežniji „intertelevijski“ dogadjaj u ovoj televizijskoj godini. Drugi otvoreni krug akcije najverovatnije će biti vezan za Kosovo. Nevolje redakcije na srpskohrvatskom jeziku u Televiziji Priština vratile su pažnju na obaveze Jugoslovenske radio-televizije koje proističu iz Jugoslovenskog programa o Kosovu i koje nisu ispunjene. Načelno izražene potrebe TV Priština za pomoći ostalih u jačanju tehničke i kadrovske baze i u

proširenju programa na srpskohrvatskom jeziku, i načelna spremnost ostalih da je pruže, po svoj prilici moraće ove godine najzad da se konkretizuje.

PROSTOR SLOBODE OSVOJEN U POLITIČKIM POTRESIMA

Uz političke potrese na celom jugoslovenskom prostoru, naši TV centri suočili su se u prvoj polovini godine i sa političkim udarima u sopstvenoj sredini. Sloveniju je zapljušnuo talas političkog pluralizma i novih političkih pokreta i podela; Bosnom su harale političke afere; smene kompletnih rukovodstava u Crnoj Gori i Vojvodini izazvale su seriju smena i ostavki i u televizijskim kućama; u Hrvatskoj je počela masovna rasprava o međunacionalnim odnosima u ovoj republici; u Makedoniji su propadali pa ponavljeni izbori; u Srbiji se burno politički živelo, u povišenom tonu zbog usvajanja ustavnih amandmana, raspisanog zajma za privredni preporod, proslave kosovskog jubileja; Kosovo je doživelo uvođenje vanrednih mera...

U okolnostima nimalo zahvalnim za svakodnevnu produkciju koja ne trpi odlaganja, pri promeni čelnih, rukovodećih ljudi u redakcijama, uz iscrpljujuća zasedanja u kojima se analizira sopstvena delatnost i počinju radne i političke diferencijacije, TV centri u Jugoslaviji ipak nisu dozvolili sebi izraziti pad ni u kvalitetu ni u kvantitetu programa. Pojedine kuće uspele su da proizvedu emisije koje po vrednosti i značaju nadilaze standarde tekuće televizijske trake, a gotovo sve su i povećale obim emitovanog programa.

Nevolje u kojima se, s društвom zajedno, našla i televizija, donele su mediju i nesumnјiv napredak. U opštoj demokratizaciji i televizija se otvorila za doskorašnje tabu teme, pokazala je kritičko zanimanje za pojave i ličnosti koje „stvaraju istoriju“, uputila se u žarišta dogadaja i zašla im u pozadinu, propustila autentičnu sliku zbivanja u javnost, omogućila oglašavanje javnog mnenja, pokrenula dijalog s najširom javnošću, suočila njene različite delove. Sve su to novoosvojene vrednosti koje - uz prateće nesporazume i

greške, uz moguće montaže i manipulacije - ostaju kao dostignuće koje ni televiziji ni njenim gledaocima više niko neće ni pokušati, a ni moći da oduzme.

Za nastajanje jedne bolje televizije, za razvoj medija po svim relevantnim parametrima, od izražajne kreativnosti do brojčane gledanosti, stekla su se na jugoslovenskoj televiziji upravo ove godine dva bitna uslova: stalna provera profesionalizma i rađanje konkurenčije. Ukoliko se, zarad političkih okolnosti, čvrstina temelja profesije proverava prevashodno u poređenju između osam postojećih, „državnih“ televizija, podsticaji konkurenčije došli su iz dva sasvim suprotna smera - iz najbližeg susedstva i iz inostranstva. Prva polovina 1989. godine ostaće zapamćena po prvim uspešnim eksperimentima s lokalnom televizijom i po konačnom ustaljenju satelitskih programa na našim malim ekranima.

BAUK SATELITA VIŠE NE KRUŽI JUGOSLAVIJOM

Satelitska euforija trajala je na našim prostorima relativno kratko, uz sasvim nepotrebnu dramatičnost. S obzirom da nije bilo blagovremene i jasne koncepcije o satelitskim programima ni u državnim ni u televizijskim organima, delovala je brza i peduzimljiva privatna inicijativa. Ne čekajući propise o novom vidu difuzije, oslanjajući se na devizu da ono što nije izričito zabranjeno jeste dozvoljeno, pojedinci i grupe građana sami su se postarali za hvatanje „slika s neba“. Tome se usporotivila „zvanična televizija“, upravo ona koja je i sama neovlašćeno „potkradala“ satelitske programe i koristila ih mesecima bez preciznog dogovora s njihovim vlasnicima.

U pravnom pogledu situacija s korišćenjem satelitskih programa ni u ovom času nije do kraja čista, ali su se naši TV centri postavili kao „transmisija“ između stranih programa i domaćih gledalaca. Ono što je u početku bilo privilegija pojedinih užih gradskih područja, postalo je kasnije, u skraćenom izboru, svojina svih gledalaca na Drugom programu. I ekstenzivno prikazivanje nekoliko glavnih satelitskih programa - Skaj čenela, Super čenela, MTV, CNN, TV 5, SAT 1 - kao i intenzivno dvosatno

"dajdžest" izdanje iz ove ponude ne samo da nisu naškodili domaćoj televiziji, već su joj učinili i uslugu. Pokazalo se, naime, vrlo brzo da ova vrsta programa, bilo da je namenjena usko specijalizovanoj publici, stratifikovanoj stručno ili generacijski, bilo da se pravi za univerzalnu i prosečnu publiku, ne može biti prava konkurenca domaćoj televiziji. S izuzetkom dnevnih vesti iz sveta, berzanskih izveštaja, pokoje reklame i muzičkog spota, satelitski programi nisu ponudili našim gledaocima ništa ni mnogo više ni znatno bolje od onog što su već imali.

Zahvaljujući uvođenju *Noćnog programa*, koji je na našim ekranima povećao broj stranih serija svih žanrova, ali i putopisa, revija, dokumentaraca, satelitska ponuda izgledala je, bar što se serija i filmova tiče, siromašno. Muzički program MTV pokazao se prikladnim jedino za kablovsku, pretplatničku distribuciju i upotrebljivim (i podnošljivim) samo u izvodima, u manjim dozama, kao dopunski, komplementaran program. Ono što su donosili ostali satelitski programi takođe nije moglo da drži pažnju u kontinuitetu, a posle prve gledalačke radoznalosti, koja je bila podstaknuta i poznatim sindromom „zabranjenog voća”, javilo se zasićenje, zamor i opadanje interesovanja.

Pa ipak, svaka najava mogućnosti da se gledocima uskrate satelitski programi izaziva normalne proteste jer je razumljivo da niko lako ne pristaje da ima manje, pošto je jednom već imao više. Za našu televiziju, koja više nema razloga da se plaši upliva satelitske televizije, ostaje kao glavni problem rešavanje odnosa sa stranim distributerima. Kako je širenje kablovske mreže u našim uslovima dugoročan proces, treba produžiti ili dobiti dozvole za povremeno i delimično korišćenje satelitskih programa u jugoslovenskoj javnoj TV mreži.

Te probleme rešiće uskoro sama tehnologija koja sve brže napreduje ka sistemu DBS - prijemu direktno sa satelita, čineći bespredmetnim sve vrste prirodnih ili veštačkih ograničenja rasprostiranju i korišćenju TV signala. Stoga je ova godina ujedno bila i poslednji čas da Jugoslovenska radio-televizija donese strategiju tehnološkog razvoja i plan uklapanja u situaciju kada će

svako moći da gleda svakog i kada će težište s onog šta da se od drugih uzme definitivno biti prebačeno na to šta drugima da se da.

LOKALNO I ALTERNATIVNO ZA POJAČANU MOTIVACIJU

Ako se može reći da je opasnost, ili, tačnije rečeno, strah od konkurenциje s neba naša televizija donekle otklonila, upotrebivši plodonosno ono najbolje od satelitskih programa u sopstvenom programu, a pokazavši ono najgore u njima kao dokaz da sama nije toliko loša koliko se nekad misli, s konkurenjom u sopstvenom okruženju, bar u Beogradu, stvari se nisu odvijale do kraja glatko.

Po sada važećim zakonima, u Jugoslaviji ne samo da ne mogu da se osnivaju privatne radio i televizijske stanice, već njih ne mogu da ustanove ni društvene ili političke organizacije, među njima ni omladinska, kao najzainteresovanija. Sve što u doglednoj budućnosti nastane kao novi radio ili TV program nalaziće se pod okriljem postojeće matične radio-difuzne institucije, republičkog ili pokrajinskog RTV centra. Jedinstvo informativnog sistema podrazumeva zasad ne samo tehnološke i tehničke, već i organizacione i urediocačke elemente.

U takvoj situaciji svoj lokalni, treći kanal, odnosno tehniku malog opsega, Televizija Zagreb i Televizija Beograd, a u izvesnom vidu i Televizija Ljubljana, stavili su u poseban položaj. Čini se da je Treći kanal Televizije Beograd ponudio najraznovrsniji i za dalje odlučivanje najzahvalniji eksperiment tokom proteklih šest meseci 1989. godine. Ne mogavši - i ne hoteći - da se u potpunosti odrekne odgovornosti koje joj sleduju po zakonu, Televizija Beograd je pojedinim organizacijama, ustanovama, grupama dala delimično nezavisan status, poverila im da povremeno i privremeno budu osnivači, producenti i autori posebnog televizijskog programa.

Ovaj hvale vredan eksperiment završen je nesrećno, ekscesom. Zabrana razgovora o našoj bliskoj političkoj prošlosti u ciklusu *Strogo poverljivo*, i to samo dva dana pre kraja jednomesečnog eksperimentalnog „Omladinskog

kanala", drastično je umanjila racionalno vrednovanje celog ovog poduhvata. Kao i neke ranije zabrane, posebno one u kulturi, ovaj potez Televizije Beograd - izazvan očigledno samo jednom i pojedinačnom političkom diskvalifikacijom pomenute emisije - pokazao se višestruko kontraproduktivnim. S jedne strane, predupređena je, a delom i onemogućena relevantna procena eksperimentalnog programa, kako od njegovih zvaničnih osnivača tako i od stručne kritike. S druge strane, javnost je navedena na emocionalne reakcije, te je a priori branila sve što se pojavilo na OK kanalu, da bi se suprotstavila zabrani kao činu, a napadala Televiziju Beograd i za grehe koje nema, zaboravljujući pri tom sve valjano što je na njoj učinjeno.



Činjenica je da je Televizija Beograd omogućila da se isprobaju različiti programski koncepti - od specijalizovanog programa posvećenog filmu, što je bila *Festovizija*, preko *JU video šoa* koji je proširio sadržinske okvire kao prelaz ka tipično lokalnom programu *Beosat* i, najzad, do najoriginalnijeg i najprovokativnijeg Omladinskog kanala.

Nesporno je da su svi

ovi eksperimentalni programi bili pravi konkurenčki izazov za samu Televiziju Beograd koji je konstruktivno prodrmao Prvi i Drugi program i na njih blagotvorno delovao. Pri postojanju monopolskih pozicija i privilegija, koje u našem informativnom prostoru postoje upravo za televiziju, a ne više i za druga sredstva javnog informisanja, za radio i štampu, ova „sporedna“ televizija, s drugim osnivačima, producentima i izvodačima, finansijski potpuno osamostaljena preko

ekonomске propagande i sponzorisanja, pojačala je motivaciju na „glavnoj“ televiziji. Iz povećane zainteresovanosti za rad, iz podstaknutih autorskih ambicija neminovno su se javili bolji programski rezultati, a borba za prestiž ne ostaje samo u domenu gledanosti već može prerasti i u plemenitu utakmicu među autorima. Iako je alternativna, „gerilska“ televizija, naročito Omladinski kanal, u ponečemu bila ekskluzivnija i atraktivnija od „zvanične“, ona joj zapravo ničim nije naudila i samo je potvrdila koliko je domena u kojima je velika televizija nezamenljiva i nedostizna.

Jesen se najavljuje kao rok kada će Treći kanal beogradske televizije dobiti precizniju fizionomiju, ali je gotovo sigurno da će on zadržati alternativni karakter i da će biti prostor drugačijeg programa. Pri tom će jedan njegov deo, ukoliko bude mudrog odlučivanja, svakako pripasti Omladinskom kanalu, odnosno omladinici, jer bi suprotno bilo u najmanju ruku nepravedno. Uostalom, i ovde, kao i u slučaju satelitskih programa, jednom otvoren prozor u novo teško se zatvara, a vreme će, kad prode draž prvine i novine, sve vrednosti ionako pravilno proceniti i staviti na pripadajuće im mesto.

ZALOGE ZA USPEH U STVARALAČKOM NADMETANJU

Ono što se dešava s televizijom u Jugoslaviji gotovo je istovetno s fazom koju prolaze ostale takozvane državne ili nacionalne televizijske kompanije u Evropi. Suočavanje s dvostrukom konkurencijom - onom koja dolazi putem satelitske televizije i onom koju stvaraju manje, privatne stanice, producentske grupe, specijalizovani kanali - nagnalo je tradicionalnu televiziju da se menja i da prednosti traži i nalazi u očuvanju svojih fundamentalnih funkcija. A to su programi koji izrazito neguju nacionalni kulturni identitet, donose na ekran vrhunska umetnička ostvarenja, podstiču saznavanje i opšte obrazovanje, popularišu nauku, istražuju kulturno naslede, ispituju izražajna sredstva novih tehnologija i elektronskih uredaja. Ako u domenu lokalnih informacija, kontakt programa, zabave i sporta sada i

može da uđe u bitku za gledaoce, privatna, dakle komercijalna televizija još dugo neće moći da konkuriše javnoj televiziji u nekim temeljnim televizijskim disciplinama, u skupim istraživačkim projektima, u igranim, dokumentarnim i naučnim serijama, u onom tipu televizijskih emisija koji zahteva veliku i snažnu nacionalnu radio-difuznu organizaciju.

Iako najuglednije i najmoćnije evropske nacionalne kompanije, poput BBC u Velikoj Britaniji, nijedno područje televizijske proizvodnje unapred ne prepuštaju ni privatnicima ni strancima (mada je gotovo svuda u svetu i jeftinije i jednostavnije kupiti gotov TV proizvod nego ga praviti) u neposrednoj konkurenciji s kompanijama Nezavisne televizije ona glavne snage usmerava na ključne vrste TV programa, drame i serije, dokumentarce, feljtone, obrazovne reportaže, dečje emisije.

Te vrste kreativnog nadmetanja, koje bi moglo da postoji među osam naših TV proizvodača, nema u Jugoslaviji na pravi način čak ni na godišnjem televizijskom festivalu, kao imanentno takmičarskoj manifestaciji.

Usredsredivanje na izrazito novinarske žanrove kao da je smanjilo želju za stvaralačkim odmeravanjem u ostalim eminentno televizijskim disciplinama. Obnovljeni festival jugoslovenske televizije, koji je treći put održan ovog maja u Neumu, nije zapravo ni krenuo ka postavljenom cilju, unapredovanju domaćeg televizijskog stvaralaštva.

Koliko je poznato, nacionalni televizijski festivali drugde u svetu ne postoje, a tamo gde ima više kompanija takmičenje se odvija na tržištu. Kako smo mi po svemu posebna varijanta, i kako nema medusobne tržišne utakmice, festival bi trebalo da bude mesto za osvajanje prestiža druge vrste, na kome bi pobeda, nagrade autorima i priznanja producentima zaista nešto značili i u moralnom a i u materijalnom pogledu. To podrazumeva da se utanači šta se od neumskog festivala zaista hoće i da se potom za to podjednako založi svih osam domaćih TV centara.

Ove godine, u trećoj modifikaciji, festival jugoslovenske televizije prilično je razočarao. Ne samo da nije bio

mesto promocije novih serija ili ciklusa, premijera specijalno za festival radenih programa, vrhunskih kreativnih dometa, otkrovenja izražajnih trendova, već nije bio ni pregled onog najboljeg što se može naći u redovnoj televizijskoj produkciji.

Ni ove godine festival nije bio središte kolegijalnih susreta i stručnih razgovora (ta dimenzija, izgleda, nedostaje i ostalim jugoslovenskim festivalima), nije iskorišćen kao prilika za predstavljanje takmičarske selekcije ali i drugih ostvarenja većem broju stranih gostiju, a potpuno je zanemario sopstvenu medijsku prezentaciju domaćem gledalištu. Prikazujući na Drugom kanalu, u zamornoj količini, celokupni festivalski program gledaocima koji će ga u redovnom programu ionako pre ili kasnije videti u potpunosti, televizija je sopstveni festival predstavila javnosti nemaštovitom, lišavajući dogadjaj medijske obrade koju štedro primenjuje kad su u pitanju drugi festivali, smotre, priredbe i manifestacije. Sposobna da, kad se potrudi i motiviše, od svakog povoda napravi istinski televizijski dogadjaj, televizija je dopustila da njen festival protekne mlako i nezapaženo. Stoga bi ova treća propuštena prilika da se jugoslovenski televizijski festival ili ukine ili ustanovi u obliku koji ima smisla morala da bude i prekretnica, bolje reći vremе prave odluke.

Mimo festivala, televizija je gledaocima dokazala da proizvodi solidne programe svih vrsta i da savladuje velike zadatke, u rasponu od proslave šest vekova boja na Kosovu do Evropskog prvenstva u košarci, da se ponenu samo najsvežiji primeri. Stranoj publici predstavila se na nekoliko medunarodnih festivala, a nagrade su osvojene na festivalima „Zlatni Prag“ i „Prix futura“ - za drame *Braća po materi* i *Slučaj Harms*, obe u proizvodnji Televizije Beograd. Bilo je zapaženih predstavljanja i na drugim smotrama, na medunarodnom simpoziju INPUT, a ponešto je zainteresovalo strane kupce na redovnom skriningu u Ohridu i na kanskom MIP.

Analiza pojedinačnih emisija, od drama i dečjih serija do direktnih prenosa i kontakt magazina (što nije predmet ovog teksta) pružila bi mnogo vedriju sliku stanja na

jugoslovenskoj televiziji i ohrabrla bi dokazom o stvaralačkim moćima koje na njoj postoje.

Oslobadanje tih potencijala smanjenjem opšte preokupiranosti politikom, boljom organizacijom same televizije, svrshodnim udruživanjem medu TV centrima, jačanjem profesionalnih kriterija, uvedenjem konkurenčije, ofanzivnim a ne defanzivnim odnosom prema svetu, moglo bi biti zaloga za samouveren ulazak u televizijske devedesete.

Doprinos
TELEVIZIJI

Dobroslav Silobrčić

TELEVIZIJSKI INTERVJU

Trebao mi je cijeli život da otkrijem alarmantno novinarsko načelo da kvaliteta intervjeta ne ovisi o duhovitosti i razboritosti intervjuiranoga, nego o kvocijentu inteligencije onoga koji intervjuiра. Uostalom, intervju će on napisati.

Efraim Kišon

Maršal Makluan (Marshall McLuhan) smatra govor prvim sredstvom društvenog općenja, dakle prvim medijem.

„Proces izdvajanja čovjeka iz njegove prirodne okoline započinje upotrebom govora kao sredstva društvenog općenja. Govor se odlikuje time što uslijed svoje tehničke nesavršenosti pruža mali broj podataka... te je čovjek prisiljen da sam dopunjava poruku, duboko angažirajući svoju ličnost, pri tome. Iz ovih efekata koje ima govor, kao sredstvo društvenog općenja, na pojedinca, proizlaze i posljedice po cijelo društvo. Govor, vezujući intimno, na emotivnom planu, pojedince, stvara čvrstu organsku društvenu zajednicu“. U poglavljju „Govorna riječ“ s podnaslovom: „Cvijet zla?“, nadovezujući se na Bergsona Makluan tvrdi: „Ono što točak pruža nogama i tijelu, to jezik pruža inteligenciju“.

Govor je tehničko pomagalo inteligencije, tehnički produžetak čovjekove svijesti. Odnos dviju ili više osoba koje razmjenjuju izgovorene misli, dakle riječi, u bilo kojem logičnom slijedu, jest jedan od prvih komunikacijskih kanala koji se primjenjuje od početaka osviještenog čovječanstva do danas.

Takav komunikacijski govorni proces u novinarstvu se ostvaruje u devet oblika.

To su:

- anketa,
- telefonski razgovor

- diskusija
- okrugli stol
- konferencija za štampu
- talk show
- intervju
- razgovor
- polemika.

Najčešće primjenjivan, najprikladniji i najzanimljiviji oblik od navedenih je - intervju. To, da je najčešće primjenjivan, intervju je postigao i izborio u stoljeće dugoj konkurentskoj borbi s ostalim dijaloškim oblicima. Najprikladniji za objašnjavanje pojedinih događaja i upoznavanje osoba protagonista tih događaja je zato što daje direktnu informaciju bez posrednika. Najzanimljiviji je, jer zaista u novinarstvu nema ništa interesantnijeg od samog čovjeka - svjedoka svog čina ili vremena.

Osnovna pretpostavka za stvaranje intervjuja jest novost, *news*, vijest. Kroz pitanja i odgovore otkriva se zatim sve više novih okolnosti oko osnovne vijesti, povoda intervjuja. Nepotrebno je raditi intervju s nekim i o nečem što neće dovesti do novih pojedinosti ili rasvjetljavanja osnovnog podatka, jer tada se ne postiže cilj. A cilj je, na temelju jedne novosti, vijesti, doznati na zanimljiv način što više dodatnih novosti i rasvijetliti do kraja dogadaj ili osobu. Iz toga proizlazi i pitanje o korisnosti i upotrebnosti intervjuja kao novinarskog oblika. Ne može se i ne treba intervju koristiti u svakoj prilici. Često je prikladnija i dovoljna sama vijest ili izvještaj, reportaža ili komentar. Kada ipak treba intervju? Tada, kad za bolje objašnjavanje nekog događaja imamo pogodnu i relevantnu osobu koja će sigurno novosti i okolnosti moći bolje saopćiti i objasniti od samog novinara, ili kad je sama osoba vijest, te će svakako najtočnije i najsuverenije moći govoriti o sebi samoj.

Korijeni riječi intervju (eng. *interview*) su u latinskom jeziku gdje prilog *inter* označava medusobni odnos dviju osoba i to odnos kako po sličnosti, tako i po razlikama. Engleska imenica *view* znači vidik, pogled, promatranje, mišljenje. Kad se to spoji sa prologom *inter*, dobivamo kovanicu *interview* koja u današnjem engleskom, a prihvaćena je i u ostalim jezicima, označava urečeni,

dogovoreni sastanak s ciljem medusobnog razgovaranja, odnosno pristajanje obje osobe na to, da jedna pita, a druga odgovara na ta pitanja. To je bitna oznaka intervjuja kao novinarskog oblika jer sugovornik novinaru daje prethodni ili prešutni pristanak za takvo ispitivanje. U intervjuu novinar isključivo pita, a sugovornik je protagonist tog novinarskog oblika i isključivo odgovara na ta pitanja. Time se stvara sadržaj. Sve to izgleda vrlo jednostavno, ali nije!

Jedan od prvih intervjuja nalazi se u temeljnoj povjesnoj knjizi, u Bibliji, u *Novom zavjetu*, u Evandelju po Ivanu. Oznaka je Iv 3,1-13, a naslov „Razgovor s Nikodemom”.

Nije to tipičan intervju, ali se može smatrati jednim od prvih zapisanih začetaka te novinarske vještine. Biblija se inače, u *Starom zavjetu* izražava kroz povjesna pričanja, poslanice i monologe, a tek u *Novom zavjetu*, dakle kasnjem dokumentu, osobito u Evandelju po Ivanu koristi i dijalog kao tada novu komunikacijsku formu pogodnu za plastično objašnjavanje činjenica iz ustiju samih protagonistova. Smatram da je „Razgovor s Nikodemom” u stvari jedan od prvih zapisanih intervjuja.

Vjerojatno bi se u starim zapisima i književnostima našlo još primjera razgovora - intervjuja, međutim već i ovaj star gotovo dva tisućljeća dobro ilustrira čovjekovu davnu potrebu za dijalogom i korisnost intervjuja kao komunikacijskog odnosa dvaju subjekata, namijenjenog i upućenog trećima, čitaocima, slušaocima i gledaocima kao izvor novih saznanja.

Razvitkom čovječanstva, pronalaskom pisma, Gutenbergovim izumom sredinom petnaestog stoljeća, govor i dijalog prestaju biti jedinim komunikacijskim oblikom. Nadolazi pisana kultura, sa svim svojim vrijednostima i prednostima kao što je - mogućnost čuvanja ljudskog iskustva i umnog rada; jer *verba volant, scripta manent*, riječi odlijecu, zapisi ostaju. Novi vijek i ponajviše suvremeni tehnološko komunikacijski sistemi i mediji kojima je izražajno sredstvo govor te govor i slika, reafirmiraju dijalog kao jedinstvenu i nezamjenjivu kategoriju u ljudskim odnosima. Štaviš, zahvaljujući tehnologiji, sada i govor i slika mogu biti trajno

pohranjeni, poput knjiga. Jedinstvenost dijaloga je u tome da u toj komunikacijskoj vrsti, odnosu čovjeka s drugim čovjekom i prvi i drugi daju informaciju, dobivaju informaciju i odmah dobivaju povratnu informaciju na onu svoju upravo izrečenu. Istovremeno je u takvom odnosu dogadaja mnoštvo psiholoških, emotivnih i dramaturških pododnosa.

U ovom stoljeću novi komunikacijski mediji - radio, film i televizija - razvili su i razgranali dijalog do vrhunca koji su mogući na ovom stupnju kulture i civilizacije temeljeći to na prvočitnom odnosu - razgovoru čovjeka s čovjekom.

Najčešće upotrebljavan oblik dijaloga u novinarstvu i to kako štampanom tako i govorenom jest intervju, koji po mnogo čemu dominira nad ostalim dijaloškim oblicima. (Anketa, telefonski razgovor, diskusija, okrugli stol, konferencija za štampu, talk show, razgovor, polemika.) Intervju ih je nadjačao iz razloga što ga je relativno lako ugovoriti i izvesti, zatim što je, ako je dobar, vrlo zanimljiv i kao najvažnije, može se smatrati u načelu istinitim i vjerodostojnjim.

Postupak nastajanja intervjuja kao gorovne novinarske vještine isti je u štampi i na radiju i televiziji. Nakon pripreme slijedi sam intervju, dakle egzekucija, koja se isključivo obavlja govorom, razgovaranjem, pitanjima i odgovorima. Nema drugog načina intervjuiranja. Novinar koji radi u štampi treba taj govorenji postupak na osnovu sjećanja, zapisa ili magnetofonske snimke pripremiti za objavljivanje i to tako što ga - zapiše, odnosno napiše. Na radiju i televiziji to je mnogo direktnije, jer se radio ili televizijska snimka jednostavno - emitira. Naravno, tome može, a često i mora prethoditi tonska i slikovna montaža. Intervju na radiju i televiziji svakako ima veću vjerodostojnjost jer se u njemu zaista i čuje, ili i vidi protagonist, sugovornik novinara.

Najidealniji način intervjuja jest uživo, što je izvedivo na radiju i televiziji, ili pred nekim javnim skupom, ali je nemoguće u štampi. Ne treba međutim potcjjenjivati intervju u novinama, jer i onda kad je napisan ima snagu originalne poruke svog protagonista. Naravno, čitalac

treba imati povjerenja u novinara, a novinar mora poštivati profesionalne i moralne norme ponašanja prema sugovorniku i čitaocima. To se povjerenje stvara i stiče godinama rada. Intervju za štampu mnogo je teži i zahtjevniji u fazi interpretacije sugovornika, u fazi pisanja, a intervju na radiju i televiziji teži je i odgovorniji u fazi egzekucije, za vrijeme odvijanja razgovora, posebno ako je uživo.

Intervju se može raditi na razne načine, s raznim pobudama i ciljevima, raznim tehnikama, koji put i u izvanrednim situacijama i bez uobičajenih priprema ili i protiv postojećih pravila. Tako postoje i razne vrste intervjeta, odnosno podvrste. Ima jedna vrsta intervjeta, samo u štampi se pojavljuje, koja u stvari nije intervju: kad se izabranim sugovornicima na njihov zahtjev, vjerojatno zbog njihove nesigurnosti, pismeno daju pitanja novinara. Sugovornik bez prisutnosti novinara uz njih dopiše odgovore, i onda se to objavi. To nije intervju.

Intervjuje možemo teoretski razvrstavati i razlikovati prema raznim kriterijima. Po načinu izvođenja, po mediju kojim će biti posredovani do primalaca, po sadržaju, po cilju, po dužini, po informatičkom značaju, po pripremljenosti... Klasifikacija po svim tim kriterijima ocjenjivanja mogla bi unijeti prilčnu zbrku, jer ipak postoji samo dobar intervju i onaj koji to nije. Razlike među intervjuima koje može zapaziti i primalac poruke, su takve da se lako može ocijeniti da li je posrijedi:

- 1) pripremljeni intervju
- 2) dogovorenii intervju
- 3) improvizirani intervju
- 4) portret intervju
- 5) intervju kozerija
- 6) intervju na prepad
- 7) intervju uživo
- 8) snimljeni intervju
- 9) napisani intervju
- 10) iznudeni intervju
- 11) intervju o dogadaju

-
- 12) intervju o osobi s drugom osobom
 - 13) intervju o osobi s njom samom
 - 14) namješteni intervju
 - 15) kratki ili dugi intervju
 - 16) izmišljeni intervju
 - 17) književni intervju
 - 18) neobjavljeni intervju.

Redoslijed kojim su navedene ove podvrste nebitan je, i ne označava ništa, osim što potvrđuje u praksi postojeće pojavnne oblike intervjeta.

Kralj intervjeta je naravno intervju uživo. U njega, za razliku od svih ostalih nije moguće intervenirati naknadno, bez obzira da li bi te intervencije bile dobre i korisne ili loše. Takav intervju, da bude dobar, da zadovolji zahtjeve za novim, istinitim i objektivnim podacima - je najteže napraviti. Teškoće su u tome što novinar koji pitanjima usmjerava sugovornika, protagonista čitavog posla, istovremeno uživo spaja dvije inače razdvojene faze intervjeta: egzekuciju i obradu. Od sugovornika se također traži optimalna koncentracija pri odgovaranju koje je uvijek omeđeno zadatim vremenskim okvirom. Radio i televizijska emisija imaju naime, uvijek unaprijed određen vremenski termin. Jasno je da je mnogo lakše napraviti dugi nego dobar kratki intervju. Jednostavnije je i za novinara i za sugovornika da razgovaraju satima u nekoj opuštenoj atmosferi, pa se to onda zapisuje ili snima i kasnije obraduje. Tada, međutim, uspjeh intervjeta ovisi o obradi i selekciji. Težje je, ali bolje, kad se koncentrirano i selektivno razgovara, tako da odmah do primalaca dopiru isključivo bitni i relevantni podaci, a nebitno se niti pita niti odgovara.

Sedamnaesta vrsta intervjeta svaki će novinar pa i ne-novinar, primalac, odmah moći prepoznati.

Osamnaesta vrsta intervjeta (to je naravno, jedan od onih prvih sedamnaest) ima dodatnu kvalitetu, onosno manu - a to je da je obavljen ali ostaje - neobjavljen. To se dogada iz razloga kvalitete, političke ili etičke korisnosti objavljivanja ili neobjavljivanja, i tako dalje. Ne dogada se često, ali se dogada. Posebno je neprijatno za intervjuera, no niti intervjuiranome to nije naročito ugodno finale obavljenog posla.

Intervju ima pet faza:

- Izbor sugovornika (odabiranje)
- Priprema novinara
- Izvršenje (egzekucija) intervjeta
- Obrada pisanog ili snimljenog materijala
- Posljedice.

Odabiranje sugovornika je bitno. O nekoj aktuelnoj temi sigurno može govoriti nekoliko relevantnih sugovornika, ali - koji je najbolji za intervju? Takvog treba pronaći. Osim što najbolje zna ono što novinar očekuje da zna, potrebno je i da bude komunikativan i spreman u obikovanju svojih misli.

Kad se to odluči, slijedi vjerojatno najmukotrpnija faza, a to je *priprema* novinara. On treba dozнати, pročitati sve što je dostupno o izabranom sugovorniku ili temi o kojoj će s njim razgovarati. Da bi intervju u trećoj fazi bio uspješan, druga je neophodna. Novinar mora doslovce sve znati, sve pročitati, dozнати čak i privatne podatke o odabranoj osobi. Takve privatne ili intimne činjenice, najčešće zbog etičkih razloga neće koristiti u intervjuu, ali je dobro i to znati. Faza pripreme izostaje samo u jednoj vrsti intervjuu. To je improvizirani intervju. Taj je vrlo rijedak i dogada se samo kad zaista nije bilo vremena za pripremu. U fazi pripreme novinar i sugovornik neminovno dolaze u neki kontakt, osobni, telefonski ili pismeni. Treba paziti da se u toj pripremnoj akciji ne učini greška i obavi intervju prije intervjeta. To se dogada ako novinar unaprijed obavijesti sugovornika o svojim pitanjima. Sugovornik često počne odmah na njih odgovarati, i kasnije za stvarnog odvijanja intervjeta, na ponovljeno pitanje iz prethodne faze, odgovara kraće, slabije ili još gore, kaže: „kao što sam vam već rekao”, a rekao je prije intervjeta. Potrebno je da sugovornik zna temu ili okvire razgovora, ali nikako i pitanja. Štaviše, niti sam novinar ne bi smio imati čvrsto koncipirana pitanja, već samo neke prednacrte, naznake. Sve se zaista mora dogadati u slijedećoj fazi - izvršenju.

Izvršenje ili kako namjerno radi snage te riječi pišem - egzekucija, jest glavna, najčarobnija, najzahtjevnija i najzanimljivija faza intervjeta. Tada se sve dogada. Ne

treba mistificirati intervju, ali u ovoj fazi i po ovoj fazi intervju se može uzdići do umjetnosti, može ličiti na dramu. U takvim trenucima u tu imanentno novinarsku formu prodiru i zakonitosti dobro izvedene predstave, kazališne na primjer. Vrhunac je ako se intervju osim sadržajno i dramaturški dobro odvija. To ovisi o novinaru, to ovisi o sugovorniku, a koji put se stvarno i samo po sebi dogodi. Zvonko Letica u brošuri *Televizijsko novinarstvo*, u poglavlju o intervjuu citira američke autore Garvija i Riversa, koji su u knjizi *Pisanje informacija za elektronski medij* ustvrdili: - „Intervjuiranje je umjetnost. Novinari koji vrlo uspješno intervjuiraju jesu umjetnici u ljudskim odnosima. Ono što znaju, manje je važno od onoga što jesu.“

Prvo pitanje u intervjuu nije bitno, ali je psihološki vrlo važno, kako za novinara tako i za sugovornika. Veliki sportski novinari Hrvoje Macanović i Radivoje Marković, zastupali su stav da se već s prvim pitanjem ide *in medias res*. To je vjerojatno pogodno za sportski intervju pri kojem se ne smije gubiti mnogo vremena.

Mislim da to nije primjenjivo u intervjuima koji su zasebne radio ili televizijske emisije, ili napisani u novinama, i predstavljaju rasni oblik tog žanra. Prvo pitanje bi trebalo oslobođiti početnog grča ili treme kako sugovornika tako i novinara. Kod normalnih ljudi uvijek postoji doza treme uoči intervjeta, pogotovo ako se dogada uz korištenje tehnoloških pomagala radija ili televizije. Korisno je oslobođiti sugovornika tog straha nekim možda usputnim i nebitnim pitanjem. Sugovornik je u načelu iz druge profesije, nije novinar i potpuno su mu strani ambijent i sprave koje ga okružuju, na primjer, u televizijskom studiju. Tišina pred snimanje, komande režisera, kamere, kamermani, jako svjetlo, namještaj koji mu nije poznat - sve su to zbumujući elementi za sugovornika. Novinaru su oni poznati, i tu on već na startu dobiva prednost. Zato mora biti uvidavan prema svom gostu, pomoći mu da se snade i da bi kasnije lakše formulirao svoje odgovore. Cilj intervjeta nije da novinar pobijedi sugovornika, nego da dobije prave odgovore na dobra pitanja. Prvo pitanje je važno i za novinara, jer i on često bar do prve izgovorcene riječi, ima tremu. To je

normalno. Takva trema se rutinom gubi, ali nikada potpuno - i to je dobro. Rutinski intervjuji u kojima je novinaru svejedno što se dogada i što pita - ne bi se smjeli niti nazvati intervjuima. Nakon prvog pitanja intervju se odvija onako kako se odvija, ali ne treba nikad zaboraviti da ga vodi - novinar. On pita, sugovornik odgovara.

Glas je vrlo važan činilac. Novinar treba osjetiti, svjesno ili nesvjesno kada prilagoditi govor određenim situacijama. Potpitanja kojiput mogu biti i tiša, ili manje razgovjetna, ili nedorečena, ali sugovornik ih čuje, očekuje i odgovara na njih.

Šutnja, u odgovoru pa i šutnja umjesto pitanja, odnosno očekivano a nepostavljeni pitanje, mogu dati sjajne efekte, ako se logično i na pravom mjestu i u pravo vrijeme dogode.

Geste, što se vide samo u televizijskom intervjuu, daju kojiput čitav odgovor ili ga dopunjavaju. Geste obojice, i novinara i sugovornika, iako nas više zanimaju one druge.

Mimika je vidljiva opet samo u televizijskom intervjuu, i ukoliko novinar ima dobrog suradnika u režiseru koji prati i sadržaj intervjeta, moguće je posebnim tehničkim potezima (izbor plana, kuta snimanja, zum) potencirati značaj pojedinih riječi i misli.

Smijeh i plač se također dogadaju za intervjuu. Češće smijeh, koji može biti šarmantna, ugodna nadopuna izrečenoga, ali može biti i izraz nelagode, odnosno - bijeg u smijeh da bi se zaobišlo odgovor ili pitanje. Plać je mnogo rijedi, i može se desiti sugovorniku (rijetko, neki odgovor može toliko emociionirati novinara da i njemu kapne suza) jer je on u položaju pitanoga pa ga se namjerno ili slučajno može navesti i na emocijama nabijeno područje razgovora. Svakako niti na smijehu niti na plaču novinar ne smije inzistirati. O tome će odlučiti sugovornik ili naprosto situacija i atmosfera pri intervjuu.

Emocije se neminovno stvaraju za vrijeme intervjuua. Emocije između novinara i sugovornika. To nisu ekstremni osjećaji poput ljubavi ili mržnje. Slabijeg su intenziteta, i omedeni su vremenom. No, ipak postoje.

Svakako postoji simpatija ili antipatija, jednosmjerna ili dvosmjerna. To ne smeta intervjuu, ako ga novinar korektno vodi, već štaviše daje novu dimenziju, često i kvalitetnu, bez obzira na razlog i prirodu tih emocija. Svakako postoji bar svidanje ili nesvidanje, privlačnost ili odbojnost, povjerenje ili nepovjerenje. Takve emocije nije loše zatomiti, one novinarove, jer on je ipak na ozbilnjom, profesionalnom zadatku.

Obrada pisanog ili snimljenog materijala je četvrta faza koja ne postoji jedino kod intervjeta uživo. Takvo sredivanje pred objavljivanje je dosta mukotrpna djelatnost i mnogo ovisi o spretnosti novinara i njegovoj sposobnosti da razluči bitno od nebitnog. To je selekcija. Posebno dolazi do izražaja u pisanom novinarstvu, kad od snimljenog ili zapisanog razgovaranja treba uobičiti, prostorom u novinama ograničen, intervju. Na radiju i televiziji, prije emitiranja, postupak selekcije je isti, s tim da novinar sam ili uz pomoć režisera mora paziti i na zakonitosti vizualnog medija. Pri montaži je važno postići vremensko i prostorno jedinstvo razgovaranja, bez neologičnih sadržajnih ili grubih slikovnih rezova, skokova. Takvo dotjerivanje je na televiziji neophodno (ukoliko se neki dijelovi razgovora izbacuju) zbog stvaranja povjerenja kod gledalaca da se zaista sve to tako odvijalo. Montaža i u novinama i na radiju i na televiziji krije u sebi mogućnost zloupotrebe, pa se stoga traži visoka etičnost novinara, urednika ili režisera koji je radi. Ta etičnost je propisana i sankcionirana u novinarskom kodeksu, ali se kojiput na žalost ne poštuje. Novinaru je bitno da uvijek, u svakom poslu, intervjuu bude etičan, jer ako to nije, gubi povjerenje kako čitalaca, slušalaca, gledalaca, tako i budućih sugovornika. Kad se izgubi to povjerenje, gotovo ga je nemoguće vratiti.

Posljedice intervjeta su peta faza koja uvijek postoji i koja više nije pod kontrolom sudionika, niti novinara niti sugovornika. To su razni efekti objavljenog ili emitiranog intervjeta, ocjena kritičara, publike, autoriteta. Mogu biti dobre, mogu biti loše, mogu izostati. Najgore je ako izostanu, jer tada očito nije obavljen novinarski posao. Da li su ocjene kritike dobre

ili loše, ili i jedno i drugo, to je manje više svejedno, ako sam novinar zna da je obavio dobar intervju. Vrlo se često dogodi da se nakon dobrog intervjeta pojave loše kritike ili poslije lošeg intervjeta dobre ocjene. Već i Kvintilijan piše o „plaćenim pljeskačima“. Sve te kritike ovise o određenom trenutku, odnosima, pritiscima, osobama koje ih pišu. Zato nisu važne, jer intervju je sam po sebi obavio i izvršio svoj javni utjecaj, a vrijeme će dati pravi sud. Vrijeme i ljudi koji su daleko od dnevnog ocjenjivanja - bili ono dobro ili loše u prvom trenutku. Svakako da novinar i sugovornik vole pročitati panegirike ili dobre ocjene svog posla, ali ne treba se njima zavaravati. Kojiput je i loša ocjena vrlo indikativna i može se smatrati dijelom samog intervjeta. Postoji jedan nesigurni oblik fidbeka na intervju, a to je ocjena samog sugovornika; ako se sugovorniku svida objavljeni intervju - novinar ne mora baš biti siguran da je dobro obavio zadatak.

Mnogo su rijede ocjene autoriteta koji imaju određenu vlast i koje bi u dobrom ili lošem smislu mogle utjecati na egzistenciju novinara ili sugovornika. Rjede su, ali postoje. Kad su takve ocjene loše, osobito ako imaju veze s ljudima od politike, prilično bi mogle uznemiriti novinara, koji uvijek radi unutar jednog političkog sistema. Da bi spriječio teži utjecaj takvih kritika autoriteta, novinar ih mora unaprijed očekivati, već od trenutka kad je odabrao osobu za intervju. To je dio novinarske profesije, koja je javni posao podložan ocjenama doslovno - svih. Stoga se na posljedice, i pohvalu i pokudu treba unaprijed pripremiti. To naravno nije uvijek moguće, nije niti jednostavno, i takvi psihički stresovi poslije posla na žalost su svojstveni novinarskoj profesiji. Frane Barbieri, svakako jedan od bardova jugoslavenskog, evropskog i svjetskog novinarstva, rekao mi je u intervjuu: - „Traumatični trenutak je nastao sutradan, kada novina izlazi, i kad sam po zvonu telefona uvijek čekao tko će nazvati da protestira, šta smo to napravili... znam da je dan poslije izlaženja novina najdramatičniji dan u novinarskoj profesiji“. Barbieri je to rekao s pozicija glavnog urednika i novinskog uvodničara, ali je potpuno primjenjivo i na „dan poslije“ intervjeta.

Svaki novinar intervjuer ima svoj način rada u svakoj od navedenih faza i ne postoje savjeti kako dobro raditi. Možda prije postoje neka pravila - što ne raditi. No, i to je relativno, jer da bi novinar bio i dobar intervjuer, mora osim poznavanja zanata imati i nešto što je teško objasniti, teško naučiti i čega nerijetko ni sam novinar nije svjestan. To ne znači da marljiv novinar i bez tog nekog posebnog talenta ne može raditi vrlo dobre intervju. Može, samo mu treba više rada da bi dostigao vrhunac u tom žanru.

Orijana Falači tvrdi da intervju u većini slučajeva ne zavisi od osobe koja odgovara, već od onoga tko pravi intervju. - „Svaki intervju košta me paklenog napora - prije, tokom i poslije“ - kaže Falači.

Savjeta i tajni zanata nema, ili pak ima?

Ima sigurno jedan savjet koji krije tajnu i ključ uspjeha intervju. Taj je: neprestano slušati sugovornika! Bez obzira na pripremu i redoslijed zamišljenih novinarovih pitanja. Pravi se intervju stvara na temelju onoga što intervjuirani odgovara. Treba slušati to novo, te mijenjati, prilagodjavati pitanja, odustajati od predviđenih, postavljati potpitanja na osnovu odgovora. Novinar ipak nikad ne zna šta će mu sugovornik odgovoriti, i zato ga mora neprestano - slušati.

Potrebno je i pristojno i da sugovornika neprestano gleda u oči, no uz to novinar mora imati urodenu ili utreniranu savršenu distribuciju pažnje na sve što se događa za vrijeme intervju, i istovremeno pažljivo slušati, jer: slijedeće, pravo i logično pitanje proizlazi iz prethodnog odgovora. To je temelj intervjua.

Postoji jedno zabranjeno pitanje, pitanje koje se ne smije postaviti ako se želi steći povjerenje sugovornika i auditorija. To zabranjeno pitanje je: „recite mi nešto“. Novinar mora znati mnogo o tome što sugovornik zna i zato je pitanje „recite mi nešto o tome...“ vrlo neprijatno, omalovažavajuće, uvredljivo i dokazuje neznanje onoga koji pita.

Dva tehnička savjeta: za vrijeme intervjuja ne nositi tamne naočale - jer se ne stvara kontakt povjerenja pogledom i ne pušiti, ukoliko sugovornik nije prvi zapalio.



Ima naravno još pokoji koristan savjet, uz jedan opći: treba što više raditi. Intervjuje naravno. Postoje pri intervjuiraju i trikovi, zamke i smicalice kojima se novinar zna služiti, ali to nije predmet ovog napisa. Niti dobrog novinarstva.

Govor kao jedno od prvih ili upravo prvo sredstvo komunikacije među svjesnim ljudima ima tisućljećima dug razvoj, usavršavanje. Profesionalnu primjenu ta je ljudska sposobnost ponajviše našla upravo u novinarstvu i to u dijaloškim žanrovima, među kojima u prvi plan iskače intervju. To je posebna vrsta ispitivanja na koju sugovornik unaprijed dobrovoljno pristaje i za vrijeme intervjuja se trudi da što bolje odgovorima slijedi pitanja novinara. Zanimljivost takvog svjedočenja, istinitost i objektivnost koje se mogu postići u dobrom intervjuu (osobito uživo) nezamjenjive su kvaliteti kojima taj novinarski oblik i odnos nadvisuje sve ostale. Stoga ga treba što više gajiti, upotrebljavati i usavršavati. Ne samo zbog razvijanja novinarstva, već i zbog općeg napretka svakodnevne komunikacije među ljudima.

Daniela Obradović

BRAZILSKA TV NOVELA NA JUGOSLOVENSKOJ TELEVIZIJI

Iako brazilska produkcija igranih televizijskih serija spada u najveće na svetu, kod nas je gotovo nepoznata. Minutaža ovih serija na jugoslovenskoj televiziji značajno se uvećala 1985. godine u odnosu na 1984, ali, od 1985. naovamo nije znatnije porasla. Prikazivana je po jedna TV serija godišnje.

Uprkos činjenici da je mit iberijske heroine veoma prihvativ za jugoslovensku publiku zbog toga što je blizak kolektivnim vrednostima, mentalitetu i kulturnom miljeu jugoslovenskih naroda i uprkos činjenici da bi se jedan deo ženske publike mogao identifikovati sa takvim tipom heroina, brazilske TV serije su podelile jugoslovensku TV publiku. Jedan deo bio je zainteresovan za njih, a drugi ne.

BRAZILSKE TV NOVELE U JUGOSLAVIJI

Prema podacima istraživačkog centra TV Ljubljana od 1985. do početka 1988. godine prikazivano je prosečno po 600 minuta brazilskih TV novela godišnje. Godine 1984. prikazano je svega oko 300 minuta, dok se u navedenom periodu ta minutaža udvostručila. U 1988. godini na jugoslovenskoj televiziji prikazano je oko 900 minuta brazilskih TV serija.

Od ukupnog broja prikazanih stranih TV novela, broj brazilskih je veoma mali. Na primer, u 1984. godini, na

Prvom programu TV Beograd od ukupno 629 časova i 19 minuta prikazanih stranih seija, na brazilske otpada svega tri časa i 47 minuta.¹

Učešće brazilskih TV serija u programima svih jugoslovenskih TV centara nije ravnomerno.

Procentualno su najviše učestvovale u programima TV Kopar i TV Beograd. U 1987. godini činile su četiri odsto od ukupno emitovanog programa TV Kopar, a u 1986. godini jedan odsto od ukupno emitovanog odgovarajućeg programa TV Beograd. Ovakav procenat učešća brazilskih TV novela u programima navedenih TV centara karakterističan je samo za naznačene godine, dok se u ostalim razmatranim godinama spušta na jugoslovenski prosek, a to je ispod 0,5 odsto od ukupno emitovanog programa.

MESTO U PROGRAMSKOJ SHEMI

Preme podacima centra RTB za istraživanje udarni termini na jugoslovenskoj televiziji su između 19 i 22 časa radnim danima. Nijedna od brazilskih TV novela nije u to vreme emitovana. Na primer, seriju *Lampião i Marija Bonita*² TV Beograd je 1985. godine emitovala subotom u 16.15, a seriju *Malu*³ tokom 1986. godine u 21.00 nedeljom. Nijedan od ova dva termina nije udarni na jugoslovenskoj televiziji. Izuzetak je serija *Robinja Izaura*⁴ koja je prikazivana 1988. Emitovana je u kasnim večernjim časovima radnim danima u okviru veoma popularnog *Programa plus* Televizije Zagreb koji petenduje da bude elitni program zabavnog karaktera sa dobrim TV serijama i muzikom. *Robinja Izaura*,

1 „Razmena televizijske fikcije, Televizijska fikcija na programu Televizije Beograd”, grupa autora, Centar za istraživanje programa i auditorijuma Radio-Televizije Beograd, Izveštaji i studije, br. 1, septembar 1987, str. 25.

2 Režija Paulo Alfonso Grizoli i Luis Antonio Pia, scenario Aginaldo Silva i Dok Kamparto. Glavne uloge Nelson Šavier i Tania Alveš. Serija je imala osam epizoda.

3 Režija Daniel Fila, scenario Armando Koste i Lenita Plončinski. Glavna uloga Regina Duarte. Serija je imala 13 epizoda.

4 Režija Herval Rosano, scenario prema romanu Bernarda Guimaraesa napisao Gilberto Braga. Glavna uloga Lucelija Santos. Serija je prikazana u 15 nastavaka.

emitovana je u zastopno pet radnih dana u nedelji, dok su epizode ostalih serija bile na programu jednom nedeljno.

Do 1985. godine prikazivane su uglavnom dečje TV serije. Tokom 1983. i 1984. godine emitovana je dečja serija *Gusari kapetana Kuke*.⁵ Svake godine prikazivano je po deset epizoda i to je bila jedina brazilska TV serija prikazivana tih godina na jugoslovenskoj televiziji.

Od 1985. godine kada se povećava minutaža brazilskih TV novela u programima jugoslovenskih TV centara, prikazuju se isključivo serije za odrasle. Posle 1984. nije prikazivana nijedna serija za decu.

Samo za područje TV Kopra emitovane su još tri brazilske TV serije: *Luda ljubav*,⁶ *Mama Viktorija*⁷ i *Andreinih sto dana*.⁸

Od 1985. do 1988. godine na jugoslovenskoj televiziji nije prikazivano ni mnogo brazilskih filmova. U ovom razdoblju emitovana su svega tri.⁹

Ukoliko bi ove filmove analizirali po istim formalnim kriterijima kao i TV novele, mogli bi se izvući skoro identični opšti zaključci.

LIK HEROINE

U svim brazilskim TV novelama emitovanim na jugoslovenskoj televiziji dominirale su heroine, žene

⁵ Serija je snimljena po motivima istoimenog romana jednog od najpoznatijih brazilskih pisaca Monteira Lobata, a režirao ju je Heraldo Kase.

⁶ Režija Paulo Ubiratan, scenario Gilbert Braga. Glavne uloge Fabio Junior i Teresa Rahel. Serija je prikazana u 132 epizode, svaka u trajanju po 38 minuta.

⁷ Režija Gonzaga Blota i Henrik Martins, scenario Valter Negro. Glavne uloge Elizabeta Savala, Klaudio Marzio i Marija Klaudija. Serija je imala 132 nastavka u trajanju od po 38 minuta.

⁸ Glavna uloga Andrea el Boka. Serija je prikazana u 116 delova u trajanju od po 45 minuta.

⁹ *Poljupci na kiši* reditelja Bruna Bareta, glavne uloge Gorcizio Meira, Nej Latoraca i Lidija Brondi, 1985; *Jubiaba* reditelja Nelsona Pereira Dos Santosa, glavne uloge Ketrin Ruvel, Fransoa Gusar i Rejmond Pelegren, 1987; *Gabrijela* po romanu brazilskega pisca Hornea Amada, režirao Bruno Bareto, glavne uloge Sonja Braga i Marčelo Mastrojani, 1988.

snažne volje koje su se energično i hrabro suprotstavile različitim životnim nedaćama. Takve su Marija u TV noveli *Lampaon i Marija Bonita*, Malu, robinja Izaura i mama Viktorija u istoimenim serijama i Andrea u *Anderinih sto dana*. Za razliku od ovih serija glavni protagonist *Lude ljubavi* je ambiciozan siromašan mladić koji se probija ka vrhu društvene lestvice motivisan velikom ljubavlju prema bogatoj i lepoj Patriciji. Dakle, ipak heroina, samo ovog puta negativna.

Kako su različiti ciljevi za koje se junakinje ovih serija bore¹⁰ i kako one pripadaju različitim socijalnim slojevima,¹¹ jedina spona između njih je energičnost, snažna volja i izrazito aktivan prilaz životu. Time se učvršćuje predstava kod jugoslovenske TV publike o mitu iberijske heroine. Mit o ženi koja ima jasno određen cilj u životu i koja je spremna da se žestoko bori za njegovo ostvarenje hvatajući se u koštač sa svim preprekama.

Njihova hrabrost leži u nemirenju sa datim okolnostima, odupiranju stihiji svake vrste i nastojanju da život prilagode sopstvenim htenjima. Glavna osobina tih žena je da nastoje da upravljaju svojim životima (a često i životima drugih).

JUGOSLOVENSKO TV GLEDALIŠTE I LIK IBERIJSKE HEROINE

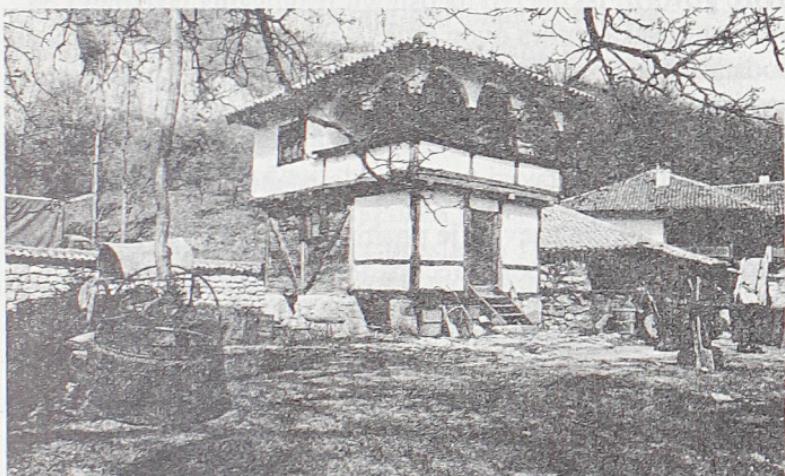
Struktura jugoslovenskog gledališta koje prati TV serije uopšte, pa i brazilske, veoma je pogodna za prihvatanje ovog mita. Kako TV novele gledaju prvenstveno žene, i to one sa nižim i srednjim obrazovanjem, i kako je ta

10 Osnovni cilj Marije Bonite je borba za njeno shvatanje pravde. Malu stremi ka sopstvenoj emancipaciji u društvu. Robinja Izaura teži oslobodenju od ropstva, a Andrea životu sa voljenim čovekom. Mama Viktorija se bori za održanje svoje porodice i njene ekonomski moći. Sa istom strasnom vernošću sa kojom se sve junakinje pomenutih TV serija odnose prema svome cilju, odnosi se i negativna heroina Patricija. Ona teži svojoj viziji života veoma predano, samo što je ta vizija ispunjena mnogim zabludama i predrasudama.

11 Marija Bonita pripada marginalnom društvenom sloju razbojnika, Malu relativno dobro stojećem srednjem sloju, robinja Izaura najnižem mogućem društvenom sloju, robovima. Andrea, Patricija i mama Viktorija pripadaju različitim delovima gornjeg društvenog sloja.

publika izrazito sklona jednostavnim shematizovanim predstavama o svetu, odnosno jednodimenzionalnim simbolima, to je još izvesnije da navedene serije obrazuju i kod jugoslovenske publike mit o kome smo govorili.

Likovi iz ovih serija uglavnom ne izlaze iz okvira jednostavnih, jednodimenzionalnih predstava, odnosno njihove karakteristike ne variraju mnogo u odnosu na osobine obuhvaćene obimom pojma energične, borbene i pouzdane ličnosti.



Ovakvi likovi veoma su bliski našoj tradiciji i kolektivnim etničkim predstavama o ženi. Naime, kako su na jugoslovenskom prostoru muškarci često odlazili u ratove, to su žene morale da brinu ne samo o deci i domaćinstvu, nego su preuzimale sve poslove na sebe. Tako je ženama bila nametnuta aktivistička uloga u životu zbog specifičnih istorijskih okolnosti.

GLEDANOST BRAZILSKIH TV NOVELA U JUGOSLAVIJI

Shodno kolektivnim vrednostima, mentalitetu i kulturnom miljeu prosečnog Jugoslovena, mit iberijske heroine je prihvatljiv pa se jedan deo ženske publike mogao čak i identifikovati sa njim. Ipak, brazilske TV novele izazvale su podeljenost kod publike. Dok su ih jedni sa zanimanjem pratili, drugi su ostali prema njima ravnodušni.

Na primer, novinar lista „Nada”, komentarišući seriju *Robinja Izaura* piše da je „već nakon prvih nastavaka ova serija puna dramatičnih, često i naivnih obrta, podelila jugoslovensko gledalište, jedne je osvojila, drugi su joj okrenuli leđa, verovatano zato što su navikli da u Programu plus gledaju dramatične storiјe iz savremenog života, nabijene strasnim emocijama i kriminalom”.¹²

Nužno je istaći da o gledanosti brazilskih TV novela u Jugoslaviji nisu do sada sprovedena istraživanja, te se o tome može govoriti isključivo na osnovu reagovanja u štampi i na osnovu utisaka autora ovog rada. Kako su ovi izvori podataka neprihvatljivi za naučno zaključivanje, to u ovom napisu ne možemo izvesti precizan i naučno verifikovan zaključak. Možemo samo naznačiti odrednice u okviru kojih se stvaraju prepostavke o njihovoј gledanosti u Jugoslaviji.

Kritika se, uopšte uzev, nije pozitivno izrazila o ovim serijama. Pre bi se moglo reći da je poglavito negativna. Serije su ocenjene kao relativno slabe u profesionalnom, odnosno estetičkom smislu.

U rubrici TV kritike nedeljnog lista „TV novosti” nijedna brazilска TV serija nije dobila pozitivnu kritiku od 1985. do 1988. godine. U okviru ove rubrike emisije TV programa ocenjuju se simbolično zvezdicama. Ocene se daju u rasponu od četiri do jedne zvezdice u zavisnosti od kvaliteta emisije, a izuzetno loše emisije ocenjuju se crnom tačkom. Nijedna od brazilskih TV novela nije dobila više od jedne zvezdice.

Kritičar ovog lista, Milutin Mišić, napisao je da se serija *Lampaon i Marija Bonita* najavljuje „kao klasičan avanturistički žanr koji će pleniti pažnju televizijskog gledališta ponajviše atraktivnošću ambijenta severnog Brazila, a možda delimičnom atraktivnošću određenog temperamenta. No, ta latinskoamerička sklonost ka jednom gestu ili mimici još nije dovoljna da se... prevlada dramaturška sporost u izlaganju i očigledna skromnost rediteljskog umeća. Iza ekspresivne retoričnosti naslućuje se prilično pojednostavljena priča...”¹³

12 J. M., „Od ropstva do ljubavi”, „Nada”, Beograd, 1. oktobar 1988, str. 68.

13 Milutin Mišić, „TV novosti”, Beograd, 5. jul 1985, str. 4.

Ni kritike o seriji *Malu* nisu bile laskavije. U istim novinama je ocenjeno da „je u početku izgledalo da će ova brazilska serija sa puno iskrenosti i ozbiljnosti slikati život jedne žene koja, osvećena u zrelim godinama, pokušava da iskaže svoje profesionalne i lične vrednosti u ne baš sklonim joj okolnostima. Iskrenosti ima, ni ozbiljnosti ne nedostaje, ali je ta duga priča već postala zamorna. Zaneti, izgleda, idejom da što vernije dočaraju svakodnevnicu, njeni tvorci su ispustili iz vida važnost zbivanja za dramaturgiju ovakvih dela, pa više od polovine kadrova ispunjavaju gro-planovi glavne glumice. Regina Duarte je odista izvrsna, ali ovakve zahteve jedva da je kadra da ispuni.“¹⁴

U ogledalu kritike nije bolje prošla ni TV novela *Robinja Izaura*. Za nju je rečeno da „onome ko je gledao američku seriju *Koreni*, brazilska priča o rođstvu... deluje nejako i neubedljivo, preslatko i preamaterski u svakom pogledu. Jedini kriterij za uvršćivanje u program, roman po kojem je rađena, očigledno je nedovoljan.“¹⁵

Ovih nekoliko ilustracija pisanja kritike o brazilskim TV novelama može navesti na zaključak da su ove serije u Jugoslaviji relativno slabo gledane, jer im kvalitet u profesionalnom, odnosno estetskom smislu nije osobit.

Zbog relativno slabog vođenja dramske radnje, razvučenosti i odsustva dramskog naboja tako važnog za televizijski izraz, novinska TV kritika nije preporučila publici da ove serije prati.

Međutim, kako stav kritike ne može biti naučno valjana premlisa - jedina za izvođenje zaključaka o gledanosti jedne TV serije, to se i ne može izvući pouzdan zaključak o tom pitanju. Razmatranjem stavova TV kritike mogu se samo naznačiti pravci u kojima bi moglo da se razmišlja o ovoj temi.

14 Vida Arsenijević, „TV novosti“, Beograd, 29. avgust 1986, str 4.

15 Dušan Maksimović, „TV novosti“, Beograd, 30. septembra 1988, str.7.

Blagoje Danilović

TELEVIZIJSKI DNEVNIK U ZAMCI DEZINFORMACIJE I PATETIKE

Našavši se u zamci emocija i patetike¹ (i tako sputani krutim i neprofesionalnim okvirom) urednici i novinari *Dnevnika TV Priština* na albanskom jeziku, u periodu 20-28. februara 1989. godine podbacili su informišući o štrajku rudara Trepče. Takvim radom (i pored korišćenja postojeće TV tehnike, teleksa i telefona - jedinih sredstava kojima je TV Priština uključena u jugoslovenski sistem prijema i odašiljanja relevantnih podataka i informacija) omogućeno je da se u naznačenom periodu na TV Priština plasira i neistina, toleriše patetično čitanje i dopusti da televizijski medij spadne na razinu razglasne stanice.

Takvo medijski neprimereno prezentovanje sadržaja doprinisalo je ukupnoj negativnoj klimi (i u idejno-političkom smislu) koja je zahvatila deo gledališta i štrajkače, a takvu okolnost neprijatelj je iskoristio za manipulaciju sa rudarima - plasirajući neistine da ustavnim promenama u Srbiji Albanci gube sva prava.

Kao protivudar neprijateljskoj propagandi u informacijama TV Priština nije korišćeno Trepčino dragoceno revolucionarno istorijsko naslede i zapostavljen je isticanje profesionalnih vrlina rudara

1 Povodom neprofesionalnog informisanja Televizije Priština, Programa na albanskom, 20-28.II 1989. o štrajku rudara u Starom Trgu.

ovog rudnika, posebno iz perioda obnove i izgradnje zemlje.

Umesto toga, po sistemu „red standardnih vesti o dnevnim zbivanjima u zemlji i svetu - red elemenata od kojih se gradi drama”, profesionalni propusti, najblaže rečeno, nesrećnim sledom uklapali su se u kompozicione celine *Dnevnika* na albanskom, u kojima je bilo dezinformacija, patetičnog čitanja, neprimerenih zvučnih i drugih efekata i nekih preeksponiranih detalja. Sve to je doprinisalo dočaranju drame o navodnom mučeništvu Trepčinih starotrških rudara.²

KAKO JE DOČARAVANO „MUČENIŠTVO“ RUDARA STAROG TRGA

U periodu 20-28. februara 1989. godine neprofesionalno ostvareni sadržaji programa TV Prištine prevagli su i potisnuli pozive koji su pristizali od javnog mnenja u zemlji da štrajkači iz Starog Trga izadu iz jame, pre svega radi sopstvenog zdravlja, radi njihovih porodica i čitave jugoslovenske zajednice i da nastave proizvodnju.

Tako je u drugom *Dnevniku* 22.II 1989. urednik emitovao informaciju iz Starog Trga u kojoj je ispoljena neverica u dolazak i uspeh razgovora predsednika Predsedništva CK SKJ Stipeta Šuvara s rudarima. Istu nevericu ispoljili su i društveno-politički radnici i stručni rukovodioci rudnika Stari Trg u susretu i razgovoru kad ih je Šuvar posetio. Ta garnitura je u razgovoru sa S.Šuvarom (a to je Televizija Priština snimila i emitovala) ispoljila pomanjkanje elementarnog domaćeg vaspitanja. Oni su se predsedniku Predsedništva CK SKJ obraćali: - „Dobro ste se setili da stignete, zakasnili ste... Ako vas rudari prime... Pa kad ste već rudarsko dete, daćemo vam rudarsku opremu“ itd. itd.

2 Istraživanje obavljeno na temelju konsultacija stručne literature iz oblasti informatike i sredstava masmedija, pregledanjem emitovanih dnevnika iz naznačenog perioda i uporedivanja njihovih sadržaja sa činjenicama izrečenim na partijskim sastancima kao i zajedničkom sastanku Uredivačkog, Poslovodnog odbora i Programskega saveta TV Priština, na čijem je dnevnom redu bilo izveštavanje o štrajkovima rudara Trepče 20-28. februara 1989.

U drugom i trećem *Dnevniku* 23.II 89. urednik je u nizu objavio deset apela podrške rudarima da istraju u štrajku, što se odrazilo na ritam u tim dnevnicima i imalo negativne posledice, jer je već sutradan, 24.II, u drugom *Dnevniku* dežurni urednik (povodeći se za prethodnim kolegom) emitovao 22 apela podrške rudarima, a što je za posledicu imalo stvaranje ritma i refrena s negativnim efektima (Televizija Priština je zaličila na razglasnu stanicu!). Urednik je emitovao i neistinitu vest o smrti žene jednog rudara-štrajkača, dodajući da ovaj strarotrški rudar iz solidarnosti s ostalim štrajkačima odbija da prisustvuje pogrebu supruge, čime je urednik uneo posebnu tragiku u ukupna zbivanja. A valja znati da „novinar ne smije plasirati laži i neistine. Objektivnost je, prema tome, osnovni kredo novinske djelatnosti, jer ako bi komunikatori i recipijenti prestali vjerovati u taj kredo, onda bi ne samo novine nego i cijela novinarska djelatnost bili lišeni svoga osnovnog smisla.“³

Zatim je u istom *Dnevniku* emitovana vest o prikupljanju novčane pomoći za rudare, ulazeći i u takve detalje koliko je kojeg novca prikupljeno (po devizama), tako da se stekao utisak da novac pristiže i iz inostranstva, što je poprimilo boju internacionalizovanja štrajka u Starom Trgu.

Urednik drugog *Dnevnika* 25.II 1989. emitovao je neistinitu vest, načinjenu uredničkim redigovanjem, da je OK SK u Podujevu tražio ostavke Morine, Azemija i Šukrije, a pomenuti komitet je (kako je dopisnik javio) zaključio da su ostavke „prozvanih rukovodilaca njihov moralni čin“.

Isti urednik je emitovao tonsku rubriku iz „Kišnice“ i ponavljaо vesti koje su se smenjivale brzim ritmom i doprinisile stvaranju utiska o mučeništvu rudara i opšte atmosferе koja se prožimala s onom za vreme štrajka u Starom Trgu.

U *Dnevniku* 25. II emitovan je razgovor sa ženom rudara čiji muž štrajkuje ne izlazeći satima iz jame, a sve vreme

3 Prof. dr Mario Plenković, *Demokratizacija masmedija*, Centar za informacije i publicitet, Zagreb 1980, str. 127.

razgovora kao tonska kulisa čuje se plač deteta iz susedne sobe.

Sutradan, 26.II, emitovan je prilog iz Trepčinog rudnika „Kišnica”, koji je patetičnim čitanjem i emocionalnim nabojem doprinosio stvaranju ukupne negativne klime. Autorica toga priloga ispoljila je neprofesionalni odnos i idejno-političku nebudnost što nije preslušala ton spornog priloga, pa bi verovatno ponovila i korigovala čitanje.

Trebalo je da to učini, tim pre što su na snazi na Kosovu bile radne mere o posebnoj budnosti kad se takvi materijali i u takvoj složenoj političko-bezbednosnoj situaciji ne mogu prepustiti drugome (uredniku, kolegi) i otići kući - što je ona učinila.

Tog istog dana u strukturu dnevnika uklopila se vest o molitvi sveštenika u Zlokućanima za poboljšanje stanja i spašavanje rudara, a propust nije samo objavlјivanje - nego posebno uočljivo patetično čitanje spikera (nije profesionalno „ravno” pročitao).

U toku sedmodnevног informisanja sa skupova studenata iz Sportske hale „25. maj” u Prištini reporter je preterivao u nabranju prikupljenih deviza za rudare, od dolara do franaka, a napravio je poseban propust što je u montaži preeksponirano pustio filmsku sliku svih tih novčanica.

Ispod televizijske slike emitovan je ton rudara koji je 24. februara 1989. u strarotrškoj jami postavljao pitanja Stipetu Šuvaru, a sve vreme tog rudara nije bilo na ekranu. Iz dubine mračnog rudničkog hodnika čula su se pitanja tog nevidljivog rudara i odgovori S. Šuvara (koji je bio okrenut leđima kamери gotovo sve vreme) i sve to je delovalo mistično i upotpunjavalo dramu. A to se dogodilo i zbog toga što je osim načinjenog televizijskog tonskog snimka u jami, takođe korišćen i radijski snimak tog istog sagovornika sa S. Šuvarom - koji je pokrivan opštim kadrovima iz rudničke Jame. Korišćenje tog dodatnog snimka Radio-Prištine prevashodno namenjenog radijskom mediju, bilo je neprofesionalno i to je bila prevara namenjena TV gledalištu.

Inače, područje Kosova još ne pokrivaju mreže raznih inteligentnih strojeva koji pomažu u obavljanju svakodnevnih poslova i u komuniciranju. Postoji samo teleks kojim je TV Priština povezana s celom Pokrajinom i zemljom. Tu tehničku mogućnost su u vreme februarskog štrajka rudara obilato koristile mnoge radne organizacije i kolektivi šaljući podršku neprihvatljivim zahtevima rudara, a propust TV Priština je bio i u tome što su sve te podrške tako išle u program, bez angažovanosti urednika i novinara.

Novinari Televizije svih programa još nisu osposobljeni, nemaju, pa i ne koriste moderne uredaje da bi stvarali bazu podataka, programa i drugih informacija, koje svakodnevno pristižu. Pored teleksa, koriste telefon, a ustaljeni obik razmene informacija centara na nivou JRT je telefonska (ali ne i televizijska) konferencija urednika preko takozvane četvorožične veze.

Postojeći kompjuteri i terminali koriste se za obračunavanje ličnih dohodata, periodične i godišnje planove i instalirani su samo unutar dve-tri kancelarije.

U informacijama nije korišćeno revolucionarno istorijsko nasleđe Trepče.

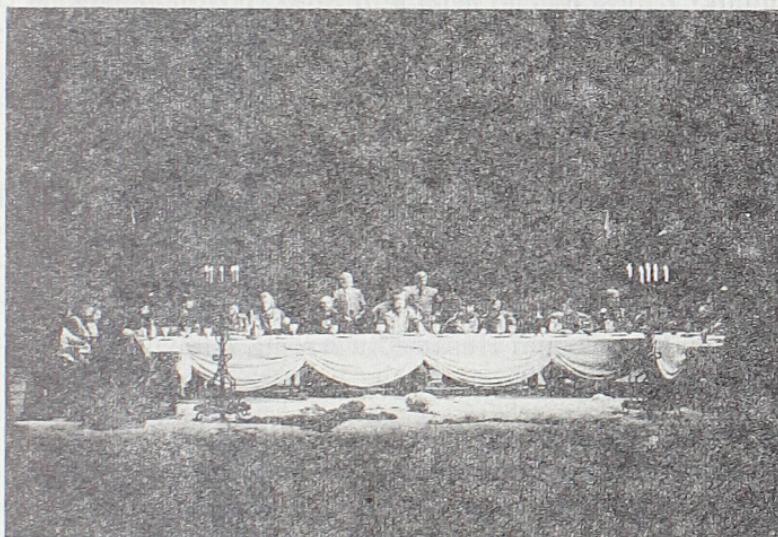
U fono i filmoteci TV Priština postoji obilje podataka i informacija dokumentarnog karaktera o revolucionarno-istorijskom nasledu Trepče, ali ne i kompjutera i takvi podaci se ne pohranjuju, ne traže i ne koriste na savremen način.

Medutim, neprijatelj je istorijske fotografije iz predratnih naprednih štrajkova rudara Trepče (1936. i 1939) na kojima se vide masovni zborovi rudara Albanaca s belim nacionalnim kapama, u februarskom štrajku uspešnije koristio u svojoj propagandi zavodeći deo rudara i druge nedužne Albance i nastojeći da ih ubedi da su i februarski dogadaji 1989. kontinuitet štrajkova iz predratnog perioda Trepče (u kojima su učestvovali sem Albanaca i Srbi, i Hrvati, i Slovenci, i Crnogorci, i Turci itd.).

Plakati s tim fotografijama (i belim kapama) bili su februarskih dana 1989. istaknuti na prodavnicama mnogobrojnih privatnika Albanaca koji su zatvorili

radnje solidarišući se sa starotrškim štrajkačima. Ti plakati su se videli i na Televiziji Priština.

Uspeo je neprijatelj da zloupotrebi i iskoristi te istorijske fotografije. Televizija Priština to nije umela, nego je izveštavanjem blatila revolucionarnu prošlost rudara iz Trepče - borce Rudarske čete legendarne Prve proleterske brigade o kojima se Tito najpohvalnije izražavao prilikom razgovora o rudarima-borcima iz Trepče, udarnicima, iznoseći sećanja na njih.⁴



U antipropagandi protiv neprijatelja urednici i novinari zapostavili su obavezu da budu angažovani,⁵ previdajući činjenicu da ono što Albanci najsvetlijе imaju, zajedno s ostalim narodima i narodnostima u okvirima novije

⁴ „Ja sam imao prilike da dodem u kontakt sa rudarima ovog kraja - Trepče i ibarskih rudnika, za vrijeme rata. Ja sam imao prilike da razgovaram sa njima onda kada sam 1941. u jesen formirao Prvu proletersku brigadu, u koju je ušla i četa rudara. Mnogi su bili iz ovog rudnika. To je bila jedna hrabri četa koja je prošla zajedno s Prvom proleterskom i drugim brigadama uzduž Jugoslavije do talijanske granice, do granice Austrije, jednom ređu, prokrstarila je zajedno sa našim hrabrim vojnicima partizanima čitavu našu Jugoslaviju“ (Tito, 12.IV 1971, Trepča, Stari Trg).

⁵ „...obaveštenje mora biti novo, aktuelno, istinito, važno ili zanimljivo i da, prema našim idejnim shvatanjima, ogovara osnovnom konceptu izgradnje socijalističkog samoupravnog društva“ (Dušan Slavković, *Biti novinar*, Radnička štampa, Beograd 1981, str. 71).

jugoslovenske istorije, to je revolucionarna prošlost Trepče⁶ kojom se uključuju u internacionalistički napredni radnički pokret Evrope.

U Programu TV Prištine februarskih dana 1989. godine, u pozivima štrajkačima da izaju iz jame nije korišćena činjenica da su Albanci u predratnim naprednim štrajkovima u Trepči pomagali i revolucionarno se vaspitavali sa svim narodima i narodnostima iz čitave Jugoslavije, negujući ljudske vrline među kojima je ucena bila nepoznаница - ucena da će rudari minirati i sebe i rudnik! Zapostavljen je da je zasluga starijih generacija rudara Albanaca kao i Ali Šukrije što su mnogi bezemljaši i priučeni rudari postajali pukovnici i generali i bili Titovi ratni pratioci.

Takav kapital od činjenica urednici i novinari Informativno-političkog programa TV Priština na albanskom jeziku nisu uspeli da iskoriste u periodu 20-28. februara 1989. godine, dok je neprijatelj stvarao atmosferu da u njoj padnu, podnesu ostavke Trepčini kadrovi Ali Šukrija i Husamedin Azemi, naravno i Rahman Morina.

Neprijatelj je to i želeo da u Trepči, u toj bazi u kojoj je revolucionarno delovao i stasao padne baš Ali Šukrija, Albanac koji se prvi sreo s Titom pre rata i bio prvi predsednik Predsedništva CK SKJ iz redova albanskih kadrova.

Zapostavljen je isticanje profesionalnih vrlina rudara.

6 "...Informisali smo i o drugim aktivnostima. U jednom trenutku kada sam govorio o aktivnosti radničke klase Trepče, drug Tito se interesovao o stanju u Trepči i o držanju tamošnje radnike klase, jer je bio upoznat sa štrajkovima koje su organizovali radnici Trepče 1936. i 1939. godine. Drug Tito je uzeo reč na kraju konferencije. Ceo tok konferencije drug Tito je pratilo mirno i staloženo beležeći povremeno za njega značajne stvari, i u svojoj reči opširno je govorio o konsolidaciji KPJ i suprotstavljanju svakoj frakcionaškoj borbi i struji, o pripremama i ospozobljavanju KPJ u cilju spremenja za naredne godine. Opasnost od fašizma je bila takoreći na pragu." Ali Šukrija član CK SKJ, sećanje na prvi susret s J. B. Titom 1940. godine u Crnoj Gori na Osmoj pokrajinskoj konferenciji KPJ za Crnu Goru, Boku, Sandžak i Kosovo i Metohiju, u Žugića Barama kod Žabljaka (prevod s albanskog).

Pojam - Saški rudar,⁷ u Trepči je zaživeo još u srednjem veku kao sinonim za profesionalnog rudara. Stolećima posle toga i među domaćim stanovništвом Starog Trga i okoline bilo je rudara opredeljenih da žive isključivo od rada u rudniku.

"Jedan od takvih radnika, čije će ime ostati zapisano zlatnim slovima u bogatoj istoriji Trepče jeste rudar-veteran, višestruki udarnik, heroj rada Bajram Hajrizi, sada penzioner".⁸

U periodu obnove i izgradnje zemlje, takmičenja u proizvodnji rude i radu i rađanja radničkog samoupravljanja, rudara i radnika poput Bajrama Hajrizija u Trepči je bilo na desetine.

U Jugoslaviji je tokom 1946. godine bilo proglašeno 1 970 udarnika, a naredne 6 681. Među njima veliki broj rudara Trepče sa zapaženim rezultatima, o čemu govori i podatak da je Trepča u 1947., prvoj godini prvog petogodišnjeg plana, bila pobednik prvomajskog takmičenja. Ovom prilikom kolektiv Trepče prvi put osvaja prelaznu zastavicu Centralnog odbora Jedinstvenih sindikata Jugoslavije.

O opštelijudskim dragocenim vrlinama Trepčinih rudara ispoljenih tokom rata, u poratnom periodu, prilikom radnih poseta, u svečarskim prilikama i predasima često je sa svojim najbližim saradnicima razgovaro J.B.Tito, prisećajući se rudara Trepče, saboraca iz oružane revolucije i perioda iz obnove i izgradnje zemlje. To su evidentni podaci koje TV Priština nije koristila prilikom izveštavanja o februarskim štrajkovima u Starom Trgu 1989.

Mere za propuste Televizije Priština nisu same sebi cilj.

U navedenim dnevnicima (u ovom radu), u naznačenom periodu, urednici i novinari, u različitom stepenu, stavili su sebe i dnevnike u funkciju podrške ucene za ispunjenje zahteva rudara Starog Trga. Stoga su članovi Osnovne

⁷ Sasi su bili rudari i njih je doveo sredinom trinaestog veka kralj Uroš. Sasi i Dubrovčani imali su naročite privilegije pri eksploraciji olova i srebra.

⁸ List „Trepča”, 9.XII 1987.

organizacije Saveza komunista Informativno-političkog programa Televizije Priština, na sastanku 5.V 1989., sproveodeći tačku 8 stavova Pokrajinskog komiteta SK Kosova (od 28. februara 1989) prihvatili predlog o idejno-političkoj odgovornosti urednika i novinara za propuste u navedenim dnevnicima, na albanskom jeziku.

Partijskim merama kažnjeno je devet urednika i novinara za učinjene programske propuste i u skladu sa čl. 53 Statuta Saveza komunista Kosova.

Prevashodni cilj nije bio izricanje samo idejno-političkih mera, nego ukazivanje na propuste i potrebu negovanja informisanja koje bi trebalo da doprinese prevazilaženju krize TV Priština u daljem radu, a u širem kontekstu i krize prisutne u Trepčinom starotrškom i njenim drugim rudokopima olova i cinka u SAP Kosovo.

Podatak koji potvrđuje krizu u Trepči jeste da su se novembarski nemiri 1988. i februarski štrajkovi 1989. odrazili na gubitak kosovske privrede od 164 milijarde dinara i da su finansijski efekti samo u SOUR „Trepča” umanjeni za 35 milijardi dinara. Za navedeni period isplaćeni su lični dohoci od 10,6 milijardi dinara, iako radnici nisu imali za sobom proizvodne rezultate.

„Iz krize kao situacije mogu se i moraju izvući kreativni impulsi i pokretačke snage”.⁹

Dragoceno vreme i energiju besmisleno je trošiti i za krizu optuživati četvoricu „ljudi po imenu svatko, netko, bilotko i nitko”.¹⁰

Krizu sada valja prebroditi, pre svega angažovanjem postojeće a i nove radne snage, uz oslobođanje od svih onih koji nisu kadri da se profesionalno bave rudarenjem, na šta bi urednici i novinari TV Priština trebalo takođe angažovano da ukazuju posredstvom programskih sadržaja svih programske celina (na albanskom, srpskohrvatskom, turskom i u magazinskoj emisiji na romskom jeziku).

⁹ Prof. dr Velimir Šrića, „Od krize do vizije”, „Mladost” i „Privredni vjesnik”, Zagreb, 1988, str. 6.

¹⁰ Isto, str. 121.

Neophodno je reafirmisati stručni rad, nova naučna dostignuća u zemlji i svetu i pregalaštvo, takmičarski duh u proizvodnji: u epicentru februarskih štrajkova u Starom Trgu, čija je kvalifikaciona struktura, bar formalno, zadovoljavajuća, mada je tačno da dobrih rudara nikada nije mnogo.

U Radnoj organizaciji Rudnik „Trepča“ Stari Trg s flotacijom od svega 3 131 radnika, 1 902 su rudarski radnici, a u SOUR „Trepča“ sa ukupno 22 885 zaposlenih rade 24 magistra i šest doktora nauka.

S postojećoni radnom snagom, stalnim usavršavanjem, primenom savremene opreme i mehanizacije, u perspektivi do upotrebe kompjutera i robotike i stalnu radnu volju, realno je prebroditi krizu iskorišćenjem Trepčinog rudnog bogatstva.

Sve takve intencije i njihovo oživotvorenje, uz poštovanje prošlosti, a istovremeno veće uvažavanje budućnosti u proizvodnji Starog Trga i Trepče, neophodno je da profesionalnije prate i predstavnici javnog informisanja, pa naravno i Televizija Priština u kojoj mlađi, stručni i energični kadrovi (kao i u svim tokovima ljudskog korisnog delanja) mogu dati neophodan doprinos, pre svega, kreativan.

A takvo informisanje podrazumeva razmenu sadržaja baza podataka, programa i drugih informacija TV Prištine i drugih jugoslovenskih TV centara i sa svetom, što se sada čini samo u oblasti gotovih TV storiјa. Međutim, stvaranje baze podataka, koju treba svakodnevno hraniti svežim i relevantnim naučno-tehničkim informacijama, namenjenim određenom krugu korisnika svih profila (pa i novinara) u TV Priština obavlja se na klasičan način.

Informišući o štrajku rudara Trepče u periodu 20-28. februara 1989. godine, urednici i novinari TV Priština na albanskom jeziku nisu profesionalno obavili zadatak, a to se u tom periodu štetno odrazilo na ukupnu političku klimu na Kosovu.

Toma Đorđević

KOMUNIKACIJA - MEHANIZAM OBLIKOVANJA MOTIVACIJA ZA RAD

U meri u kojoj je rad, prema Marksu, akt razmene materije između čoveka i prirode, u toj meri je i komunikacija akt razmene informativne materije između čoveka i očovečene stvarnosti. Tako dovedena u vezu ta dva egzistencijalna akta - rad i komunikativno delanje čoveka, nameće potrebu osvetljavanja one kritične zone međusobnog uslovljavanja tih dvaju apriornih mehanizama ljudskog društvenog samoodređenja (i bivstvovanja). Budući da su - radni proces, produktivna instance ljudske društvene egzistencije i komunikativna praksa, konstitutivna komponenta svakog socijalnog čina, samo okosnice čak vrlo kompleksnih oblika ljudske egzistencije, to se svaki akt strukturisanja ljudskih motivacija i ima smatrati kritičnom zonom njihovog međusobnog ukrštanja. Tek međusobnim interferencijama radnog procesa i komunikativnog delanja, komunikacija među pojedincima i grupama se iscrpljuje u ulozi socijalno-psihološkog mehanizma oblikovanja motivacija za bilo koji od oblika ljudske produktivne prakse. Bez komunikacije kao kompleksnog mehanizma razmene informativne materije između čoveka i očovečene stvarnosti, teško bi bilo zamisliti bitniju polugu u kontekstu svih drugih agenasa pri oblikovanju motivacija za rad i produktivnu praksu, bez obzira na sektor ispoljavanja ljudskih kreativnih predispozicija.

U čemu je onda specifičnost funkcija ljudske komunikacije u procesu oblikovanja motivacija za rad i praksi?

Najpre valja definisati i sam pojam - motivacija. Šta je motivacija kao fenomen ljudskog ponašanja, prakse?

Pojmom motivacija označavamo jedan od mikromehanizama psihičkog ustrojstva ljudske (ličnosti) individue čijim posredstvom se psihodispozicije čoveka strukturišu u sindrom intencija koje determinišu određeni tip delatnih (voljnih) reakcija pojedinaca i grupa u odnosu na spoljnu sredinu s ciljem da se aktivnošću ostvare motivisanoj praksi adekvatni učinci, vrednosti. Time su ujedno date i bitne naznake za definisanje pojma - socijalni motiv.

Prema izvedenoj definiciji jasno je da taj sindrom potencija, nastao strukturiranjem psihodispozicija u odgovarajući blok (ili leguru) intencija ka delovanju, nosi sobom jednu dinamičku komponentu - proceduru preobražavanja psihodispozicija u sindrom voljno prožetih tenzija ka aktivnosti koje nalaze i adekvatno oblikovan izraz, pa otuda i kultura manifestovanja motivacija, o čemu bi se mogla pisati šira rasprava.

I, naravno, kako je komunikacija univerzalni akt razmene informativne materije između čoveka i ljudskom praksom oblikovane stvarnosti, to se mimo komunikativne prakse ne samo ne bi mogli inspirisati procesi oblikovanja motivacija, nego se van komunikativnih interakcija pojedinaca i grupa ne bi mogao definisati ni nivo njihove motivisanosti, pa ni doslednost u ponašanju. Tek tako svaki ljudski akt u radnom procesu postaje kompleksan i voljno tj. motivisanosti prožeta praksa, a ne haos nemotivisanih i nedoslednih reakcija kao odgovor na podsticaje spoljnih uslova egzistencije.

Otuda, i komunikacija sama po sebi ne bi mogla da se nađe u funkciji mehanizma oblikovanja motivacija za bilo koji tip radne aktivnosti, ukoliko se njenim posredstvom - razmenom informativne materije - ne bi i sama informativna materija našla u ulozi svojevrsnog medija uplivisanja na proces oblikovanja motivacija. I tu se sada otvara polje analize posvećeno medijima preko kojih se

interveniše u proces strukturisanja motivacija za radnu, produktivnu delatnost. A čim se i nagovesti mogućnost intervenisanja socijalnih faktora, socijalno i vrednosno kvalifikovanih pojedinaca i grupa, odmah smo blizu saznanja da je proces oblikovanja motivacija istovremeno i poluga posredovanog kontrolisanja ljudskih ponašanja, pojedinačnih i, što je još mnogo značajnije, grupnih ponašanja, prakse.

U tom smislu komunikacija se, kao mehanizam komunikativne razmene informativne materije jednom javlja u ulozi apriornog medija oblikovana motivacija, a odmah iza toga i u ulozi medija čijim posredstvom se smišljeno interveniše u sam akt strukturisanja psihodispozicija u odgovarajući sindrom potencija koje definišu određeni tip usmerenog ponašanja, te se tako komunikacija javlja u ulozi medija oficijelne kontrole ljudskog ponašanja i to na instanci njegovog apriornog uslovljavanja tj. u fazi njegovog motivisanja. I tu valjda i leže ogromne odgovornosti mass media, tim pre što ih i obična ljudska svest, a i kompetentne teorije smatraju "svemogućim" instrumentima ideološke indoktrinacije. No, naravno, ako se bar za trenutak zaborave te negativne konotacije psihodelovanja masovnih medija na ljudsku svest i praksi, ostaje da se njihov doprinos oblikovanju ljudskog ponašanja uvaži u meri u kojoj ih u toj ulozi objektivno niko ne može osporavati.

Ako je to tako, onda se pokreće problem osvetljavanja svih onih fluidnih psihoprocedura preko kojih se ostvaruje upliv mas medija na proces strukturisanja ljudskih socijalnih motivacija. Mas mediji su samo ona spoljna, svakodnevno opažljiva tehničko-tehnološka komponenta jednog mnogo složenijeg mentalno-psihološkog „pogona“ motivisanja ljudskih reakcija na spoljne okolnosti i uslove egzistencije. Ono što je u zaledu te moćne tehnologije psihološkog manipulisanja mas medijima, jeste informativna materija, značenjsko-simbolička struktura poruka i modeli njihovog transmitovanja. Jednom je to poruka - informacija sa čisto diskurzivnim, a drugi put estetsko-evokativnim implikacijama, a s tim u vezi se diferenciraju i njihove mogućnosti u procesu motivisanja

ljudske prakse. U prvom slučaju se čitave ljudske populacije, izložene dejstvu mas medija, eksplikite stimulišu na određeni tip intencionalnosti i to ne samo u poimanju društvene zbilje nego i u praktičnom odnošenju prema toj zbilji, a drugi put se preko, estetičkim porukama uobličavanog doživljaja te zbilje, ideoškim zaledem poruka pridobijaju pojedinci i grupe za određeni tip ponašanja i prakse. I čim je to tako odmah se nameće i pitanje čime je, opet, obezbedena ona napred pominjana doslednost u ponašanju ljudi, motivisanih porukama mas medija. Rekli smo da se ljudi motivišu tako što se čitav snop psihodimensija strukturiše u sindrom potencija koje pokreću čoveka na određeni tip angažovanja psiho-bioloških energija. Tako garantovana doslednost u motivisanom ponašanju ljudi tiče se najpre modela ili obrazaca preko kojih se zalažu ljudske socijalne energije u ovladavanju spoljnom realnošću. A, ukoliko se sam proces strukturisanja motivacija ne bi odvijao pod dejstvom čitavog bloka referenci, jednom su to ciljevi, a drugi put vrednosni sistemi, sigurno bi se i doslednost u motivisanju ljudske prakse poništavala od jednog do drugog akta ljudske delatnosti. A onda bi se otvorio i prostor za jednu naglašenu fluktuabilnost ljudskih reakcija, pri kojoj bi se izgubio svaki trag principijelnosti u ponašanju pojedinaca i grupa. Od ponašanja bi se prosto osipala u svom principijelnom vrednosno-ideološkom i hipotetičkom određenju i nikada se ne bi mogli predvideti iole čvršći modeli ponašanja grupa i inače izdiferenciranih po različitim socijalnim i vrednosnim ključevima.

Zbog toga, uvek kada se na površini društvenih zbivanja uočavanju doslednosti u ispoljavanju motivisanja prakse pojedinih socijalno-stratifikovanih grupa, uvek je u pitanju ponašanje ljudi čije su se psihodispozicije stekle u motivacioni sindrom pod dejstvom hijerarhijski situiranih referentnih faktora, vrednosti i ciljeva. A okolnost da je tok strukturisanja motivacija pod neposrednim dejstvom referentnih faktora, ukazuje i na činjenicu da je motivacija, već pri njenom oblikovanju ugradena interna i ona tzv. kontrolna instanca, a ako je još ta kontrolna instanca ugradivana preko poruka mas medija, fluidnim mehanizmima njihovog psihološkog dejstva, to onda

znači da je ljudsko ponašanje podređeno kontroli već na instanci na kojoj se spoljnim intervencijama teško mogu prinudom uvoditi korekcije. Jer, da bismo spoljnim intervencijama razgradivali ono što je već strukturom psihodinamičkih dimenzija motivacionog jezgra ugrađeno u motivacioni kompleks, bilo bi potrebno da se istim mehanizmima delovanja mas medija najpre to tako strukturisano jezgro razgradi, a to je skoro nemoguće u uslovima oficijelne kontrole nad medijima masovne komunikacije. Jer, često su u savremenim društvima i prinudom sankcionisani ne samo status i uloga mas medija nego su sankcionisani i čitavi globalni vrednosni sistemi i preference pod čijim dejstvom se i obrazuju informativni obrasci i njihove ideološke konotacije. Osim toga, često se kao referentni faktori I reda javljaju društveno promovisani ciljevi i čitavi, sistemima prinude štićeni, vrednosni sistemi, koji se javljaju kao spoljna mera svakog ljudskog kolektivnog akta ili prakse.

Tako se i događa da se pod pritiskom potreba da se kontrolna instanca ponašanja masa obezbedi već i na tom najnižem pragu delovanja mehanizama socijalne kontrole tj. na nivou socijalnih motivacija, mediji masovne komunikacije i podvrgavaju oštrog i zvaničnoj cenzuri. Cilj je, doduše, vešestruko zasnovan.

a) Da se preko tih internih instanci kontrole motivisanog ponašanja, ona normativna dimenzija u strukturi poruka posredovanih mas medijima iskaže kao norma svodenja naboja intencionalnosti motivacijom usmerenog ponašanja, kako bi se osuđetila stihija u pražnjenu motivacionih naboja pri oblikovanju grupnog ponašanja, naročito.

b) Drugo, da se intervencijama posredstvom mas medija i poruka širenih medijima toga reda, osigurava komunikativno suočavanje grupnih struktura velikih socijalnih potencija kako bi se svaka od tih grupa privela svesti da se mimo mehanizma razmene poruka, volja i moći ne može redukovati motivacioni potencijal užegrupno inspirisan do nivoa koji je u skladu sa realno očekivanim učincima društvene prakse. I, najzad,

c) Da se kroz sva ta komunikativna sprezanja nosilaca različito, a posebno užegrupno, inspirisanih motivacija čak državnom prinudom osigura mehanizam verifikovanja socijalno validnih motivacionih korpusa, bez obzira na nivo njihove vrednosno-ideološke prožetosti i socijalno-klasni status grupa koje se njima motivišu u praksi globalne društvene reprodukcije.

Naravno, u sva ta tri slučaja, pri socijalnoj verifikaciji motivacionih blokova potencija, jasno se nazire regulativna uloga komunikativnog mehanizma razmene poruka pri oblikovanju svakog od oblika društvene i socijalno motivisane prakse.

Međutim, s tim u vezi valja imati u vidu okolnost da je komunikacija tek jedan od mehanizama u mnoštvu drugih činilaca relevantnih za sam akt oblikovanja motivacija za radne aktivnosti. Doduše, mehanizam komunikativne razmene informativne materije je do te mere relevantan činilac toga reda, da bi mimo njegove upotrebe ostali bez mogućnosti da se transponuju u strukturu motivacionog jezgra mnogi od faktora presudnih za socijalnu validnost motivacija, grupnih pre svega; o nekim od tih faktora je napred već bilo reči. Reč je pre svega, o referentnim faktorima - ciljevima i vrednosnim sistemima u čijoj senci se uglavnom i obavlaju akti organizacije ljudskog ponašanja u svakom datom slučaju. Ali, da bi se ta sprega između komunikacije (kao mehanizma čijim posredstvom se transponuje uticaj referentnih faktora na sam akt strukturisanja ljudskih motivacija) i čitavog korpusa referenci od značaja za taj akt doveli u ravnotežu, potrebno je mnoštvo uslova. Jer, često tu ravnotežu remeti i okolnost da su i sami ljudski motivi hijerarhijski situirani na skali kao svojevrsni sindromi trajno strukturisanih mentalno psiholoških dispozicija. Motiv za rad kao bitni socijalni motiv, favorizovan svim mogućim sredstvima delovanja socijalizujućih faktora, pa i komunikativnim interakcijama, često biva deformisan u sudaru sa motivima koji se po snazi i naboju motivacionih tenzija nameću kao primarni, kao što je, recimo, motiv za sticanjem, pa često i za posedovanjem i posesivnošću i na račun pripadnika najbliže socijalne sredine. A opet ono što po pravilu krnji motiv za radnom

praksom i produktivnošću i dovodi ga u sukob sa motivom za sticanjem jeste okolnost da se iza radnih učinaka ne krije uvek i adekvatna materijalna nadoknada, vrednost. Odnosno, da iza adekvatne socijalne promocije motiva za radom kao što je u nas slučaj, često odsustvuje i mogućnost da tako motivisan pojedinac ili grupa odlučuje o slobodi i raspodeli vrednosti stvorenih u radnom procesu. Tako se narušava ravnoteža između motiva koji se međusobno interferiraju i uslovljavaju, a efekti su poznati. Jer, stimulativna moć motivacija za rad je redovno napravljana upravo odnosom između socijalne pozicije pojedinca ili grupe u radnom procesu i načina odlučivanja o učincima njihovog udruženog rada. Tako se odluka o raspodeli vrednosti (dohotka) i način njenog usvajanja javlja kao referentna vrednost u senci koje se definiše motivaciona moć i nivo angažovanosti pojedinaca i grupe u reproduktivnom procesu. Odluka, sama po sebi, postaje referenca od presudnog značaja za nivo motivisanog srastanja radnika sa reproduktivnim procesima, pa zato, tamo gde je proces odlučivanja o rezultatima rada otuden od proizvođača, komunikacija kao dobro ureden proces razmene informativne materije može da deluje a da ne daje efekte. A to se i događa u radnim kolektivima u kojima je pojedinac otuden u procesu odlučivanja, te bilo kako bio definisan položaj fabričke štampe kao medija komunikativne razmene poruka od značaja za sam proces reprodukcije i motivisanja radnih aktivnosti proizvođača. Ali, ta teza, primenjena na okolnosti u kojima se objektivizuju učinci javnopolitičke komunikacije u odnosu na globalne tokove opšte društvene reprodukcije, može da nade i šire empirijske provere.

Primenom gornje teze na oblast javnopolitičke komunikacije, može se dokazati da komunikativna razmena informativne materije i mimo ravni bazičnih sfera društvene reprodukcije, može biti i te kako relevantan mehanizam za oblikovanje motivacija za rad. Otuda, ako je i na nivou javnopolitičke komunikacije, odakle se jedino povratnim prostiranjem uticaja poruka koje se razmenjuju na akt oblikovanja motivacija, blokiran taj komunikativni mehanizam onda se učinci tih blokada kumuliraju.



Ali, podimo od primene gornje teze na oblast javnopolitičke komunikacije pa čemo videti da je reč o globalnim aspektima teze koju zastupamo. U tom smislu komunikacija se javlja kao mehanizam oblikovanja motivacija za rad u kontekstu komunikativne razmene poruka u sferi vanprivrednih delatnosti tj. u sferi društvenih suprastruktura. Naravno, javnopolitička komunikacija se iscrpljuje u sferi pravno-političke nadgradnje, ali preko nje se u sam akt strukturisanja motivacija za rad uvode i utkvivaju i uticaji složenih ideoloških suprastruktura. Time se veoma komplikuje i sam analitički uvid u sva ona dejstva koja u svom zaledu krije svaki akt oblikovanja motivacija, pa i sama struktura komunikativnih činova javnopolitičke komunikacije. Tim pre ako se ima u vidu da je javnopolitička komunikacija komunikativna komponenta političkog procesa čiji su subjekti grupne strukture sa kojima klasno i socijalno preferiraju neposredni proizvodači kao akteri materijalne reprodukcije i nosioci motivacija za rad. Uz sve to valja imati u vidu i okolnost da je javnopolitička komunikacija komunikativna komponenta političkog procesa tj. procesa odlučivanja o globalnim merama politike na sektoru opšte društvene reprodukcije.

U tom smislu javnopolitička komunikacija, budući da se tiče razmene informativne materije sa globalnim socijalno-političkim implikacijama, postaje mehanizam čijim posredstvom se dedukuju uticaji udaljenih formacija ideja i svesti na konkretni akt oblikovanja motivacija za rad, pa je zato taj mehanizam i svim silama kontrolisan od strane oficijelnih faktora. A opet ljudi u krajnjoj instanci ne interesuju samo neposredno empirijski nivoi egzistencije, pa zato teže da se domognu komunikacije na tom izvedenom nivou društvene zbilje. Jer, samo tako mogu da se uključe u procese odlučivanja o društvenom položaju grupa čiju sudbinu dele u društvu globalnim procesima društvene reprodukcije. Ova teza će se lako potvrditi čim se javnopolitička komunikacija analizira sa stanovišta njene otuđenosti u odnosu na neposredne proizvođače i u tom smislu analitički meri njihova motivisanost u procesu materijalne reprodukcije. Otuda se može reći da je nivo otuđenosti neposrednih proizvođača u odnosu na bitne funkcije javnopolitičke komunikacije, istovremeno i mera u kojoj se sa nivoa tog modela komunikacije može intervenisati u sam čin obrazovanja motivacija za rad. I, naravno, ova teza bi se mogla šire teorijski razradivati.

Najzad, valja pomenuti i tezu prema kojoj se komunikativna praksa posredovana mas medijima, može nekontrolisano da izvrgne u mehanizam čijim posredstvom se pomera lokacija motivacionog naboja, zona njegovog pražnjenja. Nekontrolisanim naprezanjem komunikativnog mehanizma u ulozi medija ekonomske propagande, mogu se lako preusmeriti intencionalnosti ljudskih egzistencijalnih tenzija. Umesto da se socijalne energije apriori zalažu u zonama materijalne reprodukcije dobara i vrednosti, jačanjem potrošačkog mentaliteta inspirisanog, recimo, ekonomskom propagandom ljudi sve više operacionalizuju sopstveni motivacioni potencijal i usmeravaju ga u pravcu jačanja opsesija za potrošnjom i nerentabilnim ulaganjem psiho motoričkih energija.

Tako se, zapravo, pomeranjem motivacija sa apriornih zona reprodukcije dobara i vrednosti u druga polja zalaganja psiho socijalnih potencija devalvira i sama

reputacija produktivnog procesa, te proizvodna praksa gubi adekvatnu društvenu promociju, a samim tim i društvo gubi u svom socijabilitetu. Jačaju tendencije ka dokolici i neadekvatnom trošenju društvenopotrebnog radnog vremena za ukupnu egzistenciju društva.

Verovatno bi se u tom ključu mogle da naslute i bitne odgovornosti mas medija uzetih u funkciji mehanizma oblikovanja motivacija za radnu praksu i reprodukciju, pre svega. Jer, od načina na koji se mas medijima šireni porukama pretaču iskustva iz jedne u drugu zonu ljudske društvene egzistencije, dobrom delom će zavisiti i nivo angažovanosti ljudi u društvenoj reprodukciji, ali i nivo njihove kompetentnosti da odlučuju o globalnim merama politike. Reč je naime, o strogoj zavisnosti modela komunikacijskog delovanja na sam akt oblikovanja motivacija za rad i samog načina interpretacije iskustava posredstvom poruka mas medija. Jer, interpretacijom iskustva preko poruka toga rđa, moguće je permanentno usadivati u svest ljudi lažni optimizam (ili lažni pesimizam, sve je jedno) i tako zamagljivati situacioni kontekst iz koga se i inače izvode realne premise za sam akt motivacionog opredeljivanja masa u procesu materijalne reprodukcije. Šta se sve postiže takvim tehnikama zamagljivanja čitavog konteksta situacionih faktora od značaja za definisanje motivacionih potencija ili tenzija, nije teško naslutiti. Komunikacija kao mehanizam oblikovanja motivacija ali i kao poluga preko koje se aktuelizuju značenja pojedinih trendova u procesu pobudivanja masa, može jednom da odražava motivacioni tonus sa pozitivnim efektima u sferi materijalnoreprodukтивne prakse, ali kao što se da naslutiti, može taj motivacioni tonus i da dezavuiše i preusmerava intencionalnosti motivacionih potencija iz jedne u drugu zonu opšte društvene egzistencije i njene reprodukcije.

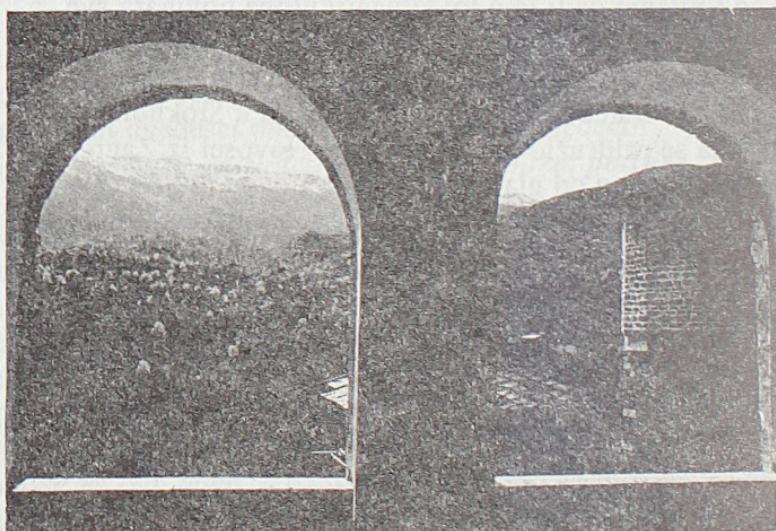
Vanda Krajinović

NOVINARSTVO I JAVNA SFERA U NOVOM MEDIJSKOM DOBU

U poznatom Centru za poslediplomske studije u Dubrovniku i ove godine (maj, 1989) okupili su se svetski „mas mediolozi”, doduše uglavnom sa Zapada, iz oblasti „Istraživanje u novinarstvu”. Pokazalo se da je podtema, odnosno traganje za konceptom i definicijom *javne sfere* iz perspektive komunikoloških proučavanja, već prvog dana postala centralno pitanje. Voditelji seminara Peter Dalgren (Peter Dahlgren) sa univerziteta u Stokholmu i Kolin Sparks (Colin Sparks) sa Politehničkog centra iz Londona uspešno su strukturisali i grupisali dvadeset pisanih izveštaja oko sledećih ključnih ishoda: *institucija, prakse, publike, politike, novinarstva i filozofije (teorije)* odnosno *meta-perspektiva*. Do poslednjeg trenutka, kako je to duhovito primetio poljski naučnik i urednik Centra za javno mnenje i istraživanje radio-teledifuzije u Varšavi, Karol Jakubović (Karol Jakubowicz) u svojoj oproštajnoj reči u ime svih gostiju, učešnici su jurili jedni druge i po hodnicima posle rada postavljajući i nadalje pitanje: šta je danas javna sfera? Neki su već smisljali kurseve i nove radove na ovu temu, a da u stvari nije bilo konačnih odgovora oko bazičnih određenja - šta to predstavlja za prisutne Švedane (brojnije ovde od Jugoslovena!), Britance i Amerikance, a šta za nas u socijalističkoj praksi. Zbog toga postoji mogućnost da se posle objavljivanja knjige na engleskom, u Londonu, sa svim referatima, zakaže bar još jedan seminar na ovu temu u proširenom sastavu.

Ono što postaje karakteristično za medijska istraživanja uopšte je to da istraživači i predavači o komunikacijama svuda doživljavaju svoju ulogu kroz potrebu ljudi koji vrlo konstruktivno ukazuju na načine upotrebe nove tehnologije, nedostatke teorijskog i praktičnog uskladivanja, raskorak između onoga što prenose na buduće profesionalne radnike u medijima i realne okolnosti pod kojima ovi rade i pod kojima će raditi u proizvodnji. Izgleda međutim da ta njihova analitička potreba i sposobnost nije prihvaćena na vreme i korisno upotrebljena zato što i samo istraživanje svih aspekata komunikacijskih procesa i dalje *javno* nije dovoljno ozbiljno shvaćeno. U prizemnosti iz koje se oglašavaju "medijatičari" oni ne traže samo nemoguće (i sve manje moguće) izlaze iz postojećih kontradikcija i dilema i za novinare i za auditorij (koji je po većini prisutnih sve više fragmentiran na razne načine iz određenih razloga), već i za koordinate putem kojih bi trebalo osmisliti diktat tržišta i "volju javnosti". U opisanoj *novoj medijskoj situaciji* svuda se izgleda pojavljuje problem: koju publiku novine i televizija opskrbljuju, i čemu to vodi, kao i pitanje da li je u toj situaciji uloga novinara sve manje moguća, kako su to formulisali Norvežanka Siverten (Trine Syvertsen) sa univerziteta u Bergenu i Turen (Torsten Thuren) sa univerziteta u Stokholmu. Njima se pridružio profesor Pavao Novosel iz Zagreba, koji je i jedan od glavnih inicijatora ovog dubrovačkog univerzitetskog otvorenog prostora, analizom i viđenjem otvaranja u oblasti sadržaja i stilova našeg novinarstva od 1982. godine za komuniciranje. Po njemu pitanje ostaje na tome koliko novinari u takvoj situaciji a i dalje u jednopartijskom sistemu mogu da budu nezavisni? Jedan od njegovih magistranata iz Zagreba Ivan Tanta zatim je u analizi "Transformacija dnevnih vesti u periodu krize" na primeru "Vjesnika" pokazao koliko su ekonomski ograničenja i prinude nezaobilazna tema ma koliko i poljski primer kooptiranja disidentskih javnih sfera i novinarskog prilaza mogu da budu slični delikatni čin balansiranja. Tu su se pojavili neki termini kao što je "hleba i igara", "propaganda neuspeha", "smisao za beznadežnost", "tiho mnoštvo" u okviru onih strategija koje se danas primenjuju u zemljama u kojima je

ekonomsko-politički život dobijao identitet kroz poništavanje javne sfere od strane neke vrste centralizovanog upravljačkog modela. Međutim, pitanja da li je opozicija dozvoljena da bi većina spavala ili je zajednički interes nekih snaga u društvu toliko istorijski, tržišno i društveno u krajnjim konsekvcama podudaran, da nesreća i status quo idu pod ruku. Ili sa druge strane, da li birokratije da bi ojačale svoje pregovaračke snage i pozicije dozvoljavaju otvaranje onoga što inače na klasične načine konstituiše sistem javne sfere? Sve to traži istraživanja. Klasične modele komuniciranja je poznati britanski profesor Karan (James Curran) prikazao u svom saopštenju o „tržištima, vladama i medijima“ na primerima tradicionalnih razlika i nekih poklapanja *liberalne i socijal-demokratske teorije medija*. Svakako da je javna sfera u različitim teorijama i terminologijama i u samim medijima prikazana različito. Činjenica je ipak da u velikom broju teorija autonomije medija i njihove nezavisnosti od vlada postoje praznine po pitanju puta kojim sila ili moć vlasti upravlja kroz posedovanje



kapitala. Ciljevi su zbog toga i posledično pretvoreni u mitove o progresu novinarstva kroz razne vidove „borbe za nezavisnost“, kaže Karan. Situacija sa televizijom je međutim nešto drugačija jer se efektivna kompeticija javnog državnog aparata i sistema nacionalnih kanala

sada javlja u odnosu prema satelitskim mrežama i privatnim kanalima.

Profesor Konel (Ian Connell) je zatim produbio ovu analizu svojim istraživanjem o odosima tzv. popularne štampe i televizije u Britaniji. On je potvrdio već oformljeno viđenje Sparksa (Colin Sparks) i marksistički orijentisane britanske kritike da je pojava nove „ozbiljne štampe“ niskih tiraža delimično prouzrokovana velikim tiražima novina za pojedine vrste čitača kao što je, na primer, „Sun“ specijalizovan za „manuelni proletarijat“ u kojem dominira vizuelno predstavljanje. Dok jedna vrsta štampe, dakle, služi nekoj vrsti kulturnog policajstva, druga je zauzeta određivanjem javne sfere kao dovodenjem kulturnog kapitala do najaktuelnijeg ili uvek višeg od same zabave. Dok štampa očigledno promoviše TV zvezde i kreira klimu u kojoj će se o njima moralisati, odnosno održavati verovanje u mitologiju njihovog „zvezdičanstva“, sama bajkovita televizijska suština negativnom kritikom podržava disciplinu već postignutu radom štampe, dok pozitivnom kritikom održava i podiže „uzbudenje i auru glamora“ videnu na televiziji. Tako u toj *intimizaciji* javne sfere dolazi do neinteresovanja publike za politiku. Ovaj termin je feministička i antirasistička kritika zatim videla na još neke konkretne i veoma zanimljive načine. Naime, Lizbet Van Zunen (Liesbet van Zoonen) sa univerziteta u Amsterdamu u „Tiraniji intimiteta“ postavila je pitanje o tome koliko je zaista važno *odvajanje* (u analizi) *privatne i javne sfere* kada su one već, naročito za žene, pomešane u reprezentovanju i adresovanju sa upotrebom ženstvenosti i na TV vestima. Ako je javna sfera uvek bila za neke, da li sada kada se manipuliše intimizacijom gde god je to moguće započinje neka nova erozija prakse? Mancini (Paolo Manzini) sa univerziteta u Perudi je konstatovao da Berluskonijevo korišćenje ove strategije porodične intonacije emisija, i tematski i korišćenjem tradicionalno viđenim ženstvenim osobinama voditeljki, odvodi pažnju gledalaca sa ekstremno zakomplikovane političke scene gde se ionako javna sfera koristi kao mesto medusobnog dogovaranja koalicijskog političkog sistema. Tako poruke partija nisu upućene pristašama ili apolitičnim gledaocima već drugim nosiocima političke moći. U toj

dramatizaciji TV novosti publika postaje sve pasivnija a politička komunikacija apsolutno obavezna za političke aktere. S tim u vezi su značajne kontradikcije naznačene od strane Ivlin Rejd (Evelyn Cauleta Reid), koja predaje sociologiju rasnih odnosa u Vulverhemptonu, u vezi sa gledaocima koji su *ideološki sasećeni* baš zbog toga što nisu pasivni i jer traže ono što je teško naći (etnički identitet) u programima punim reprezentacija izolovanih individua bez ikakvih nacionalnih ili kulturnih afiniteta, naročito u dramskim emisijama i serijalima. Stari državni sistem BBC nudi im samo održavanje nacionalnog identiteta i u tzv. postmodernom dobu posebnim emisijama za posebne etničke grupe, kao i komercijalna televizija. Ono što ona zove „brutalna kohezija“ sada utiče na masovni auditorij navikao na izvesne sadržaje metodom demasifikacije koja je najbolji način rekonstituisanja istih tema. Pozitivna strana nekih novih formi emisija je to što etničke grupe mogu same i direktno da učestvuju u programima.

Jan Ekekranc (Jan Ekecrantz) je zatim pokazao kako samoreferencijalni svet novinarstva (intertekstualni) na štetu spoljne stvarnosti sveta društvenih iskustava druge vrste, dekontekstualizacijom uništava razlike između javne i privatne sfere, odnosno dovodi do njihovog poklapanja. Logika formalne strukture TV vesti, odnosno njene žanrovske klasifikacije, proizvodi sadržaje kao što priče proizvode činjenice. To su naročito dobro prikazali američki istraživači koji godinama prate razvoj glavnih formi televizijskog saopštavanja odnosno adresovanja javnosti, kroz razvijeno elektronsko kliše-pakovanje. Tod Džitlin (Todd Gitlin) sa Berkli univerziteta u Kaliforniji i Džon Felan (John Phelan) sa Fordham univerziteta u Njujorku, proučavaju uticaj sve kraćih poruka (standardni govor govornika deset sekundi) i industrijskih formi *vinjeta* sa logo-lokalnim mogućnostima za identifikaciju uz muzičku pratnju kao još jednu direktnu vrstu hipnotizacije gledališta. Etičke poruke vinjeta su u stvari za Felana „sofistikovane forme amoralne upotrebe ekspertiza“ i zamena za teoriju koja postaje etika. Nove forme „vrištećih talk-show“ emisija po Džitlinu pospešuju dalje komercijalno prodiranje u izgradnju paternalističkog slikanja brige stanice koja

emituje ove programe i verovanje u racionalnost. Političari i tu jedan drugom „rasvetljavaju“ svoje pozicije pred gledaocima koji nemaju šta da razmišljaju o efikasnosti kojom političari još jedanput zadobijaju legitimitet. To stanje „zdravo za gotovo“ događa se i onim takozvanim unutrašnjim gledaocima učesnicima u TV razgovorima na bezbroj načina. Sve više se razvija „zakulisna trgovina“ agencija koje šalju poznate novinare na ove razgovore i snimaju snimanja dok se „to nešto“ događa. Koriste se cinični komentari o tome koliko je tzv. konvencionalna mudrost televizije konstruisana, podržava se fetiš tehnike i master-planera, dok se sami novinari hvale opsesijama sopstvenom karijerom i honorarima. Hano Hart (Hanno Hardt) sa univerziteta u Ajovi se upitao da li su novinari žrtve teorijskih interpretacija istorije novinarstva? Da li je negde iz javne sfere tehnologija počinila manje zla medijskim radnicima od interpretacija istorije? Pitanja kontrole nad sredstvima za proizvodnju odnosno novim tehnologijama postavili su i Karin Beker (Karin Becker) iz perspektive foto-žurnalistica u SAD i naš Zlatan Gleb iz perspektive snimatelja sprotskih događaja. Oblast vizuelnih komunikacija je tako dobila dve jasno formulisane analize: koliko je vizuelna manipulacija sve lakša i koliko je potrebno da se planira unapred da bi kvalitet prenosa bio zadovoljavajući za gledaoce koji nisu na licu mesta. Beker je nabrojala nova ograničenja koja urednici mogu da nameću snimateljima a Gleb je pomoću Maršovih (Marsh) tablica (matrixa) pokazao nepripremljenost naših reditelja.

Šta je vizuelno istraživanje u poređenju sa istraživačko-analitičkim novinarstvom za novinarstvo i istraživanjem o novinarstvu, kao i koliko naši novinarski kodeksi, nepostojeće obrazovanje za praksu istraživanja za emisije i mnoge druge nepostojeće prakse ne mogu da nadomeste poznавanje i primenu prosedera i protokola, međunarodnih zakona o pravilima i pravima preuzimanja slika, razlika između informativnog i dokumentarnog itd. Bio je to jedini izveštaj iz Beograda. Njime sam htela da naznačim koliko smo još daleko na radiju i televiziji od pozitivnog pojma slobode, demokratizacije i nekog našeg koncepta medijske javne sfere.

Milutin Kojović

PRENOS SIGNALA RADIO-DIFUZNIH PROGRAMA U ŠIROKOPOJASnim KOMUNIKACIONIM MREŽAMA SA INTEGRISANIM SERVISIMA

Poznato je da se za prenošenje poruka električnim putem primenjuju različite metode. One zavise od samih poruka, tehničkih mogućnosti realizacije oblika u kome se žele preneti i dr. Principijelno, model električnog sistema za prenos poruka, tj. komunikacionog sistema, sastoji se od predajnika poruke, linije veze i prijemnika poruke. Predajnik izabranu poruku pretvara u signal koji predstavlja električni ekvivalent izabrane poruke. U predajniku se obavljaju sve neophodne operacije na signalu poruke radi njegovog prilagođavanja prenosu odabranog komunikacionog sistema. Linija veze ili prenos predstavlja fizički vod ili deo prostora kroz koji se signal prenosi od predajnika do prijemnika. Prijemnik obavlja operacije inverzne operacijama predajnika, tj. primljeni signal ponovo pretvara u oblik izabrane poruke radi njene isporuke korisniku. U realnim uslovima komunikacioni sistem je vrlo kompleksan bez obzira na vrstu. Zajednički cilj komunikacionih sistema, a iz toga i osnovni zahtev u svim slučajevima, jeste da odabranu poruku prenose do mesta prijema gde se reprodukuje korisniku verno, onakva, identična, kakva je poslata.

Najstariji i istorijski prvi metod prenosa poruka električnim putem bio je prenos telegrafije. Princip prenosa u suštini je bio vrlo jednostavan. Svakom od slova ili znakova bio je dodeljen neki talasni oblik struje

(slično signalizaciji svetlom), pa se na osnovu korespondencije između simbola i signala obavljalo kodiranje.

Telefonija je već predstavljala prihvatljiviji vid masovnijeg komuniciranja. Poruka između korespondenata bila je govorna i bez obzira na početne tehničke poteškoće i veće materijalne i investicione zahteve za njenu realizaciju, vid prenosa poruka bio je atraktivniji od prenosa telegrafije. Uopšte gledano, putevi razvoja u oblasti tehničkih sistema komunikacija, zahvaljujući svakodnevnom otkrivanju naučnih noviteta u oblasti elektronike, matematike, fizike i tehnologije s jedne, i interesovanja za masovniju razmenu poruka, s druge strane, doveli su do takvih savremenih realizacija telekomunikacijskih sistema koji omogućavaju prenos poruka u obliku tona, teksta, slike i podataka.

Današnji stepen razvijenosti komunikacionih sistema je takav da nudi velike operacione mogućnosti, ekonomске prioritete, visoku pouzdanost i kvalitet prenosa poruka.

Ovde ćemo govoriti o prenosu električnih signala radio-difuznih programa u tzv. širokopojasnim mrežama integrisanih servisa kao poslednjem naučnom i razvojnom dometu u prenosu poruka.

Rad nije usmeren na diskusiju tehničkih detalja ili koncepciju rešenja ovih mreža već mu je namena da skrene pažnju na aktuelne realizacije iz ove oblasti kojima se u svetu intenzivno pristupa. U ovim mrežama radio-difuzni programi se pojavljuju kao servis, naravno sa posebnim uslovima, paralelno sa nizom drugih servisa iz domena telekomunikacija, profesionalnih veza i veza poslovnih oblasti. Komunikacione mreže za prenos integrisanih servisa koriste digitalne oblike električnih signala za razliku od starijih mreža koje koriste analogne (kontinualne) oblike električnih signala, odake im dolazi i često upotrebljavan naziv - digitalne mreže.

Performanse komunikacionih digitalnih mreža za prenos tona, teksta i podataka dostigle su veoma visok stepen tehničkog kvaliteta. Dominantna je ekspanzija telefonskog javnog saobraćaja. Prosečni godišnji porast mu je 4%. Takav relativno ograničen rast uslovljavaju s

jedne strane zatečena velika gustina telefonske mreže u industrijskim zemljama i, s druge strane, finansijske teškoće zemalja u razvoju. Suprotno ovom mediju, prosečna stopa rasta servisa¹ sa netonskim signalima prenosa je viša od 20% godišnje. Ovi servisi koriste digitalne oblike prenosa informacija iz poslovnih ili privatnih oblasti, sa odgovarajućim brzinama prenosa. Digitalizacija je doprinela da je razvoj komunikacijskih mreža i sistema učinio najveći korak u svom postojanju. Zahvaljujući pogodnom razvoju mikroelektronike počela je da se primenjuje u uredajima u telefonskom javnom saobraćaju sedamdesetih godina takvim tempom da sada učestvuje sa 70% u postojećim sistemima i uredajima. Na bazi digitalne telefonije može se prenositi većina novih komunikacionih servisa na istim transportnim putevima. Intergrisanje servisa u digitalnim linijama veza ISDN (Integrated Services Digital Network), pored znatnog broja poboljšanih usluga i konfora korisnika omogućava prenos tona, teksta, podataka i slike nivoa karakteristika najviših nivoa ranijih mreža.

Povoljni ekonomski aspekti su takođe važni za korisnika usluga. Nove mreže pored brojnih tehničkih prednosti sadrže i značajne ekonomiske prednosti. Potencijalno je smanjena cena korišćenja digitalnih mreža u poređenju sa analognim mrežama čak i do 50% u ukupnom iznosu uključujući i investicione troškove distributivnih elemenata i uredaja, prenosne elemente i drugu infrastrukturu digitalnih sistema.

Zahvaljujući ovim kao i drugim prednostima većina razvijenih zemalja Evrope je u toku operativnog uspostavljanja digitalnih mreža u prvoj fazi korišćenja.

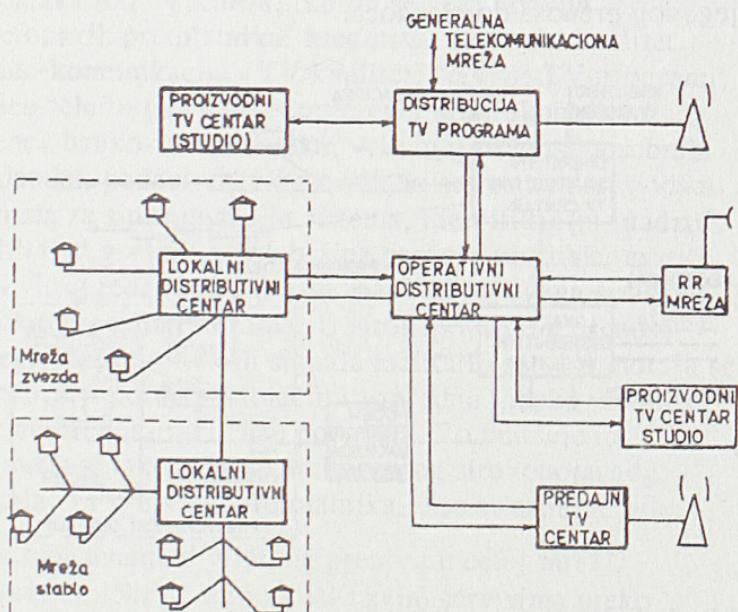
ISDN označava telekomunikacionu mrežu u kojoj se isti centri predajno-prijemni i putevi prenosa (linije veze) signala koriste za uspostavljanje distribucije signala različitih servisa, npr. telefonskih veza, prenos podataka i teleksa.

¹ Video-telefonija, telekupovina, telekladenje, bankovno plaćanje, elektronska pošta, osiguranje imovine, alarmi, upravljanje potrošnjom električne energije i dr.

Koncept integracije servisa vrlo je popularan. Uvođenje u upotrebu takozvanih širokopojasnih servisa koji sadrže video-signale, zatim razvoj mreža kablovske televizije, iznenadjujuće brzo utiču na menjanje gledanja na prenose digitalnih signala u telekomunikacionim mrežama i pojačavanje interesovanja za njihovu eksploataciju.

PRLAZ RADIO-DIFUZIJE ŠIROKOPOJASnim DIGITALnim SERVISIMA

Radio-difuzija, čini se, razvoj integrisanih širokopojasnih komunikacionih mreža prati sa uvažavanjem. Tome doprinosi uspešan razvoj javnog telefonskog saobraćaja sa pripadajućim drugim servisima u uskopojasnim mrežama kao i koncept širokopojasnog korišćenja ovih mreža. Takve mreže pružaju enormne mogućnosti svojim pretplatnicima uz istovremeno znatno poboljšanje infrastrukture u društvenim zajednicama. Strateški koncept mreža je na pretplatničkom principu.



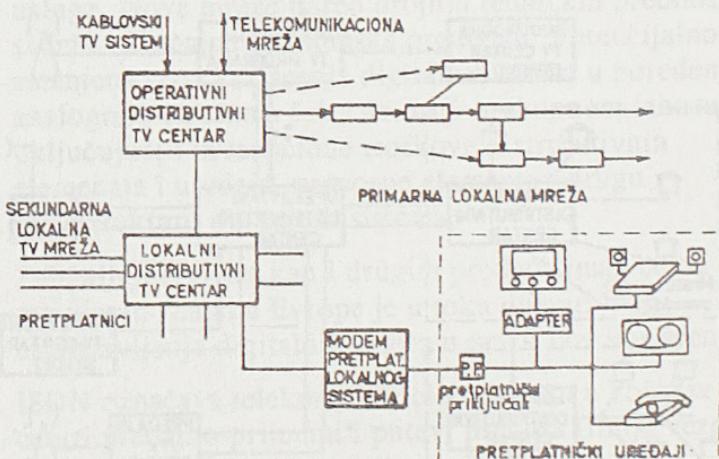
S1.1. Radio-difuzna mreža sa razvijenom lokalnom mrežom

Tradisionalna radio-difuzija - radio i televizija (slika 1) u većini zemalja u Evropi je organizovana na nacionalnoj

osnovi a nacionalne radio-difuzije su dalje udružene u Evropsku radio-difuznu uniju (EBU). Nacionalne kompanije radija i televizije su ovlašćene i nadležne za emitovanje svojih programa preko fiksne, unapred određene i izgrađene distributivne mreže vlastitih zemaljskih emisionih postrojenja, kablovske mreže (gde postoji) i satelita.

Tradicionalna radio-difuzna mreža se ne podudara sa mrežama u kojima se projektuju digitalni prenosи telekomunikacionih i video-servisa. Međutim, izgradnjom kablovskih sistema i njihovim povezivanjem sa tradicionalnom radio-difuznom mrežom (zemaljski predajnici i repetitorji) i komunikacionim mrežama (linije telefonskih, radio-relejnih i drugih veza), radio-difuzni sistem postaje deo integrisane digitalne mreže (slika 2).

Postavlja se sledeće pitanje: ako se radio-difuzni programi prenose kao servis u širokopojasnim mrežama integrisanih servisa do korisnika, šta se suštinski menja u odnosu na današnji vid formiranja signala TV programa i njegovog prenosa do gledaoca.



S1.2. Lokalni širokopojasni sistem mreža

U klasičnom slučaju lanac televizijskog signala od studija do predajnika se zasniva na formatu kompozitnog signala (kompletan signal slike u boji) koji se posle modulacije i

određenih pojačanja u predajniku emituje u prostor. Ovo je utvrđen i potpuno zatvoren način uređivanja i distribucije televizijskog signala. Razvoj usmeren digitalnoj tehnologiji vodi promeni ove situacije jer digitalizacija upućuje na korišćenje drugog načina formiranja TV signala, tako da je moguće uvoditi u proces prenosa različite TV formate za raznolike procese u proizvodnji programa i njegovoj distribuciji. Sa uvođenjem digitalne tehnologije u proizvodnju i distribuciju radio-difuznih signala, prevazilaze se pitanja zatvorenosti iz ove oblasti. Radio-difuzija se načelno uključuje u mreže integrisanih servisa naknadno sada, kada su ove mreže već upotrebljene za prenose izvesnih servisa iz oblasti telekomunikacija, zbog čega se moraju prihvatići i postojeći standardi.

Radi obezbeđenja kompatibilnosti u svim integrisanim servisima u širokopojasnim mrežama ISDN moraju se u prvom redu primenjivati postojeći standardi uskopojasnog ISDN. To je standard za brzine prenosa podataka (od 64 Kbit/s), kojim se sada obavlja servis telefonskih pretplatnika. Međutim, za visoki kvalitet video-komunikacija - TV kvalitet, servisi: TV programi, video-telefonija, video-konferencija, širokopojasni prenos bankovnih podataka, vrlo brzi prenosi posebnih podataka, podaci visokog kvaliteta stereo zvuka, podaci signala za sinhronizaciju sistema, identifikaciju, nadzor, zaštita od grešaka i dr., brzina prenosa podataka mora biti višeg reda (140 Mbit/s), pa se zbog ovoga govori o širokopojasnim mrežama. U širokopojasnom prenosu integrisanih digitalnih signala različitim servisa moraju se obezbediti poređ postojećih i vanredno visoke vrednosti brzine prenosa različitih podataka. To upućuje na formiranje takozvanog „uniformnog širokopojasnog kanala“ za sve vrste pretplatnika, čije bi osobine bile:

- omogućavanje digitalnog prenosa u celoj mreži,
- pretplatnički pristup mreži i svim servisima preko standardizovanih terminala,
- integracija uskopojasnih i širokopojasnih prenosa preko multipleksa potkanala TDM strukture,
- u celini sinhronizacija mreže sa jedinstvenim vremenskim markerima (clock distrib.) stabilnosti 10^{-11} .

Ovakav širokopojasni kanal sadrži potkanale koji pokrivaju sve komunikacione aplikacije. Integracija servisa se obezbeđuje jedinstvenim multipleksom u kojem se emituju svi signali kao paket prema pretplatnicima. Uniformni širokopojasni kanal se može posmatrati kao širokopojasni kontejner podataka koji se puni informacijama prema individualnim potrebama pretplatnika.

Integracija radio-difuzije sa servisima zahteva da se televizijski kodni standardi prilagode osobinama novih mreža. Iz studije CCITT o širokopojasnom ISDN sledi da su brzine prenosa i formiranje digitalnih signala za radio-difuziju različiti od tradicionalnih u uskopojasnom ISDN, da u distributivnim centrima (head-ends) mreža, lokalnih ili širokih zona, moraju biti interfejsi između sistema.

Za prenos radio-difuznih video-programa u Evropi je predviđeno korišćenje brzine prenosa podataka evropskog hijerarhijskog nivoa od 140 Mbit/s.²

Prepostavlja se da se u širokopojasnom ISDN prenose svi radio-difuzni servisi (video, ton, podaci - telesoftver, teletekst, i dr.) u jednom odgovarajućem multipleksu. Ovakav standardizovan signal, demultipleksirao bi se na nivou pretplatnika u nekom jedinstvenom dekoderu. U vezi s ovim, moguće su razne računice da bi se obezbedila veća količina saobraćaja i kompatibilnost, zadržavajući hijerarhijske nivoe odgovarajućih servisa.

U toku su ispitivanja i drugih osobina radio-difuzije pored brzine prenosa u novim uslovima o čemu se brinu radne grupe EBU, CCIR i CCITT. Parametri čije karakteristike treba odrediti su: pouzdanost, brzine prenosa, smetnje *jittera*, bežanja i pogreške bita. Za greške bita se smatra da su nekada ozbiljnije od grešaka pojedinačnih slučajnih događaja. Synchronizacija je takođe predmet razmatranja. Prepostavlja se da je prihvatljiva greška brzine prenosa reda $1 \text{ u } 10^3$ bita tj. BER (Bit error rate) 10^{-3} . Polazi se od zahteva da digitalni sistemi treba da budu pouzdani od početka korišćenja.

2 Evropske hijerarhijske PCM-TDM kanale čine: Ho-H4 od 2,8,34,140 i 565 Mbit/s.

Postoje saglasnosti u EBU za većinu osnovnih osobina prenosa u 140 Mbit/s kodeksu za kontribuciju kvaliteta luminantnog i hrominantnog YUV signala. Ove saglasnosti su postignute na osnovi kompromisa između jednostavnosti, kodovanja, tačnosti i grešaka performansi.

ARHITEKTURA INTEGRISANE ŠIROKOPOJASNE KOMUNIKACIONE MREŽE (IBCN, INTEGRATED BROADBAND COMMUNICATION NETWORK)

Shema sistema pretpostavljenog za digitalni TV prenos studijskog kvaliteta sa brzinom prenosa od 139,264 Mbit/s, predviđa mogućnost prenosa TV signala između studija, ulaz u predajnu distributivnu mrežu kao i kablovski prenos u operativnom kanalu mreže.

TV signal se emituje preko 140 Mbit/s signalnog linka, koji čine mreže koaksijalnog kabla, optičkog talasovoda i radio-relejnih veza kao delova prenosnih puteva signala. Simultano se prenose TV signali i signali drugih podataka sa 2048 Kbit/s, 1024 Kbit/s i 64 Kbit/s.

Analogni TV i radio-signali se digitalizuju u odgovarajućem dekoderu pre nego što dođu na multiplekser distribuciju. Koristi se kompozitno kodovanje, linearno 9-binitnom rezolucijom, tj. svaki piksel je predstavljen sa 9-binitnom reči. Učestanost odabiranja je 13,5 MHz, što je produkt učestanosti linije i piksela po liniji. Digitalni video-signal se formira tako da se na početku svakog paketa daje 6-binitni startni signal a zatim sledi 864 kodne reči, 10-binitne strukture. U celini za prenos slike je potrebno 8646 bit/s x 625 x 25 što iznosi, 139093 Kbit/s. Trajanje bita je oko 7,4 ns.

Koristeći PCM-TDM ili PCM-WDM (time division multilplex ili wavelength division multiplex) multipleksing sistem ostvarena je optimalna mogućnost prenosa na prenosnim putevima kabla, radio-relejnih sistema ili preko drugih puteva veza.

ZAKLJUČAK

Koncept širokopojasnog ISDN traži dug period prethodnih priprema, istraživanja i izgradnje u svim sferama pre njegove opšte upotrebe. Ideja za ovakav generalni koncept integracije svih servisa stara je već celu deceniju. Ona je nastajala i rasla zajedno sa upotrebom digitalnih sredstava veza. U dokumentima zemalja sa razvijenom infrastrukturom za prenos informacija, obično se računa da će ovaj koncept biti puno operativan u periodu od 1992. godine. Premda je ovaj vremenski period još udaljen od današnjih dana sasvim se jasno sagledava doba njegove operativnosti koncepta, a u našem vremenu već postoje mesta i gradovi koji su poligoni za proveru bitnih performansi pojedinih servisa.

Koncept širokopojasnog ISDN pretplatniku izgleda kao nešto što više liči na dobro sročenu priču. Ali to nije priča, to je realan savremeni razvoj u kome su iskorišćeni svi interdisciplinarni naučni resursi i dostignuća i stvoreno u delu komunikacija nešto što praktično nema granice u eksploataciji. Realizacija koncepta ISDN to obezbeđuje.

Bez obzira na složenost zahteva i promene koje bi nastale u organizacijama radio-difiuzije korišćenjem širokopojasnog ISDN za prenose svojih programa, nesumnjivo je da je i njeno mesto u ovim sistemima, jer se tu može da obezbedi visok kvalitet prenosa programa u neograničenom prijemnom području na principu pretplatnika i da se, pored toga, još razvije niz novih servisa.

LITERATURA

1. Owe Borgstrom, Borje Andersson, Aleksander Marlevi, Johan Anas, Steffan Brangenhardt, Digital telephony; LM Ericsson Sweden S-12625. - 1977.
2. Kevin Shergold, „Development Strategy for broadband local network in Britain”, Montreux Symposium, 1985.
3. D.Bottle, H.M.Gundner, H.J.Matt, R.Stannard, „Multichanel Broadband - ISDN”, Montreux Symposium, 1985.
4. RACE Definition Phase EBU Technical Centre, decembar 1986.
5. Anthony Pragnell, Prospective Study EBU, G.New Devel. SPG 1332, str. 31-39.
6. Henri Perez, Prospective Study EBU, G.New Devel. SPG 1332, str. 25-30.
7. Helmut Lenhardt, „Developing Markets for New TV programmes in Europe”, Montreux Symposium, 1985.
8. R.J.Mulder, Office automation and the ISDN, PTR tom. 44, br. 1, 1986.
9. Sigismund Rodike, Peter Duerkop, „Network - Compatibile 450 MHz Systems for Broadbend Communication Systems”, Montreux Symposium, 1985.
10. L.M.Hall, System management in fully integrated network of SOPHO-S 2500 PABXs PTR, tom. 46, br. 1, mart 1988.
11. J.P.Chamhers, Signalling in Parity a brief history, BBC RD 1985/15.
12. JAPAN: Definition of Data Broadcasting, CCIR JIWP 10-11/5-CP 9.
13. Helga Seguin, „Progressive introduction of new services in a broadband network”, Montreux Symposium, 1985, CATV Session.
14. Gerhard Wiest, Network evolution. Commutication International special supplement Siemens Telecommunications, oktober 1987.
15. Klaus Bechtold, „Video conference on the Optical overlay network”, Montreux Symposium, 1985.
16. FRG: Proposal for a satellite teletext system for use within the digital multiplex of the MAC/packet signal CCIR study groups Doc. 11/E. Report 956, jul 1987.

Borislav Šesterikov

MAC/PAKET ZA DBS SERVIS

Poslednjih nekoliko godina intenzivno se ispituju mogućnosti i predlozi za nove TV sisteme, koji bi stvorili nove performanse u cilju poboljšanja kvaliteta audio/video reprodukcije. Jedno od tih rešenja je i MAC/paket (Multiplexed Analogue Component) namenjen direktnoj satelitskoj televiziji (Direct Broadcast Satellite), tzv. DBS servisu.

KONVENCIONALNI TV STANDARDI

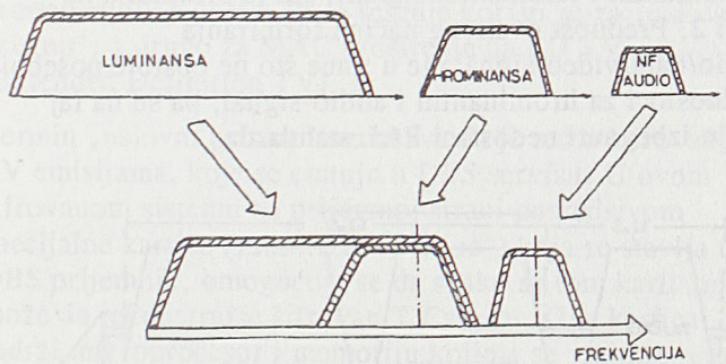
Osnovni elementi video TV sistema prvo bitno su definisani za crno-beli TV prenos sa ekranom odnosa 4:3 i analizom slike od 525 linija u Americi (60 poluslika), a sa 625 linija u Evropi (50 poluslika). Svaka od 625 linija traje 64 mikrosekunde (μ s). Prvih 12 μ s rezervisano je za horizontalnu sinhronizaciju, a ostalih 52 μ s služe za prenos sadržaja TV slike, odnosno luminantnog signala. Određen broj TV linija namenjen je vertikalnoj sinhronizaciji. Sadržaj slike analizira se sa proredom, što znači da se koriste dve poluslike (svaka sa 312,5 linija). Ovom video-signalu dodaje se i audio signal, tako da oba realizuju zajednički TV signal.

Poštujući uslov kompatibilnosti u SAD je 1953. godine razvijen TV sistem u boji pod imenom NTSC (National Television Standards Committee), iz koga su kasnije izvedena dva u Evropi, i to PAL (Phase Alternate Line) i SECAM (Sequential Color and Memory) standardi.

Pod pojmom kompatibilnost podrazumevalo se sledeće:

- da će crno-beli televizor bez ikakvih izmena reprodukovati TV signal u boji kao crno-belu sliku; a
- da će kolor-televizor pored slike u boji moći da reprodukuje i crno-beli TV program.

Da bi se ovo ostvarilo potrebno je unutar TV kanala sa luminantnim signalom prenositi još i hrominantni signal koji će u zajednici sa luminantnim signalom omogućiti kolor-televizoru reprodukciju slike u boji. Ovo se postiglo, na primer kod PAL standarda, tako što se u osnovni opseg luminantnog signala, na posebnoj podnosećoj frekvenciji unose hrominantni signali, a to je ilustrativno prikazano na slici 1. Međutim, ovakva kompozicija, luminantnog, hrominantnog i audio-signala nosi sa sobom i odredene nedostatke, a navećemo samo dva:



S1.1. Kompozicija PAL signala

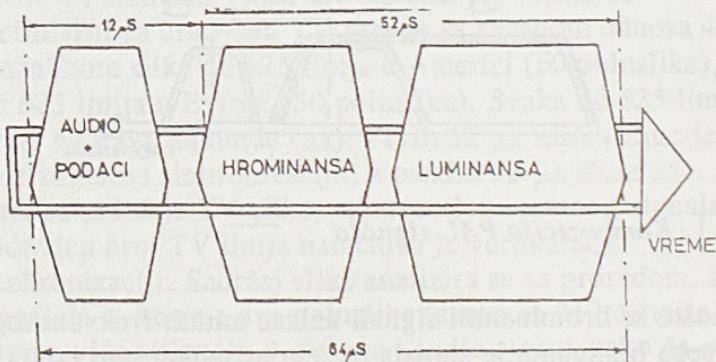
- pošto se hrominantni signali nalaze unutar frekventnog opsega luminantnog signala to se u prijemu često javlja "ukrštanje" hrominantnog u luminantni kanal i obrnuto, što se manifestuje u promeni boje finih detalja slike, koja u isto vreme može neprijatno da treperi; i
- zbog postojanja posebnih podnositelaca za hrominantni i audio-signal javljaju se međusobni uticaji ovih

frekvencija, koji mogu usloviti bruhanje i smetnje u audio-reprodukcijsi.

U cilju poboljšanja kvaliteta reprodukcije video i audio-signala IBA (Independent Broadcasting Authority) - iz Velike Britanije izašla je sa predlogom da se PAL standard zameni MAC/paketom. U ovom formatu „MAC“ se odnosi na video signal a „paket“ na audio-signal i signale podataka (Data).

MAC/PAKET

I kod MAC/paketa zadržan je odnos strana slike 4:3, zatim 625 linija, svaka u trajanju od po $64 \mu\text{s}$. Međutim, razlika se odnosi na kompoziciju audio, video i data-signala. Kod MAC/paketa unutar jedne TV linije od $64 \mu\text{s}$ nalaze se sve informacije i to tako što se u prvih $12 \mu\text{s}$ emituje digitalni audio-signal plus signali podataka; a u drugom delu do $52 \mu\text{s}$ su analogni hrominantni i luminantni signali, što je prikazano na slici 2. Prednost ovakvog načina formiranja audio/data/video-signala je u tome što ne postoje posebni podnosioci za hrominantni i audio-signal, pa su na taj način izbegnuti nedostaci PAL standarda.



S1.2. Kompozicija MAC/paketa signala

Što se tiče digitalizovanog tonskog signala i signala podataka, Evropska radio-difuzna organizacija EBU (European Broadcasting Union) predložila je nekoliko alternativa koje su označene prefiksima: C-MAC/paket,

D-MAC/paket i D2-MAC/paket. Razlika između ovih opcija odnosi se na audio/data-paket (način kodovanja, vrsta modulacije, kapacitet tonskih kanala i signala podataka, itd.). Pošto je audio/data-paket digitalizovan to se otvaraju velike mogućnosti za realizaciju različitih vrsta tonskih i data servisa. Pomenimo da je razlika između D-MAC/paketa i D2-MAC/paketa samo u tome što je kapacitet D2 manji za polovinu od D paketa.

Ukupni kapacitet digitalnog kanala može se koristiti na više načina, na primer: za osam nonotonskih kanala plus jedan deo koji ostaje za signal podataka (C i D-paket), ili četiri monotonska kanala, zatim po jedan za TV i radijski stereo i opet plus za signal podataka, ili četiri monotonska kanala plus signal podataka (D2-paket) itd; različite su programske mogućnosti u korišćenju ovog paketa. Slično audio/data paketu, digitalna sinhronizacija analognog MAC signala omogućuje da se i kod video-signala vrše razna prestrukturisanja unutar samog MAC formata, a takođe i unošenje dodatnih luminantnih i hrominantnih signala. Prvo rešenje koristi se za „uslovni pristup”, a drugo za MAC proširenje na ED TV (Extended Definition TV).

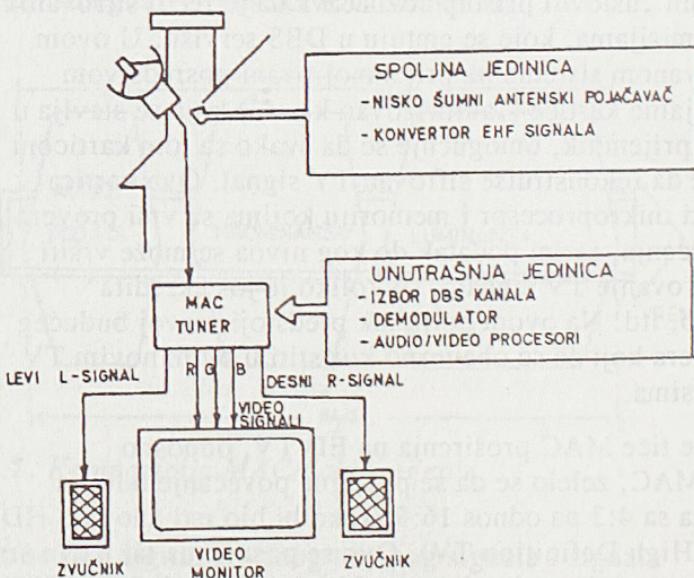
Termin „uslovni pristup” označava da je reč o šifrovanim TV emisijama, koje se emituju u DBS servisu. U ovom šifrovanom sistemu na prijemnoj strani posredstvom specijalne kartice („autorizovan ključ”) koja se stavlja u DBS prijemnik, omogućuje se da svako sa tom karticom može da rekonstruiše šifrovan TV signal. Ova kartica sadrži mikroprocesor i memoriju kojima se vrši provera ovlašćenja, zatim podatak do kog nivoa se može vršiti dešifrovanje TV signala, ili koliko je još „kredita” ostalo, itd. Na ovom polju tek predstoji razvoj budućeg softvera koji će se obavezno koristiti u ovim novim TV servisima.

Što se tiče MAC proširenja na ED TV, odnosno ED-MAC, želelo se da se postigne povećanje odnosa strana sa 4:3 na odnos 16:9, kako bi bio isti kao kod HD TV (High Definition TV). Ovo se postiže na taj način što se prenose ekstra luminantne i hrominantne informacije koje sa postojećim MAC luminantnim i hrominantnim

signalima omogućuju rekonstrukciju slike sa odnosom 4:3
16:9.

DBS SERVIS I MAC/PAKET

U početnom periodu podrazumevalo se da će DBS servis biti isključivo namenjen individualnim korisnicima. U tom slučaju bi svaki posedovao set koji se sastoji iz spoljne i unutrašnje jedinice, što je prikazano na blok shemi sa slike 3. Spoljna jedinica nalazi se na samoj anteni i vrši konverziju DBS signala iz višeg EHF u niže UHF područje. Izlaz spoljne dovođe se na ulaz unutrašnje jedinice, a na njenom izlazu dobijaju se: primarni R, G i B video-signali i L i R tonski signali. U ovakovom aranžmanu sasvim je svejedno koji se C, D ili D2-MAC/paket prima i emituje u DBS servisu. Međutim, komplikacije nastaju kad se koristi PAL televizor ili CATV distribucija. Kod PAL televizora potrebno je prvo dekodovati MAC/paket signal i zatim ponovno kodovati u PAL signal; a kod kablovske distribucije važna je širina TV kanala.



SL.3. Blok-shema audio/video-terminala za DBS servis

DBS I CATV SERVIS

Širina frekventnog opsega kod DBS servisa zavisi od tipa MAC/paket formata i kreće se od 5 MHz do 10,5 MHz; dok je u zemaljskoj televiziji određena CCIR standardima. U većini evropskih zemalja i u JRT usvojen je tzv. B i G standard. Zatim, evropski operatori zahtevaju da ova dva DBS i CATV servisa budu međusobno transparentna, što znači da se može bez ikakvih transformacija MAC/paket iz DBS servisa distribuisati kroz CATV mrežu. Međutim, podvucimo da se zbog PAL televizora i potrebe da se MAC/paket predekoduje u PAL signal gube sve prednosti, jer se sa MAC prelazi na PAL reprodukciju. Pomenuti problemi, a i velike diskusije oko HD TV sistema doveli su do različitih pogleda u vezi MAC/paket formata u odnosu na DBS servis.

TRENUTNO STANJE DBS SERVISA

Danas se u svetu TV programi emituju posredstvom FSS servisa (fiksna satelitska služba) i to isključivo konvencionalnim standardima (NTSC/PAL/SECAM). Što se tiče budućeg DBS servisa tu je situacija dosta složena i može se samo govoriti o raznim opredeljenjima a navećemo samo nekoliko karakterističnih primera:

- *Zapadna Evropa* je podeljena i to tako da su Francuska i Zapadna Nemačka usvojile D2-MAC/paket, Velika Britanija je za D-MAC/paket, a Nordijske zemlje još vode diskusiju o C-MAC/paket formatu;
- *Istočna Evropa* ne namerava da koristi MAC/paket, već za sada radi samo sa FSS servisom, a ukoliko i prede na DBS servis to će biti sa SECAM standardom, ili nekim od HD TV formata;
- *SAD i Kanada* - zbog razvijene CATV mreže može se govoriti samo o „kvazi DBS servisu“ što znači da se TV program prenosi FSS servisom i zatim distribuira kablovskom mrežom, pri čemu se dozvoljava i individualni prijem, ali za sada sa NTSC standardom i ne namerava se preći na MAC/paket, već se čeka na neki od HD TV formata.

- *Japan* je prva zemlja koja je počela sa DBS servisom još 1984. godine po tzv. A-formatu (video-signal je u NTSC standardu, ali je tonski signal digitalizovan), a namerava sledeće godine da pređe na HD TV format koji bi se emitovao u tzv. MUSE sistemu;

- *Australija i Novi Zeland* opredelili su se za B-MAC/paket i čak predviđaju njegovo emitovanje na nekom od UHF kanala;

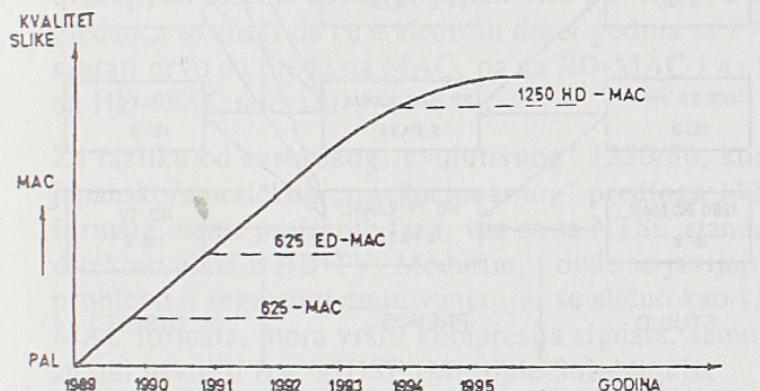
- *Jugoslavija* ne dozvoljava individualni prijem FSS servisa, jer FSS prijemnik tretira kao deo jednog predajno-prijemnog TV lanca koji spada u domen profesionalne distribucije TV programa. Za uključenje u rad FSS servisa u Jugoslaviji je potrebna dozvola za radio-difuznu delatnost. Međutim, za DBS prijemnik, za razliku od FSS servisa, ne zahteva se dozvola za prijem TV programa i DBS prijemnik se tretira ne kao „radio-stanica”, već, kao „radio-prijemnik”, tj. konvencionalni televizor, jer se primaju programi iz satelitskih radio-difuznih kanala od 11,7 GHz do 12,5 GHz. JRT je dala prednost D-MAC/paketu uz prihvatanje i D2-MAC/paketa, čije su performanse iste, ali je razlika samo u audio/data kapacitetu, jer D2 radi sa četiri umesto sa osam tonskih kanala.

MAC/PAKET I HD TV

Televizija visoke definicije HD TV danas podrazumeva da je potrebno sa 525 ili 625 preći na više od 1 000 TV linija uz promenu odnosa strana sa 4:3 na 16:9. Do danas je predloženo nekoliko HD TV formata, a najpoznatiji su: japanski 1125/60, američki 1050/59,94 evropski 1250/50 i SSSR 1375/50, s tim da je odnos strana u svim predlozima isti. Već sad bi se moglo reći da je velika verovatnoća da će u svetu da ostanu u primeni dva standarda sa 1125 linija i 60 poluslika i sa 1250 linija i 50 poluslika. Prema tome, ovi novi TV sistemi koji se javljaju u praskozorje 21. veka su veliki izazov za one koji ih predlažu, ali i velika odgovornost, jer treba da važe u sledećih dvadesetak godina.

Od samog početka HD TV formati su na neki način bili predlagani kao produksioni sistemi, a MAC/paket, koji

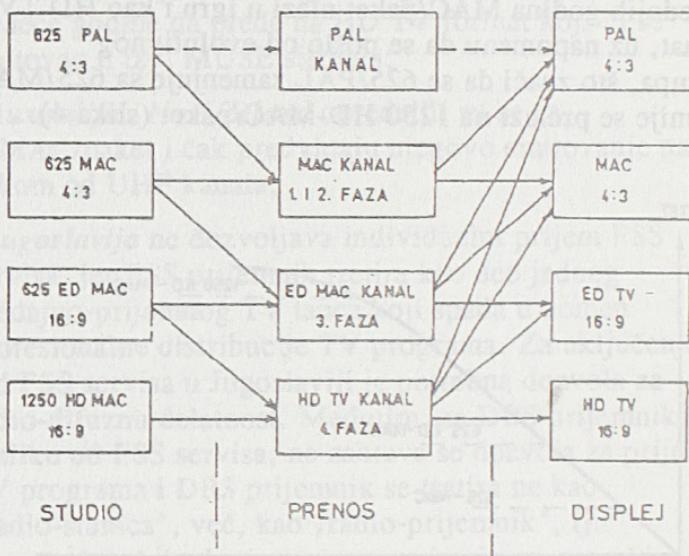
se javio znatno kasnije od HD TV, od početka je bio namenjen DBS servisu da zameni PAL standard i to samo u segmentu emitovanja. Medutim, tek u nekoliko poslednjih godina MAC/paket ulazi u igru i kao HD TV format, uz napomenu da se pošlo od evolutivnog pristupa, što znači da se 625/PAL zamenjuje sa 625/MAC i kasnije se prelazi na 1250 HD-MAC/paket (slika 4).



S1.4. Povećanje kvaliteta slike od PAL do HD-MAC sistema

Konvencionalna NTSC/PAL/SECAM televizija u sva tri segmenta: studio, emitovanje i produkcija koristi iste standarde. Medutim, MAC i HD-MAC dozvoljavaju da svaki od ovih segmenata može koristiti različite formate, a takođe omogućuje i posebne faze u njihovoj realizaciji. Evropsko evolutivno rešenje u delu Eureke 95 koje se odnosi na HD TV predviđa da će scenario u prelasku sa PAL na HD TV da se odigra u četiri faze, koje su predstavljene na slici 5. U gornjem delu sheme crticama je označen 625 PAL standard, dok se ostali odnose na evolutivni prelaz ka 1250 HD TV. Prva faza (1989-1992) podrazumeva da će se standardnom PAL studiju (pravougaonik označen sa 625/PAL/4:3) na izlaz TV kamere umesto PAL kodera staviti MAC koder, kako bi se dobio MAC/paket signal i zatim ovaj signal emitovati DBS servisom (pravougaonik označen kao MAC kanal), a na mestu prijema moći će se koristiti: PAL televizor (pravougaonik označen sa PAL/4:3) ili MAC prijemnik (pravougaonik označen sa MAC/5:3). Drugim rečima,

prva faza uvodi u igru i nov DBS terminal prikazan na slici 3 i CATV distribuciju i PAL televizor.



Sl.5. Blok-shema za evolutivni prelaz od MAC/paket formata na HD/MAC paket format

U drugoj fazi (1990-2000. godine) koristi se i PAL i MAC studio, a u reprodukciji i PAL i MAC televizor sa odnosom strana 4:3. U ovoj fazi na tržištu će se pojaviti i tzv. „integrisani MAC prijemnici”, kod kojih će „spoljna jedinica” biti u sastavu „unutrašnje jedinice”. Treća faza (1991-2000) označava da se sa MAC/4:3 prelazi na MAC/16:9 te zahteva upotrebu ED-MAC studija, jer se moraju emitovati dodate luminantno/hrominantne informacije za ED-MAC televizore sa velikim ekranom. U ovoj trećoj fazi ED-MAC TV signal može se reproducovati i sa 625/PAL i sa MAC/4:3 i sa ED-MAC/16:9 televizorom, s tim da će povećanje nivoa displeja usloviti i povećanje kvaliteta reprodukcije. Ovdje treba uočiti da će reprodukcija TV programa sa 4:3/MAC na 16:9/MAC formatima i obratno zahtevati primenu konverzije odnosa strana, a za to do danas nije pronađeno odgovarajuće tehničko rešenje. Na primer, u slučaju emitovanja programskog materijala sa 16:9 formatom, a reprodukcijom na 4:3 ekranu moraju se odsecati slikovne

informacije, ili stavljati u gornjem i donjem delu neslikovne bele ili obojene površine (što je danas slučaj sa filmskim materijalima). Četvrta faza (1995-2000. godine) je prelaz na HD TV servis, ali u kombinaciji sa HD-MAC/paket signalom. U ovoj fazi koristi se i 625 ED-MAC i 1250 HD MAC studio, a na prijemnoj strani svi displeji: PAL/4:3, MAC/4:3, ED-MAC/16:9 i HD TV/16:9. Autori Eureka 95 smatraju da je ovakvo evolutivno rešenje korak po korak vrlo povoljno, a za gledaoca to znači da će u sledećih deset godina sa PAL morati prvo da pređe na MAC, pa na ED-MAC i na kraju na HD-MAC televizor.

Za razliku od evropskog „evolutivnog“ 1250/50, kod japansko/američkog „revolucionarnog“ predloga 1125/60 formata, nema prelaznih faza, već se sa NTSC standarda direktno ulazi u HD TV. Međutim, i ovde se javljaju problemi u segmentu emitovanja, jer se slično kao i kod MAC formata, mora vršiti kompresija signala, samo što su oni usvojili tzv. MUSE (Multiple Sub-Niquist Sampling Encoding) sistem. Prema tome i evolutivni i revolucionarni prilaz novim HD TV sistemima otvaraju vrlo kompleksna pitanja u sva tri segmenta i definitivni odgovori po ovim pitanjima tek treba da se oforme.

MAC/PAKET I HD EP

Televizija visoke definicije na bazi evropskog evolutivnog prilaza sa HD-MAC/paketom i japansko-američkog revolucionarnog sa MUSE sistemom izazvala je veliki razdor medu radio-difuzerima u svetu. Međutim, od skora su proizvođači HD audio/video opreme predložili još jednu verziju pod nazivom HD EP (High Definition Electronic Production) uz naglasak da ona nije usmerena ka radio-difuziji, već ka proizvodnji HD programa na video-kasetama i diskovima. Drugim rečima, umesto distribucije posredstvom HD-MAC ili HD-MUSE u DBS servisu, nude distribuciju HD-EP programa na audio/video-kasetama i diskovima namanjene audio/video-rikorderima i diskovima. HD EP ne bavi se filozofskim prestižnim pitanjem da li evolutivni ili revolucionarni pristup, zatim da li je

televizija u 20. vek ušla na velika, a izlazi na mala vrata, itd., već samo nude novo tehnološko oruđe za 21. vek.

U svetu svega do sada iznetog možda bi se moglo reći da se tu krije i problem oko familije MAC/paket formata. Mnogi smatraju da 625-MAC sistem u produkciji i posleprodukciji treba rešiti digitalnom tehnologijom, ali pošto je MAC format namenjen prelaznom periodu od desetak godina, to mnogi TV centri nisu voljni da se upuste u MAC eksperiment, već čekaju na HD TV sa rešenjem od 1125/60 ili 1250/50 formatom. Drugim rečima, umesto da 625-PAL zamene sa 625-MAC, pa zatim ponovo sa 1250/50 ili 1125/60 opremom, smatraju da je bolje šačekati pa sa PAL uskočiti u HD TV proizvodnju. Da bi preskočili ovaj period čekanja, industrija (uglavnom Japanska) ponudila je rešenje na bazi HD EP, pa su se na zapadnom tržištu uveliko pojavili u prodaji ovakvi audio/video-uređaji.

ŽAKLJUČAK

Na osnovu ovog sažetog pregleda možda ne bi ni trebalo postavljati pitanje koji je MAC/paket bolji, jer je današnji pogled na familiju MAC/paket formata bitno drugičiji nego u vreme kad je predložen za zamenu PAL standarda. Danas se sigurno ponavlja situacija koja se desila kod uvođenja televizije u boji (NTSC/PAL/SECAM), tako da će i kod uvođenja DBS servisa takođe u igri biti više formata (B, C, D i D2-MAC/paket). U ovoj početnoj fazi još uvek nije jasan trend razvoja, ali se ipak može reći da s obzirom da je i EBU dao prednost D-MAC/paketu, da je bilo racionalno što se i JRT opredelila za taj format, jer automatski obuhvata i D2-MAC/paket.

Sofija Košničar

MUZIČKI VIDEO-SPOT U PROGRAMU TELEVIZIJE

- analiza sadržaja i stavovi auditorija -

VIDEO-MUZIKA I TELEVIZIJA

Pojava videa¹ sredinom šezdesetih godina ovoga veka stvorila je nove izražajne mogućnosti u domenima gotovo svih umetnosti, da bi danas, dvadesetak godina kasnije, u svojim najboljim ostvarenjima i sam postao umetnost.

Široku primenu video danas ima i u vizuelnim mas-medijima kao snažno propagandno i izražajno sredstvo u kojima se u punoj meri ogledaju nove mogućnosti filmske i televizijske tehnologije.

Manifestuje se u binarnoj funkciji - kao sredstvo prezentacije odgovarajućih sadržaja u šou-biznisu, što znači kao reklamno-propagandni materijal, ili pak kao umetnost sama (video-performansi...). U oba slučaja u većoj ili manjoj meri do izražaja dolaze osnovne zakonitosti strukturisanja konstituenata video-sadržaja kao mikrodramaturške celine sa „unapred sračunatim psihološkim efektom“.

Kod nas se video-materijal često koristi u TV programima.

Video-spot u savremeno koncipiranom televizijskom programu zauzima sve značajnije mesto. Jedan je od dominantnih oblika prezentacije ekonomsko-propagandnih poruka, a stiče i sve važniju ulogu u mnogim programskim žanrovima i sadržajima od

¹ Elektronska kompanija Sony 1965. godine uvodi prvi prenosni crno-beli video-rikorder od pola inča, ali ga ne pušta u slobodnu prodaju. Video je kao eksperiment prvo počeo da se koristi u umetnosti: video-skulptura, „galerijska izložba“...

kultурно-уметничких, документарно-образовних, рекреативно-забавних, sportskih programa pa sve do upotrebe u oblikovanju interludijskih pasaža.

Čitava jedna umetnost svoj novi, savremen vizuelno-medijiški modus samoprezentacije pronašla je u video-spotu. Reč je, dakako, o muzici. *Muzički video-spotovi*² postaju i u nas sve dominantnija forma prezentacije muzičkih sadržaja putem TV medija. Ujedno kvantitetom zauzimaju značajan postotak u strukturi pojedinih TV programa. O ekspanziji, gotovo eksploziji, ovog savremenog vida prezentacije muzike - svedoče i posebni TV kanali „rezervisani“ samo za emitovanje muzičkih video-klipova³ (primerice MTV Music Television u Americi - koje vode diskoploke) kao i brojne kasete koje se reprodukuju putem video-rikordera diljem tehnološki razvijenih zemalja sveta. Prvobitno snimani muzički video spotovi finansirani od samih diskografskih kuća (barem je takva praksa na Zapadu) - imali su čisto „reklamnu“ funkciju za postizanje boljeg komercijalnog efekta pri prodaji klasičnih nosaća zvuka (ploča, „traka“). Danas zahvaljujući video-industriji, video muzičke kasete dobijaju sve ravnopravnije, ako ne i dominantno mesto među nosaćima zvuka. Slobodno se može reći da je u našem najširem auditoriju video postao

2 Neki podaci o nastanku i razvoju muzičkog video-spota:

- preteču eksplikacije muzičkih sadržaja na način primeren današnjem video-spotu valja tražiti u radovima Oskara Fišingera, dvadesetih godina ovoga veka koji je muziku vizuelizovao odgovarajućim crtanim ili animacijskim filmom. (Uvodna sekvenca Diznijeve *Fantazije* u stvari su plod Fišingerove vizualizacije Bahove tokate i Fuge...);

- sredinom šezdesetih godina muzičke grupe su sve češće pravile svojevrsne promociione reklamne filmove koji u stravi predstavljaju rane verzije rok-video-spota (Grupa Kinkis priređuje filmić za pesme *Dead End Street* - 1966; grupa WHO priređuje spot za pesmu *Happy Jack* - 1967; Bitlzi prave psihodelično-nadrealističke filmiće za pesme *Strawberry Fields* i *Penny Lane* 1967; pionirske muzičke video-spotove u pravom smislu reči pravi grupa Devo 1976).

(Podaci preuzeti iz publikacije *Videosfera: video-društvo-umetnost*; poredio Mihailo Ristić, Radionica SIC, Beograd 1986).

3 *Klip* je specifična forma prezentacije muzičkih sadržaja putem videa u kojem ravnopravno funkcioniše strukturalna sinteza vizuelnog (filmskog) i tonskog (muzičkog instrumentalnog i eventualno vokalnog i verbalnog materijala).

poznat baš zahvaljujući emitovanju muzičkih video-spotova u programima televizije.

PRAKSA TELEVIZIJE NOVI SAD

Televizija Novi Sad je⁴ do 1985. godine proizvodila *igrani* muzički TV spot s razrađenim scenarijem i dramaturškim rešenjima, ali se posle tog perioda ta praksa izgubila usled nedostatka materijalnih sredstava.

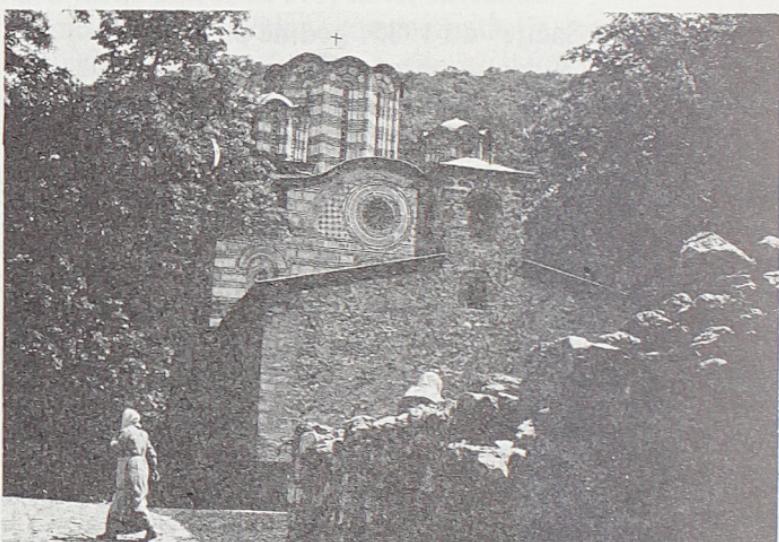
U poslednje vreme se u TV Novi Sad umesto igranog spota *snima muzička numera* bilo u studiju ili u nekom drugom enterijeru ili eksterijeru, ali bez odgovarajućeg scenarija i dramaturškog rešenja koji bi omogućili „malu igranu priču“. S druge strane za produkciju savremenog spota neophodna je najmodernija filmska tehnika (npr. kompjuterski far...) koju TVNS nema. Čak se ni oni tehnički kapaciteti koje Kuća ima ne koriste u dovoljnoj meri. Spotove pa i pomenute muzičke video-klipove, primerice, na anglo-američkom tržištu (umetnosti) snimaju iskusna i poznata svetska imena filmske umetnosti počev od scenarista do režisera i tehničkog osoblja (kamermana, montažera...). Televizija Novi Sad takve kapacitete u domenu TV spota - ne angažuje.

Problemi idu dotle da se za izradu jednog istog spota ne može obezbediti ista ekipa (u stalnom sastavu) tako da se događa da jedan spot montira i po pet montažera, pa je često snimljeni materijal i tehnički neispravan.

Muzičke numere i spotovi se ne snimaju „na nivou TV“ već svaka redakcija to improvizuje za svoje potrebe i po pravilu taj materijal koristi „jedanput i nikad više“. Postala je praksa da jednu istu „grupu“ koja interpretira istu muzičku numeru maltene u istom danu - tri puta snimaju - tri redakcije, svaka samo za svoje programske potrebe. Izlišno je isticati da je sve to ne samo neracionalno nego i preskupo. Valjalo bi razmisiliti o tome, smatra komunikator, da se materijalna sredstva i ostali neophodni kapaciteti objedine na nivou televizije,

⁴ Na osnovu razgovora s komunikatorima - radnicima iz KUP (Redakcija zabavnog programa koja priprema i prireduje značajan broj spotova u programu TVNS), IPP (na s/h jeziku), Redakcije muzičkog programa, sa montažerima elektronske tehnike...

da produkcija bude zajednička i kvalitetna, kako bi se ovi spotovi mogli višestruko koristiti za programske potrebe svih redakcija, počev od samih emisija do intermeca i EPP.



Što se nabavke stranog muzičkog video-spota tiče u TV Novi Sad nisu rešena osnovna pitanja. Zbog odgovarajućih konvencija, TVNS ne dozvoljava „skidanje“ i emitovanje muzičkog video-materijala sa satelitskog programa. Njega na razne načine, a najčešće „dovijanjem“ nabavljaju pojedinci iz TVNS „ličnim putevima“ da bi potom taj materijal sasvim legalno (jer su na to dobili pravo) i sa svojim znakom emitovali u programu TVNS.

Ostaje otvoreno pitanje i najelementarnijeg kriterija u izboru stranih spotova koji će biti emitovani u programu TV Novi Sad kao i pitanje kompetencije lica koja će odbiti vršiti. Praksa je danas takva da se emituje ono što se ima (dobije) bez ozbiljnijeg promišljanja i odbira, bez standardizovanog kriterija.

OKVIRI ISTRAŽIVANJA

Imajući u vidu kompleksnost ove problematike, kao i sve veći značaj ovih sadržaja u programu TVNS - Centar za istraživanje programa i auditorijuma RTNS je sproveo

dva istraživanja o muzičkim video-spotovima. Jednim su utvrđeni stavovi i mišljenja Vojvodana⁵ o pomenutim sadržajima, dok je drugim izvršena analiza sadržaja odgovarajućih muzičkih video-klipova⁶ Predmet drugog istraživanja bila su:

- *eksterno-formalna obeležja spota* (dužina; proizvodno poreklo; tehnika realizacije; izvodači spota...),
- *imanentna obeležja spota* (žanrovska pripadnost muzike prezentovane spotom; prisustvo konstituenata spota i u vezi sa tim jezik verbalne naracije; vizuelni nivo obrade sadržaja spota; kostimografsko-scenske datosti spota; kompatibilnost verbalne i filmske naracije; transparentičnost sadržaja spota; ambijent po vremenskoj usmerenosti i lokaciji; akteri spota - broj, pol, glavni likovi...; socijalni kontekst spota kao i skala osnovnih aktivnosti i emocija).

Valja istaći da analiza sadržaja nije imala za cilj precizno kvalitativno-kvantitativno merenje programske zastupljenosti muzičkih spotova (po žanru, govorno-jezičkom izrazu i poreklu...) ili pak utvrđivanje redakcijsko-programskog primata u pogledu količine emitovanog sadržaja. Ovom sondažom je pre svega trebalo ustanoviti „profil“ domaćeg video-spota kao modusa oblikovanja muzičkog sadržaja u produkciji TV Novi Sad kao i osnovne karakteristike muzičkih video-klipova strane produkcije zastupljenih u programu TV Novi Sad.

⁵ Uzorkom za analizu stavova i mišljenja auditorija o muzičkim video-spotovima u programu televizije - obuhvaćeno je 1 893 lica različitih socio-demografskih i nacionalnih karakteristika tako da se projekcijom podataka na osnovni skup istraživanja - rezultati odnose na 1 656 802 Vojvodana.

⁶ Uzorkom za analizu sadržaja muzičkih video-spotova emitovanih u programu TV Novi Sad obuhvaćeno je 54 spota u ukupnom trajanju od 189 min. i 45 s.

Dopadljivost spota

Većina Vojvođana gleda muzičke spotove (njih 69,5%). Najčešće ih prate na I i II programu TV Beograd (49,5%), 3,4% žitelja Pokrajine pomenute video-klipove gleda na kanalu 41 i 43 TV Novi Sad, dok 16,6% Vojvođana navedene sadržaje prati na sva tri programa podjednako. Više od petine vojvodanskog stanovništva ne gleda muzičke spotove (22,6%).

Muzički video-klipovi, kao vid medijskog izražavanja, dopadaju se velikom broju Vojvodana (52,6%). Žitelji Pokrajine kojima se dopadaju ovi medijski sadržaji izdvajaju se iz svih socio-profesionalnih i starosnih kategorija, ali izuzetno dominiraju među studentima (njih 88%), učenicima (78,9%), te upravnim, administrativnim radnicima i osobljem zaštite (72,4%), rukovodećim osobljem, stručnjacima i umetnicima (63,8%), i radnicima zaposlenim u industriji, trgovinama i uslugama (60,5%), mahom mlade starosne dobi. Muzički video-klipovi se više dopadaju muškarcima. Oko 700 ispitanika je navelo i razloge zbog kojih im se posebno dopadaju muzički video-klipovi, ističući pre svega njihovu estetsku i informativnu vrednost.

Među Vojvođanima koji ne gledaju muzičke video-klipove dominiraju domaćice, penzioneri i poljoprivrednici, mahom nepotpunog osnovnog obrazovanja, znatno češće žene (62,6%) nego muškarci (37,4%). U ovom kontekstu jasno se uočava negativna korelacija između starosne dobi i konzumiranja pomenutog medijskog sadržaja, tako da su najbrojniji gledaoci muzičkih video-klipova među sasvim mladim Vojvođanima i onima u radno aktivnom dobu. Procenat mlađih Vojvodana 10-24 godine koji ne prate ove sadržaje kreće se do 4%, s tim da za adolescentni uzrast (16-19 godina) on iznosi samo 0,3%. Već za starosnu dob 25-34 godine ovaj procenat je dvocifren (12,8%) i raste proporcionalno s godinama starosti auditorija, tako da 42,7% Vojvodana od 65 i više godina starosti uopšte ne gleda muzičke video-spotove.

Najverniji i najbrojniji gledaoci muzičkih video-klipova su adolescenti i to znatno češće muškarci nego žene.

Video-spot i muzički žanr

I po broju numera i po minutaži - među uzorkovanim klipovima za analizu sadržaja dominiraju sadržaji iz domena *disko i rok-muzike* 66,66% (36 spotova: 26 domaća i 10 strane produkcije). U manjem obimu su zastupljene numere iz oblasti *zabavne muzike* - 16,66% (9 spotova: 8 domaće produkcije i 1 strane produkcije), *novokomponovane narodne muzike* - 9,25% (5 spotova), *starogradiske pesme i romanse i seriozne muzike* (po 3,70% ili po 2 spota). Uzorkovanim spotovima nisu obuhvaćene oblasti izvorne narodne muzike, džeza i bluza - koje su i inače u strukturi programa deficitarne.

Hijerarhija preferencija auditorija prema muzičkim klipovima (klasifikovanim po osnovnim muzičkim žanrovima koje prezentuju) gotovo je podudarna skali preferencija konzumenata prema pojedinim vrstama muzike (izvorna narodna i novokomponovana muzika je među najširim vojvodanskim auditorijem na prvom mestu po dopadljivosti, a zatim slede zabavna, disco i rok-muzika strane i domaće produkcije, te ozbiljna muzika) - posredno se može zaključiti da je žanrovska pripadnost muzičkog sadržaja izuzetno važna za dopadljivost i percepiranje muzičkih video-klipova.

Tako je više od jedne četvrtine auditorija (27,2%) izjavilo da im se najviše dopadaju spotovi domaće produkcije u kojima su prezentovani izvođači izvorne i novokomponovane narodne muzike. Tim spotovima ubedljivo preferiraju domaćice, poljoprivrednici i penzioneri (od 32,7% do 37,3%). Njihova naobrazba se kreće u okvirima elementarnog obrazovanja, u zreloj i starijoj su životnoj dobi, češće žene nego muškarci. S obzirom na to da smo utvrdili da je baš pomenuta struktura auditorija najmanje zainteresovana za muzičke video-klipove, plasiranje izvorne narodne, novokomponovane muzike i starogradskih pesama i romansi putem video-spota verovatno bi doprinelo da i

među tim Vojvođanima muzički klip postane popularnije sredstvo medijskog izražavanja.

Spotove u kojima su predstavljeni izvodači zabavne, disco i rok-muzike preferira 22,7% vojvodanskog auditorija i to u podjednakom broju ima onih kojima se najviše dopadaju oni domaće produkcije (11,3%) kao i gledalaca koji preferiraju pomenute spotove strane produkcije (11,4%). Pomenute domaće spotove preferiraju pripadnici svih socio-profesionalnih grupa a najviše učenici (22,2%) dok su među gledaocima kojima se najviše dopadaju muzički klipovi strane produkcije najbrojniji študenti (39,8% njih) ali i učenici (33,8%). Industrijski i srođni radnici, radnici u trgovini i uslugama podjednako su naklonjeni pomenutim spotovima i domaće i strane produkcije (po 13%). To su mahom mlađa lica (do 35 godina).

Gotovo je petina Vojvodana izjavila da im se dopadaju dobri spotovi (nezavisno od muzičkog žanra i produktionog porekla (18,2%). Ovaj odgovor je najtipičniji kod studenata (45,4%), rukovodećeg osoblja, stručnjaka i umetnika (38,2%), te radnika zaposlenih u upravnim i administrativnim delatnostima, kao i kod osoblja zaštite (33,6%). U najvećem broju slučajeva to su natprosečno obrazovani ispitanici sa fakultetom, a potom i sa srednjom stručnom spremom, takođe u proseku vrlo mlađi (do 35 godina), češće muškarci (52,6%) nego žene (47,4%). Među ovim ispitanicima valja videti prave ljubitelje muzičkih video-klipova koji pomenuti sadržaj osećaju kao posebnu medijsku vrednost i svojevrstan, izuzetno dopadljiv medijski oblik izražavanja.

Spotovima domaće produkcije u kojima su predstavljeni izvodači ozbiljne muzike naklonjeno je 1,5% Vojvodana, a istom muzičko-žanrovskom tipu spota strane produkcije 0,5% Vojvođana. Ove spotove preferiraju, više od ostalih, stručnjaci, umetnici, rukovodeće osoblje, učenici, penzioneri i domaćice. To su mahom lica u zrelom i starijem životnom dobu, većina fakultetskog ili srednjeg obrazovanja, češće žene nego muškarci (52,6% muškaraca, 58,8% žena).

Verbalna konstituenta spota

U domaćoj produkciji je 79,6% uzorkovanih spotova. U 83,7% domaćih spotova verbalni deo kompozicije je interpretiran na srpskohrvatskom jeziku, u 6,9% spotova na mađarskom, i u po 2,32% na slovenačkom, odnosno na makedonskom jeziku. U 4,64% spotova iz uzorka domaće produkcije nije registrovan verbalni nivo s obzirom da je u njima prezentovana čisto instrumentalna seriozna muzika. Verbalni sadržaji stranih spotova (20,37%) prezentovani su isključivo na engleskom jeziku, a gotovo su u potpunosti iz domena diskoprotekta i rok-muzike (90,9%).

Za više od polovine Vojvodana muzički video-klip je interesantan i kada ne razumeju jezik na kojem se kompozicija pева (53,6%). Čak 37,7% auditorija ističe da im ne smeta što ne razumeju tekst, do 15,9% žitelja Pokrajine ističe da im smeta što ne razumeju tekst, ali im je spot ipak interesantan. Za skoro petinu Vojvodana muzički video-spot nije interesantan ako ne razumeju jezik na kojem se kompozicija pева (18,5%). Potreba za razumevanjem prirodnog jezičkog nivoa muzičkog video-klipa direktno je kompatibilna sa obeležjem starosti tako da tome više teže stariji gledaoci dok je za sasvim mlade žitelje Vojvodine to gotovo irrelevantan nivo spota. Za pripadnice ženskog pola razumljivost prirodnog jezičkog nivoa muzičkog video-klipa je važnija nego za muškarce.

Gotovo trećina Vojvodana smatra da bi tekst muzičkih video-spotova trebalo prevoditi na njihov maternji jezik kako bi ga mogli bolje razumeti (31,1%). U tom kontekstu 21,3% ispitanika tvrdi da im je osim muzike i vizuelnog doživljaja veoma važno i značenje teksta, te ga zbog toga valja prevoditi. Za ovu varijantu potvrđnog odgovora odlučivali su se ispitanici svih socio-profesionalnih grupacija utvrđenih uzorkom, a najviše industrijski i srodni radnici, radnici zaposleni u trgovini i uslugama, upravni i administrativni radnici i osoblje zaštite.

Da bi to valjalo činiti zbog toga što im filmska priča ne objašnjava dovoljno sadržinu teksta smatra 6,6%

Vojvodana, među kojima dominiraju stručnjaci, umetnici i rukovodeće osoblje i studenti. Za prevodenje tekstova muzičkih video-spotova pre svega zbog toga što filmska priča često nema jasne veze sa verbalnim značenjem teksta kompozicije - zalaže se 3,2 % žitelja Pokrajine među kojima su najbrojniji opet stručnjaci i umetnici.

Uopšte uzev, za prevodenje verbalnog sadržaja muzičkih video-spotova zalažu se pripadnici svih socio-profesionalnih grupa u većem ili manjem broju, ali je važno naglasiti da su ta lica mahom u zrelog životnom dobu (45 godina i starija) i znatno češće žene nego muškarci.

Da tekst muzičkih video-spotova *ne treba prevoditi* smatra, takođe, jedna trećina Vojvodana (33,5%). Neki u tom smislu ističu da ih „ne interesuje tekst“ (15,8%). Naročito je taj stav izražen među studentima kao i među upravnim i administrativnim radnicima i osobljem zaštite, većinom osnovnog i srednjeg obrazovanja. Da to ne treba činiti zbog toga što „filmska priča i muzika dovoljno jasno govore sami za sebe i objašnjavaju ono o čemu se govori u tekstu“ - smatra 17,7% Vojvodana. Ovaj stav je zastupljen više kod učenika, stručnjaka i umetnika.

Vojvodani koji smatraju da verbalni nivo muzičkih video-spotova ne treba dekodirati (prevoditi na njihov maternji jezik) mahom su mladi (s gornjom granicom od 45 godina života), većinom srednjeg ili fakultetskog obrazovanja i znatno češće muškarci nego žene.

Konstituente spota i preferencije

Muzički video-klip kao imanentne konstituente sadrži vizuelni i muzički sloj (konstante), dok se verbalni sloj javlja kao varijabilna (neobavezna) konstituenta u zavisnosti od toga da li je muzička numera prezentovana spotom samo instrumentalnog karaktera, ili ima i govorno-jezički sloj. Najveći broj Vojvodana poklanja podjednaku pažnju svim konstituentama muzičkog video-spota (i vizuelnom i muzičkom i verbalnom nivou) kada gleda pomenute sadržaje (33,5%).

Izvestan broj Vojvođana u pomenutom smislu preferira *muzički nivo* (12,9 %), *filmski* (vizuelni) - 5,4 %; *muziku i tekstu podjednako* - preferira 4,3 % ocenjenog auditorija; *filmском и вербалном ниву подједнако* - pažnju poklanja 2,1 % Vojvođana, dok posebnu pažnju *verbalnom nivou* muzičkog spota posvećuje samo 0,9 % žitelja Pokrajine.

Dok gleda muzičke video-spotove naročitu pažnju posvećuje *verbalnom nivou kompozicije* (tekstu koji se peva) samo 0,9 % Vojvođana. Globalno posmatrajući odnos auditorija prema pojedinim osnovnim konstituentama muzičkog video-klipa uočavaju se osnovne tendencije i preferencije u njihovom percepiranju. Za ispitanike ženskog pola, češće su nego muškarcima, prilikom gledanja muzičkih spotova, jednako važni i filmska naracija i muzika i verbalni sadržaj, ako ga ima. Kada su u pitanju pojedini nivoi (konstituente spota), samo filmском sadržaju, odnosno samo verbalnom (tekstualnom nivou kompozicije vizualizovane spotom) - nešto češće posebnu pažnju posvećuju žene nego muškarci. Muškarci, naročito mladi, u pomenutom smislu preferiraju samo muziku.

U binarnim kombinacijama u kojima je filmski nivo (vizuelni deo spota) posmatran kao konstanta uz varijable - muzika/tekst: za varijantu *filmski sadržaj i muzika* češće su se opredeljivali muškarci no žene i, u proseku gledano, mlađe do sredovečne starosne dobi. Za varijantu: *filmski sadržaj i tekst* znatno češće su se opredeljivale žene nego muškarci, zrelije i starije životne dobi. Binarna kombinacija: *muzika i tekst* - kao sadržaji video-spota kojima se pri gledanju posvećuje posebna pažnja - tipičnija je za muškarce i to zrelije.

Gotovo polovina Vojvođana muzičke video-spotove doživljava prevashodno kao *primarno estetsku kategoriju* (43,2 %) dok se upola manji broj žitelja Pokrajine u izboru dominantnog stava o muzičkim video-klipovima opredeljivao za neku od varianata iz grupe *primarno etičkih vrednosti* (21,5 %). Za najveći broj Vojvodanskog življa „muzički video spotovi predstavljaju sklad muzike, teksta i filmske priče iskazan na način koji se dopada mladima“ (20,6 %).

U strukturi auditorija koji se opredeljiva o za *primarno estetske stavove* o muzičkim video-klipovima dominiraju studenti i učenici kao i radnici zaposleni u industriji, trgovinama i uslužnim delatnostima, mahom elementarnog i srednjeg obrazovanja, mlađi i nešto zreliji (gornji limit je 40 godina), daleko češće muškarci nego žene.

Za *primarno etičke stavove* o muzičkim video-spotovima naročito su se zalagali stručnjaci, umetnici i rukovodeće osoblje, kao i radnici u upravnim i administrativnim delatnostima i osoblje zaštite uz gotovo potpuno odsustvo učenika i studenata. Mahom su srednjeg i visokog obrazovanja, zreliji, odnosno stariji, daleko češće žene nego muškarci.

Emocije i raspoloženja u spotu

U najvećem broju spotova obuhvaćenih uzorkom *ljubav* se javlja kao osnovna emocija (44,44 % spotova): u 38,88 % spotova reč je o ljubavi među polovima, dok se u 5,5 % spotova ljubav uopšte javlja kao osnovno emocionalno stanje. *Čulnost i erotika* dominantni su u 25,92 % uzorkovanih spotova. U po 5,5 % spotova kao osnovno raspoloženje (emocionalno stanje) javlja se: *čežnja i nostalgija; sreća; strah; gnev*. U 3,70 % spotova dominantni su *tuga i neraspoloženje*, dok je u po 1,85 % spotova dominantno *nezadovoljstvo*, odnosno *zadovoljstvo*.

Gotovo u svim klipovima u zavisnosti od osnovnog „tona“ muzičke numere, njene tematike, pa do modusa njenog vizuelnog ubličavanja - postoji čitav niz nijansi emocija i raspoloženja. Njihov broj po pravilu raste s usložnjavanjem nivoa vizuelne obrade spota i porastom broja aktera, tako da i kvalitetom (vrstom) i brojem dominiraju među spotovima realizovanim kao mikrodramaturške celine.

Ljubav, kao i čulnost i erotika najčešće su izraženi u spotovima u kojima je prezentovana disco i rok-muzika, novokomponovana muzika i zabavna muzika. Čežnja, nostalgija, sreća, zadovoljstvo - najčešća su emocionalna stanja u spotovima kojima je prezentovana starogradska pesma i romansa, zabavna i seriozna muzika.

„Asortiman negativnih emocija“: gnev, strah, tuga, neraspoloženje, nazadovoljstvo - manifestovao se najčešće u spotovima u kojima je prezentovana diskо i rok-muzika.

Vizuelna konstituenta spota

U uzorku za analizu sadržaja je najveći broj spotova (44,44 %) realizovanih kao mikrodramaturška celina, „mala filmska critica“ - fundirana scenarijem i vizuelnom naracijom. To su u pravom smislu reči muzički video-klipovi kao poseban vizuelno-medijski oblik prezentacije muzičkih sadržaja. Od toga 58,33 % je domaće, a 41,66 % strane produkcije - svi mahom iz domena diskо i rok, a potom i zabavne muzike. Ti spotovi domaće produkcije su, međutim, iz ranijeg perioda (osamdesete godine) - kada se u Televiziji Novi Sad više negovao pravi oblik muzičkog video-klipa (I).

Među uzorkovanim spotovima skorije domaće produkcije (1987/88) - dominiraju, međutim, drugi oblici realizacije i to:

II na bazi „hroma-ki efekta“: u zatvorenom prostoru na bekraundu se projektuje vizuelna komponenta - obično intenzivna boja s projekcijom elemenata, predmeta... pa se na takvoj „podlozi“ snimaju akteri spota (11,11 % spotova);

III kao snimak izvodača u studiju u okviru odgovarajuće emisije je bez posebnog scenarijsko-dramaturškog osmišljavanja (24 % spotova);

IV kao snimak izvodača u eksterijeru, bez posebnog scensko-dramaturškog osmišljavanja (14,8 % spotova);

V kao snimak izvodača sa koncerta ili manifestacije (3,70 % spotova);

VI kao kombinacija nekih navedenih modaliteta (1,85 % spotova u stranoj produkciji).

Analizirani su osnovni elementi vizuelnog nivoa spota (akteri, „glavni lik“, osnovne aktivnosti, osnovne emocije i raspoloženja, ambijent - po vremenskoj usmerenosti radnje i po lokaciji, socijalni kontekst, i u

vezi sa tim personalna interakcija, kostimografske datosti, kompatibilnost verbalne i filmske naracije, priroda vizuelnog sadržaja - radnje spota) i ustanovljena pozitivna korelacija gotovo svih pomenutih konstituenti vizuelnog nivoa spota s nivoom realizacije spota (I-IV). Tako su svi pomenuti vizuelni elementi spota i kvantitativno i kvalitativno uz seriju nijansi - najizraženiji u spotovima realizovanim kao mala filmska crtica s izraženom scenarijsko-dramaturškom osnovom. U tom smislu odmah slede spotovi realizovani na bazi „hroma-ki efekta“ kao i spotovi realizovani kao snimak izvodača u eksterijeru. U „studijskoj enterijernoj varijanti“ spota kao i u spotovima realizovanim kao snimak izvodača sa koncerta (poseban vid scensko-studijske prezentacije) elemente vizuelnog nivoa i njihove korelacije susrećemo mahom u rudimentarnim oblicima, u suženom obimu i vrsti. U tim spotovima mnogi od pomenutih elemenata vizuelne konstituente spota nisu ni zastupljeni.

Aktivnosti i akteri

Prisustvo muzičkih instrumenata gotovo bez presedana je obeležilo sve „studijske varijante spota“ iz oblasti diskoprotekta i rok-muzike, a mahom su u funkciji „sviranja“ kompozicije na „plejbek“, ili pak samo kao obeležje „delatnosti“ i imidža bez njihove upotrebe u izvodačke svrhe. U spotovima realizovanim kao mala filmska crtica - prisustvo muzičkih instrumenata na vizuelnom planu je fakultativno i sporadično i uglavnom je u funkciji dekorativnog rekvizita u mizanscenskom prostoru. Na njima se rede „svira“ muzika prezentovana spotom, ali je zato registrovan čitav niz drugih aktivnosti. Viši nivo realizacije spota (I) povlači sobom veći broj različitih aktivnosti koje su obično u asocijativnoj funkciji narativno-verbalnog nivoa spota i stvaranju atmosfere adekvatne osnovnom raspoloženju muzičke numere. Najmanji broj vrsta aktivnosti (do 5 u jednom spotu) zabeležen je baš u „studijskoj varijanti“ spota, dok je njihov najveći broj (50 i više u jednom spotu) registrovan u spotovima realizovanim kao mala filmska crtica. S obzirom na to da je većina „klipova“ složenije obrade

vizuelnog nivoa spota, a u kojima je i registrovan najveći broj i najširi spektar raznovrsnih aktivnosti (163), iz domena diskop i rok muzike - jasno je da je i dijapazon najčešćih aktivnosti iz „fundusa“ svakodnevice i ponašanja mlade tinejdžerske generacije. Valja napomenuti da je većina tih aktivnosti iz domena „slobodnog vremena“ s izraženom zabavno-erotskom komponentom, dok je registrovan gotovo zanemarljiv broj aktivnosti iz domena obavljanja radnih zadataka, kreiranja i stvaralaštva.

Vrste aktivnosti aktera i glavnih likova spota najizraženije se diferenciraju po polnoj pripadnosti. Osim brojnih i raznovrsnih aktivnosti koje su zajedničke za pripadnike muškog i ženskog pola - registrovan je i spektar izraženog diferenciranog ponašanja tipičnog za „muškarčine“ s jedne strane, pa do skale ponašanja žene primarno shvaćene u estetsko-erotskoj funkciji. Zapaženo je da su ti oblici ponašanja i aktivnosti diferencirani po „kompetenciji biološkog pola“ vrlo često u neposrednoj dramaturškoj funkciji razvijanja osnovne radnje spota. Tako je u skali tipično muškog ponašanja registrovano: sviranje na instrumentima s naglašenom falusnom gestikulacijom i asocijacijom; agresivnost izražena kroz brutalne tuče, „baratanje“ vatrenim i hladnim oružjem, demoliranje predmeta i objekata; eksplozivnost i fizička snaga kroz takmičenje i borbu; najčešće dominiranje u odnosu sa ženom - davalac je osnovnog tona i iniciator mahom u vezi s planom erotike i čulnog kontakta. S obzirom da je u značajnom broju spotova, u kojima je prezentovana diskop i rok-muzika, funkcija žene vidno sužena na nivo estetskog i erotskog - skala njenog ponašanja mahom je svedena na isticanje njene lepote i erotskih draži bilo da je predstavljena kao žena koju osvajaju ili žena koja osvaja („vamp“). Tu je obuhvaćena skala situacija i ponašanja vezanih za intimu (od kupanja, odevanja, razodevanja, šminkanja, do vođenja ljubavi) kao i atraktivno - ženstveno ponašanje na javnim mestima.

Radi se naime o prastarom modelu muško-ženske korelacije romantičarske vokacije u kojima je osnov za diferencijaciju i privlačnost - zaoštrena razlika između polova manifestovana u osnovni kroz seksualnost:

"ekstremna muškost - ekstremna ženskost" koja podrazumeva snažnog muškarca zaštitnika, vođu, inicijatora.../ ženu senku, nežnu, bespomoćnu, prefinjenu, lepu, odanu, podatnu. S druge strane izvestan broj spotova donosi potpuno obrнуту situaciju - u kojoj "ženskost" kao agresivna erotika dominira i vlada nad "zbunjrenom" muškošću. U osnovi i ova situacija je samo drugi oblik izražavanja istog modela muško-ženskih odnosa manifestovanog kroz svojevrsnu "negaciju".

Najveći broj aktera, kao i različitost aktera po polu i vrsti - dominantni su u spotovima iz oblasti diskopop i rok-muzike realizovanim kao mikrodramaturška celina sa posebnim scenarijem i filmskom naracijom. Samo se u tim spotovima kao akteri javljaju osim odraslih pripadnika muškog i ženskog pola, još i deca, životinje i "konstrukti".

Pripadnici muškog pola, i kao akteri i kao glavni likovi, u brojčanom pogledu izrazito dominiraju u muzičkim video-klipovima posebno u domenu diskopop i rok-muzike.

Po pravilu veći stepen kompatibilnosti osnovnih aktivnosti "glavnih likova" i ostalih aktera spota konstatovan je u spotovima realizovanim kao mala filmska crtica.

Međutim, akteri spota vrlo često nemaju osnovnog saznanja o scenskom pokretu, a uz to su vrlo nekultivisanog "prirodno-spontanog" ponašanja i ophodenja krajnje nekompatibilnih s verbalnim slojem kompozicije. To se naročito primećuje u spotovima domaće proizvodnje, nezavisno od muzičkog žanra koji je njima prezentovan. Stoga je sasvim jasno da realizacija spota zahteva i izvestan rad s akterima na planu scenskog pokreta i načina oblikovanja adekvatne personalne interakcije.

Socijalni kontekst

Predmet analize vizuelnog dela spota bio je i socijalni kontekst. Analiziranjem personalne interakcije utvrđeni su njeni osnovni trendovi i korelacija sa nivoom vizuelne relacije spota. Samo se u malom broju spotova kao akter

pojavljuje jedna ličnost koja je istovremeno i izvođač muzičke numere (7,40% spotova iz domena domaće zabavne muzike, realizovani na „hroma-ki podlozi“ i po 1,85% spotova iz domena starogradske pesme i seriozne muzike realizovanih kao „studijska varijanta“).

U svim ostalim spotovima (92,59%) akteri su dva i više lica. Po pravilu, u „studijskoj varijanti spota“ svi akteri su istovremeno i izvodači muzičke numere. Među njima je registrovana oskudna, jednostavna mimičko-gestikularna interakcija (mikro-interakcija) potpuno nezavisna i nekompatibilna s verbalno-narativnim slojem interpretirane muzičke numere. Gotovo je identična situacija i u spotovima realizovanim na „hroma-ki podlozi“ s tim što se u ponekima od njih kao elemenat mikro-interakcije javlja i grupni ples aktera. I u spotovima realizovanim kao snimak izvođača na rok-koncertima ili kao kombinacija efekata sa „hroma-ki podloge“ i snimka s koncerta rok-izvođača - personalna interakcija ostaje u mikrookvirima (samo između izvođača muzičke numere i to opet u opsegu oskudne, uprošćene mimičko-gestikularne pantomimske leksike uz elemente plesnog izražavanja). Među spotovima realizovanim kao snimak izvođača u eksterijeru registrovana je personalna interakcija samo u mikrookvirima (između neposrednih izvođača numere) iako je bilo mogućnosti da se razvije mikropersonalna komunikacija sa ostalim akterima spota (s prolaznicima, ljudima iz odgovarajućeg ambijentalnog okruženja). Ista situacija je zabeležena i u 32,55% spotova domaće produkcije realizovanih kao mikrofilmska crtica.

U 3,70% spotova realizovanih kao snimak izvođača u eksterijeru, kao i u 18,5% spotova snimljenih kao mala filmska crtica - registrovana je i uslovno nazvana makropersonalna interakcija s licima koja nisu izvodači muzičke numere, ali se javljaju u ambijentalnom kontekstu vizuelnog nivoa spota. Ta interakcija je mahom delimična i vezana je samo za pojedine sekvene spota.

Oblici tih interakcija većinom su vezani za obavljanje zajedničkih aktivnosti koje po pravilu nemaju nikakve direktnе veze sa verbalno-narativnim slojem spota. Obim

i vrsta personalnih interakcija kako na mikro, tako i na makroplanu, rastu proporcionalno nivou obrade vizuelnog dela spota - tako da su i kvantitativno i kvalitativno najizraženiji u spotovima realizovanim kao mikrodramaturška celina s malom filmskom crticom.

Ovu poslednje pomenutu vrstu spota po pravilu karakteriše i artificijelan kostim kao posebno obeležje „glumca“ - aktera ili glavnog lika koji vrši neku aktivnost u filmskoj naraciji.

U većini spotova „studijske varijante“, a pre svega u onima u kojima je prezentovana novokomponovana narodna, a potom i zabavna muzika - kostim svojom uočljivom neprimerenošću muzičko-verbalnom sloju, iako u osnovi nije artificijelan - deluje „pomereno“ i neadekvatno i često je primer lošeg ukusa i kiča. Mahom se zasniva na prezentaciji malogradanskog lažnog sjaja i „poslednjeg modnog krika“ po svaku cenu, bez obzira na prikladnost, ili je u funkciji nesuvise „jeftine“ erotске štimulacije - što sve skupa nema nikakve veze s interpretiranim muzičkom numerom.

Lokacija ambijenta

Lokacija (enterijer, eksterijer, priroda...) i vrsta ambijenta, i u kvalitativnom i u kvantitativnom pogledu dominira u spotovima realizovanim kao mala filmska crtica.

Enterijer spotova lociran je isključivo u *urbanim okvirima*; najčešće je to javno mesto ili objekat (hotel, kafić, restoran, TV salon, disco-klub, sportska dvorana - hala, bioskop...) savremeno opremljen komforan stambeni prostor.

Eksterijer spotova vezan je i za urabani i za ruralni okvir, kao i za samu prirodu. Eksterijer spotova realizovanih u urbanim okvirima najčešće je ulica ili šetalište, stadion, park, zoološki vrt, otvoren sportski objekat, krovovi zgrada, dvorišni prostor između zgrada, dvorište vojne kasarne, predgrade, ruševine, železnička stanica. Eksterijer spotova iz ruralnog okvira većinom je vezan za domaćinsko dvorište, okućnicu i „sokak“ (ulicu).

Eksterijer spotova ambijentalno lociran u prirodi najčešće čini: livada, pašnjak ili polje, šuma, reka, more, hipodrom; prerija i pustinja. Po logici stvari jer je tehnički najizvodljivije - najveći broj ambijenata i njihovih „promena“, bilo iz urbanog ili ruralnog okvira (eksterijernog/enterijernog karaktera) ili pak iz prirode uopšte - zabeleženi su u spotovima realizovanim kao mikrodramaturška celina u vidu male filmske crtice.

U daleko najvećem broju spotova *ambijent po vremenskoj usmerenosti* je vezan za savremen trenutak (prezent) 90,7 %. U 3,70 % spotova u kojima je prezentovana domaća zabavna muzika a koji su realizovani na „hroma-ki podlozi“ - ambijent po vremenskoj usmerenosti je bio neodređen (imaginaran, nedefinisan). U 1,85 % spotova strane i 1,85 % spotova domaće rok-muzike ambijent po vremenskoj usmerenosti bio je vezan za savremen trenutak i prošlost, dok je u 1,85 % spotova strane rok-muzike ambijent po vremenskoj usmerenosti vezan za prošlost i budućnost. Lokacija ambijenta u spotovima pomerenim iz ose savremnog trenutka (desant) vezana je za:

- a) asortiman ambijenta iz prošlosti (pećine, razrušeni manastiri i njihova okruženja, gubilišta, svetilišta...), kao i
- b) asortiman ambijenta budućnosti (kosmički brodovi, kosmodrom, napuštena kosmička naselja...).

U tim spotovima i samom lokacijom ambijenta kao i „likovima-konstruktima“, te kostimom - potcrtan je fenomen evazije u daleku prošlost, odnosno budućnost - elementima fantastike.

Pomeranje lokacije ambijenta iz ose prezenta (u past, odnosno futur) kao i kombinacije navedenog, manifestovala se - što je prirodno s obzirom na tehničke mogućnosti - samo u spotovima realizovanim kao mikrofilmska crtica sa scenarijsko-dramaturškom fundacijom.

Hroma-ki podloga pokazala se izrazito delotvornom u stvaranju utiska nedefinisanog, imaginarnog lokusa ambijenta spota.

Lokacija ambijenta spota u odnosu na ostale vizuelne elemente spota po pravilu je najmanje kompatibilna s verbalno-narativnim i muzičkim nivoom spota. Ta kompatibilnost ako se sporadično i pojavi, nikada nije manifestnog, već uvek asocijacijskog karaktera. Mestimična kompatibilnost asocijacijske prirode između lokacije ambijenta i verbalno-narativnog nivoa spota svojstvena je spotovima realizovanim kao mini filmska crtica.

Kompatibilnost verbalne i vizuelne naracije

U najvećem broju uzorkovanih spotova (51,85 %) ne postoji kompatibilnost verbalne i filmske naracije. U svima njima priroda vizuelnog sadržaja spota je manifestnog karaktera. Potpuna nekompatibilnost verbalne i filmske naracije zabeležena je u svim „studijskim varijantama spota“ i u izvesnom broju spotova realizovanih kao snimak izvodača u eksterijeru kao i na hroma-ki podlozi.

U uzorkovanim spotovima nije zabeležen nijedan slučaj potpune, eksplicitne kompatibilnosti - „poklapanje“ verbalne i filmske naracije - odnosno pokušaja celovitog transponovanja verbalne strukture u vizuelnu strukturu, jezikom filmske naracije. Postojanje imputne asocijativne kompatibilnosti - odnosno delimično „poklapanje“ verbalnog i filmskog narativnog sloja zabeleženo je u 44,44 % spotova. Od toga je u 27,77 % spotova priroda vizuelnog sadržaja manifestno-asocijativnog, a u 16,66 % spotova - manifestnog karaktera.

Odlika većine uzorkovanih spotova realizovanih kao mini filmska crtica (38,88 %) je postojanje delimične, imputno-asocijativne kompatibilnosti verbalne i filmske naracije što se očituje i kroz prirodu sadržaja osnovnih vizuelno izloženih aktivnosti i radnji spota koji su u njima mahom manifestno-asocijativnog ipa. Asocijativni plan vizuelne naracije je u pomenutim spotovima dvojnog karaktera:

- a) u elementima u kojima se asocijativni plan „poklapa“ s verbalnim narativnim slojem - „sužava“ se njegova

asocijativna mreža konotacije samim izborom sadržaja i načina njegove vizuelizacije;

b) u elementima u kojima se asocijativni plan ne poklapa i ne prati verbalno-narativni sloj - stvara se nova, znatno šira asocijativna mreža konotativnog koja se retroaktivno "vraća" verbalnom bogateći ga novonastalim asocijacijama i doživljajima.

Otuda najsnažniji utisak ostavljaju spotovi u kojima je prezentovana disco i rok-muzika jer su baš oni u najvećem broju realizovani u vidu male filmske crtice.

Kompatibilnost vizuelne i verbalne naracije mahom pozitivno korelira s nivoom realizacije spota - tako da je najčešća i najtipičnija u spotovima priređenim u vidu male filmske crtice. Jasno je, stoga, da je pomenuta kompatibilnost retko beležena među spotovima drugih oblika realizacije (na bazi hroma-ki efekta, studijske varijanta...) a kojima su najčešće prezentovane numere domaće zabavne i narodne muzike.

U većini slučajeva spot domaće produkcije TVNS, naročito skorijeg datuma proizvodnje (1987/88), ne sadrži većinu komponenti i potrebne korelacije vizuelnog nivoa koje bi muzički video-spot, kao forma medijske prezentacije muzičke numere, trebalo da ima. Najveća slabost "spot varijanti" domaće produkcije je nedostatak minimalne kompatibilnosti verbalne i filmske naracije. U vizuelnoj komponenti, kao poseban nedostatak koji prati sve domaće spotove - ističe se nedostatak adekvatnog kultivisanog ponašanja i deljenja aktera spota u smislu vladanja scenskim pokretom i prostorom (kako? šta? kada? na koji način izraziti odgovarajući sadržaj telesnom manifestacijom). Naročito u spotovima u kojima je prezentovana novokomponovana i zabavna muzika kao poseban nedostatak ističe se neprimeren kostim.

Smatramo da nije potrebno posebno objašnjavati, s obzirom na to da se radi o sadržajima javno-medijske prezentacije - da u spotu uopšte, pa i u muzičkom video-klipu, kategoriji "ličnog nahodenja" nema mesta i da nije "privatna stvar" aktera kako će delovati kao "scenska pojava". U produkciji domaćeg video-spota

smatramo da je neophodno povesti više računa o kultivaciji i izboru adekvatnog „scenskog pokreta“ kao i o kostimu - što je dakako u kompetenciji programskih poslenika.

S druge strane, analiza stavova auditorija jasno ukazuje na to da su muzički video-klipovi osvojili simpatije širokog, naročito mlađeg vojvodanskog dela i da se na te sadržaje u strukturisanju, pripremanju i emitovanju televizijskog programa može računati - s aspekta dopadljivosti u auditoriju.

Radoslav Lazić

ESTETIKA RADIO-DRAMATURGIJE I REŽIJE

*Razgovor s rediteljem i dramaturgom Radio-Ljubljane
Igorom Likarom*

Šta je predmet radio-dramske režije?

Mislim da je predmet radio-dramske režije, jednostavno, dubinska slika zvuka (ili dubinska tematizacija zvuka) i njegovih karakteristika. Zvuka kao registratora, kodifikatora ili modifikatora određenih odnosa u prostoru (i konfliktnih kretanja) ili određenih zvučnih signala ili celovitih saopštenja.



Igor Likar, reditelj i dramaturg

Predmet radio-dramske režije nije tekst, ni ideja, ni zvuk sâm, ni bavljenje nosiocima zvuka i za to potrebnom tehnologijom, već jednostavno, jasno posredovane i značajne čujne plastike događanja (u nekom prostoru obuhvaćenih saopštenja i značenja) i njihove dubinske osetne materijalne (u ovom slučaju akustične) okolnosti.

Radio-dramska režija je prenos ili rekonstrukcija napetosti zvuka određenog prostora i povezivanja izvora zvuka u osmišljenu dubinsku sliku. I u njoj glumca u akciji, muzičkog instrumenta u odnosu prema mikrofonu, prostora i drugih instrumenata u njemu, šumova itd.

U tome je izuzetno važno određivanje značaja redosleda nosilaca značenja (poruka), to jest izdvajanje značenja koja izražavaju i nose određeni zvuci (nosioci zvuka).

Mizanscen glumčeve akcije i artikulacija i naglašavanje značenja teksta postavljaju, naime, samo jedan, premda često najvažniji deo dubinske slike zvučnog prostora.

Planovi režiranog zvučnog prostora slušaocu otkrivaju dubinsku značenjsku artikulaciju. Izbor planova sugerise intersubjektivnu situaciju nastajanja psihičke slike u slušaocu.

Koji je osnovni zadatak radio-dramskog reditelja?

Sasvim sigurno to je rekonstrukcija i dubinska analiza značenja i zvukova (na nivoima akustike) određenog prostora. Kada i kako će time biti obuhvaćena glumačka akcija s tekstrom, fon muzike itd. stvar je određivanja koordinata značenjsko-slušnog prostora.

S tim u vezi javljaju se neprestana pojednostavljenja zvučne slike na nivo operativnosti metoda stereja, kvadrofonije itd. Ovo su često nesvesni i samo spoljno, formalnoj atraktivnosti usmereni postupci i upotrebe zvučnog prostora događanja zvuka. Ta pojednostavljenja kvare (za slušaoca) čujnost prostora do granica automatizma ili teže njenom namenskom izigravanju.

Pri tome se rediteljeva sposobnost imaginacije ostvaruje zapravo kao sposobnost planske analize i rekonstrukcije osnovnog zvučnog ambijenta koga oblikuje kao estetski značajan i osetno jasan prostor.

U kakvom odnosu su radio-dramska režija i druge medijske režije (drama, opera, film, televizija)?

Budući da iza sebe imam iskustva režije kako na filmu, televiziji, u pozorištu tako i na radiju, budući da sam učestvovao u realizaciji plesnih i muzičkih predstava, o ovome mogu da govorim. Mislim da inače postoje specijalizacije s obzirom na sredstva i tehnologiju i da industrija informacija (i estetskih) ove razlike još pojačava. Ali, u izvornom značenju uloga reditelja - horega, koji rekonstruiše smisao (slike, zvuka itd.) nedeljiva je. Materijalizacija određene vizije, odnosno rekonstrukcije prostora smisla treba da u osnovi ima isto ishodište: artikulacija prostora kroz određeni medij ima iste prepostavke - mora da simuliše uslove telesne ili gorovne akcije kao smisaone i označujuće u dramaturgiji dubine prostora.

Režija je zapravo simulacija prostora neke realne ili zamišljene akcije (gorovne ili fizičke) prema prostoru drugih. Pri tome su samo definicije prostora različite (akustička dubina radija, slikovna dubina na filmu, arhitektonska dubina u pozorištu). Zato je radio-dramska režija samo po definiciji prostora različita od drugih, ali je smisao držatutrgije prostora (odnosno dubinske slike prostora) podjednak i kod drugih medijskih režija. Treba poznavati samo tehnologiju saopštavanja i govora uključenih u ovaj prostor kao i specifičnih izražajnih elemenata.

Kako je moguća estetika integralne režije?

Kakvo je naše interistorijsko iskustvo o samom našem vremenu? O vremenu audiovizuelne medijske kulture, o vremenu tehnologija i medija saopštavanja? Svet doživljavamo na način *par pro toto*. Već nekoliko decenija u naše predodžbene sudove mešaju se tehnologije pripovedanja u razvojnu, koje su diktirala odredena otkrića u svetu nauke i koja su potom bila prenesena u upotrebljene tehnologije medija saopštavanja. Isto tako, na našu svest o nama samima nesumnjivo veliki uticaj uvek iznova ima položaj čoveka-tvorca-pripovedača u vremenu i prostoru ovog

novonastajućeg vremena kibernetike i informatike (a time i novog kulturnog horizonta).

Ovo metonimijsko doživljavanje sveta *pars pro toto* danas je interpolirano čak i u tehniku priovedanja i, prema tome, ono je deo naše trenutne tehnologije saopštavanja. Tako nas spotovi, plakati, vizuelne i zvučne poruke reklama, signali koji napadaju naš duhovni integritet još više uživljavaju u svet fragmentarizacije (fragmentarizovane svesti). I to na takav način da za nas još uvek prividno predstavljaju celinu (nose naboј „celine“) koji uistinu već odavno ne poznajemo.

Interistorijsko iskustvo XX veka je prag čovekove prijemčivosti sopstvenog položaja, odnosno zavisnosti od kulture medija, prenelo daleko napred - i toj zavisnosti možemo se odupreti samo insistiranjem na svesti o celini, odnosno, možemo bolje upoznati promenjenog sebe samo time da se okušamo u obikovanju „integralne“ svesti (ili svesti „integralnog“) - upravo zbog istinskog osećanja ugroženosti, zbog procesa dezintegracije.

Ova svest integralnog znači to da određenu činjenicu više nećemo posmatrati kao celinu (izjavu, radnju itd.) bez uticaja na celinu ostalih odnosa, već da u njoj odmah prepoznajemo celinu, odnosno intenciju za celinom (intenciju celine?).

Zato, svakako, posebno verujem u pokušaje estetike, u takozvane, kako vi kažete, „integralne režije“, premda znamo da je svako klasifikovanje metoda i udruživanje nasilno (kao i svaka dedukcija, znači redukovanje celine delova na deo nove celine). Pri tome je svejedno da li neko vidi budućnost ovakve estetike u metodama semantike ili fenomenološke hermeneutike.

Ali, da se vratim „svesti integralnog“. Kao što ona s jedne strane predstavlja efikasno i racionalizovano razumevanje „totalne“ komunikacije i njene suštine, s druge strane donosi veliku opasnost čije su posledice očigledne u fragmentarizovanoj logici svih tehnika ovih savremenih poetika saopštavanja (i u njihovom „cehovskom“ delovanju bez međusobnih „dodira“).

Istovremeno, time se otvara i drugo pitanje: razvoj i specijalizacija u medijskim izražajnim tehnikama danas tržište zasipaju fragmentarnim, kvaziumetničkim formama i porukama, kod kojih se često radi samo o konjunktturnim tehnicizmima, u posredovanju tih „proizvoda“ područnih specijalizacija za traženje komercijalnih rezultata, a ne samo estetsko-prijemčivih. A kamo li da se bave integralnom poetskom semantikom celovitim estetskim (medijskim) poruka. Poznavaoci tehnoloških novosti u širenju horizonta novih medijskih mogućnosti postaju tajanstveni magovi, premda su to samo zahvaljujući poznavanju tehnoloških novosti, a ni najmanje zbog svojih izvornih autorskih poetika.

Mogućnosti pravih stvaralaca koji estetske nivoe nekog događaja oblikuju „integralnim“ tipom mišljenja za sada su još male (npr. u video-artu preovladavaju „tehnički magovi“ koji poetiku vrste /kvazipoetiku/ zasnivaju baš na dostignuću tehničkih, elektronskih prednosti videa nad filmom - na triku, na dvojnim ekspozicijama) i shvatanje eksperimenta potpuno podređuju operativnim tehničkim mogućnostima. Danas je cenjeniji videast koji će pre doći do određenih operativnih znanja (savlađujući pojedine sasvim tehničke mogućnosti) i uzdići na nivo distributivne tehnike umetnosti, iako ne poznaje nikakva poetska načela i zakonitosti žanra.

Međutim, perspektive verovatno ne treba tražiti u pravcu integralnih režija i intermedijalnih povezivanja, kad reditelj bude u mogućnosti da u kolektivnom radu upotrebi znanje i tehnologiju te vrste.

Pogledajte kakve mogućnosti se otvaraju pozorišnoj predstavi s osmišljenim uvođenjem holografskih prizora ili, na primer, zvučnih rekonstrukcija dijalogu uz plesnu tematizaciju s pokretom, video-planovima (svakako, uz prepostavku da ova sredstva nisu sama sebi cilj, već da imaju jako pokriće u dramaturgiji projekta). Nigde nije rečeno da pozorišna iluzija u pozorištu XXI veka neće biti u stanju da smisalo resorbuje postignuća npr. kinestetičke, filmske umetnosti ili umetnosti radio-drame.

Samo rekonstruisan (ili prostorno instalisan) prostor „drame“ kao doživljavanje transfera između pozicije

individue i stanja u kolektivu; samo ovaj tlocrt duhovnih napetosti omogućava publici identifikaciju u kolektivno-ritualnom događaju, kakav je skriven u pozorišnoj predstavi, premda je često degradiran i alternisan u jednostavno komercijalizovano zadovoljavanje potrebe za komunikacijom.

Istina je da nas sveopšta preplavljenost fragmentima (fragmentarizacijom), proizvodima masovne kulture, s kojima se suočavamo u ovom *humus humana*, ispunjava skepsom da li je uopšte mogućna preglednost, da li je uopšte mogućno postići sklad, ono jedinstvo između suštine čovekovog sveta i njega samog, da li je mogućno postići smisao i harmoniju i kroz ovaj karneval otudenosti u tehnologiji. Ili je odavde nadalje izvorni nov stav zapravo - neprestana otudenost prema nama samima.

Ipak mislim da se otvaraju velike mogućnosti za intermedijalno udruživanje medijskih iskustava i pojedinačnih tehnika saopštavanja u novu celinu. Svakako, uz to se smisaono mora menjati i ono što bi ovaj novi tlocrt ubeležilo, odnosno omogućilo onaj suštinski preduslov „događaja“ koji u određenom medijskom prostoru ubeležavaju konfliktne, odnosno dramske *napetosti: tekst - scenario*.

Koji su osnovni problemi radio-dramaturgije danas?

Najpre mislim da za radiofonski medij dolazi vreme kad će se ponovo definisati čujnost, odnosno, kad će se ponovo potražiti onaj kontekst čujnosti u kojem će čujni dogadaj u samom audio-mediju (uz sve njegove tehničke novosti) ponovo dobiti značaj „događaja“. Paradoks? Ne! Život: sve više „šuma“ koji razvoj medijske tehnologije unosi u naš život i na područje estetskog, nagoni nas da neprestano tražimo ravnotežu između trenutne potrebe i njenog zadovoljavanja i konstituisanja novih potreba i novih komunikacijskih mogućnosti medija. Tako je i sa umetnošću slušanja: sve više „slušanja“ (u kvantitativnom smislu), s druge strane, ima sve više „prečutog“, sve više vremena u našem životu namenjeno je slušanju (radija, informacija, razmena), a mnogo „događaja“ u toj količini slušanja ostane nečujno.

Biće potrebni radikalni programski rezovi, drugačija ponuda zvučnih programa. Novo programsko osmišljavanje ponude slušnih emisija. Takvo, koje će iz fragmenata sastavljati osmišljene programe (po principu izbora i ponavljanja, čuvanja i poručivanja emisija iz slušnog arhiva po izboru). Ovi osmišljeni programi, koji bi ponovo uspostavljali celinu koja bi fragmente suočavala i razvrstavala prema drugim kriterijima i drugačijem ključu (a ne u temporalnim programima svakidašnjici prilagođenih programske „pastiša“, u svakodnevnoj distribuciji prilagođenoj tempu svakidašnjice svojih korisnika).

U izmešanosti zvukova, rasklanjnih poruka, saopštenja i muzike koji iščezavaju u bezdanu zaboravljenog radiofonskog vremena, koji tonu u eter - pojaviće se potreba za ponavljanjem informacija, programskih jedinica, za ponavljanjem pojedinih delova kulturnih emisija (za kombinacijom dramskih prizora, elementa dokumenta, intervjeta), za preglednošću namera i intencija medija.

Neselektivnost rasparcijalizovanih „porukica“, propagandnih i kulturnih saopštenja, naime, sakati medijsku propulzivnost i slušaoca sve više gura u njegovu sopstvenu neselektivnost, u ulogu pasivnog i slučajnog slušaoca u kojoj gubi osnovnu mogućnost za sopstveni identitet - mogućnost izbora.

Čujno u pregleđavanju postaje - nečujno.

Radio-drama po svojoj osnovnoj intenciji nastaje kao zvučni produkt koji se bori za čujnost. Da bi pridobila dodatni teren za svoj cilj moraće privremeno da osvaja i terene van radija, da odlazi među slušaoce u slušaonice, sale, galerije i da obnovi sakrosantni odnos između kolektiva i pojedinca *in vivo* (ne „*in vitro*“).

Neke od tih mogućnosti nudi dramaturgija *featurea* (povezivanje dokumentarnih elemenata s tehnikom radiofonske dramskosti). Ovaj proces je danas u svetu nezadrživ i tip emisija te vrste u nekim slučajevima postaje noseća vrednost programa.

Kuda ide radio-režija kod nas i u svetu?

Radiofonska režija koja u najosetljivijim uslovima studijskog oblikovanja ostvaruje zvučni kontakt ne može biti nebrižljiva prema kvalitetu i uslovima slušanja. Zato u budućnosti treba da se pobrine za obezbeđivanje ravnopravnih zvučno-prostornih uslova za izvođenje (emitovanje) emisija kakve zahteva i pri samom studijskom nastajanju.

U tom pravcu mislim da pred radiofonskom dramaturgijom i režijom stoji još veliko područje neotkrivenih mogućnosti i da će se u budućnosti tek na tom prostoru ravnopravno konstituisati u odnosu prema drugim, starijim umetnostima.

Osnovna preokupacija budućnosti ovog područja trebalo bi da bude uklanjanje onoga što sprečava efikasnu komunikaciju, sprečavanje nadglašavanja „čujnog“, odnosno uklanjanje razloga za sve što ovu eminentnu slušnu vrstu čini nečujnom u totalnom radiofonskom programu.

U ovoj vezi vidim mnogo mogućnosti u povezivanju umetničkog stvaralaštva dramske vrste s metodom autodokumentarnosti. U oblikovanju zvučnih prizora kao neke vrste zvučnih dokumenata oblikovanih na osnovu dramaturgije dokumenarnosti. Znači: više nije dovoljno da se određena radio-drama odvija kao dramaturški zasnovano nizanje slušnih prizora, odnosno kao drama slušnog. Treba je oblikovati tako da slušni fragmenti ove drame sadrže u sebi elemente autokomentara, da o sebi govore na način autodokumentarnosti, tj. da postupci izvedbe istovremeno impliciraju postupke zvučne rekonstrukcije događaja (kako i zašto je nastao onako kako je nastao).

To bih nazvao posredovanjem optike, odnosno polazišta zvučnog materijala iznutra (ne radi se više samo o nizanju različito oblikovanih zvučnih slika) s obzirom na redosled prizora i prostornih poprišta drame.

Celovitu igru pored dramske napetosti mora povezivati i napetost oblikovnog materijala (zvučnog). Tako će slušalac lakše rekonstruisati dubinski prostor emisije

(zašto je, s obzirom na intenciju celine, izabran i naglašen baš taj zvučni fragment između ostalih). To mu omogućava celovitije uživljavanje u odsutni prostor igre, bolju predstavu njegove dubine.

Šta mislite o anketnom istraživanju fenomena režije i njegove estetike?

Mislim da je dobra iz dva razloga: prvo, kao zbornik refleksija i suočenih iskustava (mnogi stvaraoci tako pred samima sobom dođu u situaciju da formulišu odnos prema sopstvenoj režijskoj praksi) na ovom, teorijski veoma nesistematisiranom području, daje mogućnost za dalje teorijsko osmišljavanje i stvaralačku praksu. Ne samo da ima vrednost kao dokument različitih gledanja i stvaralačkih biografija, već i pokušaj tematizacije problema estetike ove umetničke vrste, koji će za njenu samosvest biti veoma značajan, i istovremeno za sve saradnike dragoceno polazište za dalju teorijsku analizu i refleksiju struke. Time će anketa omogućiti da estetsku metodologiju približimo ishodištima prakse koja nove metode, više ili manje svesno, već poznaje.

Premda je naučno, sistematsko zaokruživanje potpuno individualnih pobuda, odnosno razmišljanja, nemoguće, ili uvek reduktivne prirode, baz za estetsku teoriju „označujućeg zvuka“ (zvuka kao nosioca značenja), može se reći da je treba sistematizovati i zapisati.

Kako teče postupak rada s radio-dramskim scenarijem, pripreme s glumcem, s tonskim snimateljem, s muzičkim i drugim saradnicima, od prve ideje do montaže i kompozicije radiofonskog umetničkog rada?

Pri prvim čitanjima inicijativnog dramskog predloška u meni se aktivira imaginativno doživljavanje dubine i napetosti dramskog prostora, neki odredeni izazovi fragmenata celine u meni oblikuju predodžbene „nastavke“ interpretativne vizije. Od ovih naslućenih osnovnih delova iscrтava se obris celine interpretacije. U daljem pripremnom čitanju najpre rekonstruišem i po „svom“ pročitam smisao dela i utvrđim njegove noseće značenjske i predodžbene delove - delove, noseće za glumačku interpretaciju akcije u prostoru koji se već

povezuju u obrise karaktera i određuju osnovna polazišta pristupa situaciji.

U vreme priprema pre snimanja tekstovne akcije zajedno s glumcem uskladim ona značajnija mesta za realizaciju uloge koja su važna za razvoj događanja, odnosno za predstavljanje atmosfere događanja. Sposobnost predstavljanja atmosfere događanja je, uz označavanje (naglašavanje) osnovnih značenjskih jedinica teksta, suštinska za glumčevu akciju u dubini zvučnog prostora. Posredovani zvučni mizanscen akcije (odnos prema mikrofonu i dubini slike zvuka) znači samo realizaciju tehničkih pretpostavki izabrane ideje.

Mikrofonska akcija glumca - ako je upoznat sa smisлом rekonstrukcije fiktivnog događaja - prepuštena je njemu, a ukoliko zahtev za dubinskim relacijama ne spozna sam i autohtonu, posredujem mu uputstva za mikrofonski odnos pojedinih njegovih „situacija“ s obzirom na celokupnu zvučnu sliku. Osnovna briga treba da mu bude briga za atmosferu događanja koju zajednički rekonstruišemo.

Osnovni rad u pripremi za režiju znači dogovor sa snimateljem i interpretacija zvučnog scenarija. Razgovor o tonskim dispozitivima za realizaciju ideje potiče od režijske interpretacije ideje do tehničkih kriterija za predloženu izvedbu, a teče na osnovu poštovanja različitih čitanja i u dijaloškoj atmosferi. Ako je moja vizija zasnovana i konzistentna, u zvučnim okolnostima snimatelj treba odmah da je oseti (slušno „vidi“), a ako se naša viđenja mimoilaze obezbedim sebi vreme za proveravanje opcija i smisaonosti razlika u interpretaciji tehničkim kriterijima.

Dogovor sa snimateljem kod mene teče izrazito u poštovanju određenog stupnja suverenosti njegovog rada koji, kako se u postupku zvučne registracije ostvaruje, uzimam kao stvaralački čin *par excellence*. Jer, tonsko snimanje radio-drame znači *ostvarivanje značenjskih razlika u čujnosti*. U tu svrhu snimatelj (po nalogu reditelja) mora da polazišne registrovne mogućnosti aparatura i nosilaca zvuka tretira kao *instrument*. Za razliku od situacije „normalnog praga“ čujnosti - kakav važi za besprekorno emitovanje (prenos) dubine zvuka, u

kojoj se radi o uvažavanju kriterija korektnosti, „pravilnosti”, o korektnom odnosu posredovanja registrovane dubine zvuka - tonski snimatelj radio-dramskog profila tretira svoju tehničku aparaturu kao instrument, pri čemu su za njega zanimljiva odstupanja i mogućnosti *izvan praga normalnosti* uobičajenog zvuka. Za njega su zanimljive *razlike u čujnosti*, odstupanja od kriterija neutralnog posredovanja, jer dubinu zvučne slike naglašava i preoblikuje s obzirom na smisao zvučno-prostorne akcije. Dakle, možemo reći da su za njega zanimljiva *odstupanja od normativnosti tehničkih kriterija*, greške normalnog tonskog posredovanja. S obzirom na varijantnost mogućnosti tehničkih aparatura mora reagovati kao muzičar na instrumentu da bi dobio *tonsku razliku*, različitu toničnost. Istovremeno, situacije glumčeve mikrofonske glume zahtevaju najpre *razumljivu* i preciznu dubinsku registraciju. Ona zatim može da doživi tonsko preoblikovanje i posebno izoštrene naglaske.

Tonski majstor je za mene ravnopravan stvaralac u studijskom postupku (istina, zavisi od zamisli realizacije i od vođenja postupka od strane reditelja), tonske aparature (nosioci zvuka) su instrumenti na kojima snimatelj „svira” različite „registratorske mogućnosti”. Njegove posebnosti uživljavanja u tekstu, glumačku akciju, osećaj za tempo, moraju biti ravnopravno razvijeni kao i kod reditelja. Baš zato je podizanje ovih posebnih „stvaralačkih” tehničkih kadrova i mogućnosti njihovog razvoja u radijskom mediju toliko značajno. Vaspitanje ovih kadrova je dugogodišnji proces i, moram reći da, bez obzira na stvarni status ovih stvaralaca u radijskom mediju, Radio-Ljubljana ima vrhunski sposobljenu snimatelsku dramsku grupu.

Proces montaže zvučnih slika koji sledi je rekonstrukcija dogovora između svih saradnika u osmišljen dubinsko-zvučni dogadjaj. Takva rekonstrukcija zahteva neprestano proveravanje zvučnog materijala i njegovo grupisanje u posebno oblikovane slike. Isto tako, postupak montaže znači traženje dodatnih signalnih vrednosti registrovanog materijala s višekratnim preoblikovanjem osnovnog zvuka. To je

najkomplikovaniji i najduži deo procesa. U tom delu procesa inicijativne zamisli se verifikuju, dobijaju status oblikovnih jedinica i potvrđuju svoju kompozicijsku utemeljenost.

Montažni postupak je u suštini postupak privremene „razgradnje“ celine na delove. Ovo rastavljanje se zaključuje posle okončanog predmontažnog rada, u ponovnom sastavljanju izmenjene i preoblikovane celine zamisli. Zato je za mene ovo stvaralački bolan, ponekad naporan i dugotrajan proces (zbog neprestanog proveravanja i osmišljavanja zvučnog materijala). Ali i najdraži. Jer se u postupku montaže realizujem istovremeno i kao stvaralač (nosilac ideje koju sada proveravam) i kao slušalac (koji ideju „po njenim pravilima“ rekonstruišem). Jer u pojedinom delu od svih saradnika u procesu zahtevam osećaj za celinu, a u celini osećaj za značenje pojedinog dela zvučne slike.

Koje ličnosti i pojave su dale najveći doprinos razvoju radio-dramske režije u Sloveniji?

Ovo pitanje biste svakako mogli da postavite istoriografiji radiofonskog stvaralaštva, kad bismo je imali.

Znamo, pak, da ni najosnovniji posao za zasnivanje struke, to jest detaljan i ocenjen pregled fonotečkih jedinica, nije urađen. Štaviše, na području igranog programa do danas nema sistematizovanog arhiviranja snimaka i stručnog sređivanja zvučnih dokumenata, što je preduslov za svako stručno istraživanje. U ovome se vidi koliko je neemancipovana i zapostavljena ova mlada umetnička vrsta.

Kao mlađom stvaraocu na ovom području bilo bi mi neprijatno da u prvi plan stavljam određene granične linije i da razgraničavam udele pojedinih stvaralaca u proteklom razvoju ove vrste.

Mislim da se danas može govoriti o izvesnom napisavanju novih oblika i postupaka i o izvesnoj prividnoj konceptualnoj krizi u traganju za novim metodama kako u pisanju tekstova i scenaristici, tako i u poetskoj vrsti, u čemu treba spoznati energiju preporoda

koja traži oblik. Jasnu sliku budućeg razvoja vrste zamagljuju, pre svega, atavistički pragmatizam i nekonceptualnost strukturnog razvoja savremenog slušnog medija i njegova zastarela programska ishodišta u konkurenciji s drugim medijima. Takođe mislim da se tek nedavno okončalo ono zanesenjačko, euforično i prodorno razdoblje pionirskog rada na području dramske zvučnosti na radiju, koje je istovremeno bilo veoma plodno (o čemu svedoče vrhunske evropske i svetske nagrade za radio-dramu Radio-Ljubljani i uopšte jugoslovenskoj radio-drami). Danas, u vreme krize sadržaja slušnog (pa i krize drugih informativnih medija) i kvantifikacije programskih informacija, svakako znamo da su prošla ona samopouzdana i srećna vremena radio-dramske zaljubljenosti. (Pri tome treba da pomenem i to da smo sami uradili nedopustivu štetu time što smo u prošlosti mi, radiofonski dramski stvaraoci, kratkovidno pristali na spoljni monopol presnimavanja i distribucije kaseta s dramama. Ovaj monopol, naime, trguje bez ulaganja u razvoj struke i reprodukuje autorski rad otuden od odlučivanja autora. To originalnim stvaraocima omogućava potcenjivački sistem jednokratnog otkupa prava.)

Ova „srećna“ vremena dala su i sva dostignuća i vrhunske rezultate (značajna su dostignuća Mirča Kraglja, Zvoneta Šedlbauera, Dušana Mausera, Marjana Marinca, Rosande Sajko, Boruta Trekmana, Alesa Jana i Sonje Stopar).

Od pripreme radio-drama uživo u vreme emitovanja do pripreme arhivskih zvučnih drama vrsta je doživela izuzetno brz razvoj. Istovremeno je doživela neslučen tehnološki razvoj od mono ka stereu, a zatim i ka kvadro-tehnici. Sve ove preokrete u tehnologiji zvučne slike trebalo bi detaljno oceniti i istorijski istražiti.

Mislim da je u slovenačkoj radiofoniji neprocenjiv rad Rosande Sajko-Korun, čiji režijski pristupi obeležavaju tri decenije vrhunskih dostignuća slovenačke radio-drame. Njen produbljen odnos prema plastici zvučne slike i smisao za otkrivanje poetičnosti tekstova (pre svega tekstova u svetu poznatog autora Frana Puntara) toliko su karakteristični da u vezi s njenim radom možemo uistinu da govorimo o celovitom

autorstvu i specifično prepoznatljivom opusu, bez obzira na različitost poetika tekstova koje je oživila u zvučne slike. Njena neprestana eksperimentalna pažnja prema kulturi zvuka i opšta duhovna širina vidika potvrđile su je kao pravi tip savremenog radiofonskog reditelja, kao celovito izraženu stvaralačku ličnost koja nije više samo reditelj (iz pozorišta je došla na radio) pa je razvoj ove vrste umetnosti istovremeno sinonim za njena traganja na tom području.

Slovenačku radijsku dramaturgiju predstavljaju repertoarni nazori i doprinosi pre svega sledećih autora, često i sjajnih prevodilaca, koji su izborom domaće i strane literature zbližavali slovenačku radio-dramu sa svetom i strane autore posređovali slovenačkoj kulturi: doajena Lojzeta Smaska, Đurđice Flere, Boruta Trekmana, Ervina Frica i Pavla Lužana.

Na području tonskog stvaralaštva slovenačke dramske radiofonije deluju svetski poznata imena: Metka Rojc, Dušan Mauser (oboje režiraju), Stašo Janež, Jure Culiberg i Miro Marinšek.

Nezamenljiva su i stvaralačka iskustva muzičkih saradnika radio-dramskih emisija Petra Careta i pre svega Marka Stopara. U poimanju mesta i uloge u ovoj radiofonskoj vrsti upravo je on uveo one kriterije značenjsko-muzičke kompozicije koje ovo zahtevno muzičko oblikovanje izdiže iznad nivoa radakcijskog rada, na nivo stvaralačke kompozicije, „celine“ poruke, ravноправне komponovanju. Osmišljen izbor, izabran prema kriteriju unutrašnje koherentnosti i preglednosti nad celinom obikovnih delova, predstavlja udaljavanje od diskurzivnog, namenskog opremanja prizora i sekvenci režiranog teksta. Utvrđio je dubinsku perspektivu muzičkog govora u strukturi zvučne drame. Time se muzička oprema emisija izdigla na nivo muzičke režije emisije u skladu s idejom reditelja, i potvrdila da je osmišljen izbor muzike ravноправan deo estetske celine. Sasvim ravноправan ulozi komponovane muzike.

Ovde zapravo ne mogu da razmišljam o poetikama slovenačkih pisaca značajnim posebno za radio, jer su neki (kao na primer već pomenuti Puntar, zatim Andrej

Hing, Dane Zajc, Matjaž Kmecl, Pavel Lužan, Milan Jesih, da pomenem samo neka imena) odlučujuće doprineli oblikovanju slovenačke radiofonske dramaturgije. Za to bi trebalo da se ispiše poseban pregledni esej. Moram samo reći da su neki autori posebno dramaturški obazrivi prema mogućnosti oblikovanja „prostorne slike zvuka“ i tome su prilagodili i svoje pisanje za medij.

Istina, u budućnosti bi se inovativne pobude, kako autora tako i reditelja, kao i posebno uvedenog marketinga za tu vrstu morale usmeriti ka tome da se obnovi sakrosantnost prostora zvuka kao „dogadaja“. Ka traženju „nove čujnosti“.*

Prevela sa slovenačkog
Miljenka Vitezović

* Odlomak iz opsežnijeg razgovora „Prostor radio-režije i dramaturgije“, koji će autor objaviti u celosti u knjizi *Traktat o radio-režiji*. Beograd/Ljubljana, jesen 1988.

Likar Igor - reditelj i dramatrug, rođen je 25. septembra 1953. godine u Ljubljani. Završio je pozorišnu i radio-režiju i dramaturgiju na Akademiji za gledališće, radio, film i televiziju u Ljubljani, 1979. Piše poeziju i publicistiku. Režira u pozorištu i saraduje kao dramaturg u slovenačkom filmu. Od 1979. angažovan je kao reditelj u kulturno-umetničkom programu, u Redakciji igranog programa Radio-Ljubljane. Dobitnik je nagrade „Ohridski ruzmarin“, na Nedelji radija „Ohrid 89“, za izuzetan stvaralački doprinos iskazan u četiri zapažene emisije ove jugoslovenske radio-smotre.

„LIPTONOV ČAJ“

U periodu od 1958. do 1966. godine nastale su izvanredne radio-drame, svojevrsne radiofoničnosti i kompozicije. Njihov autor, Radomir Konstantinović, donosi jedan novi talas i postaje rado slušan u zemlji i inostranstvu.

Radio-drama Liptonov čaj izvedena je na Festivalu jugoslovenske radio-drame 1964. godine. Tom prilikom nagradena je Nevenka Urbanova kao nosilac glavne uloge. Umesto uvoda o emisiji koristim propratni tekst Nede Depolo za Nedelju radio-drame 1964.

„U Liptonovom čaju osnovni problem je odsustvo poezije u svakodnevnom životu. Po piscu, poezija nije samo pravo već i obaveza čovekova: tamo gde ova obaveza nije izvršena, gde poezija nije došla do svog mogućeg izraza i ostvarenja, ona postaje energija neslučenih posledica, energija moguće pobune, ali i energija budućeg zla. Tako junakinja Liptonovog čaja opisuje parabolu očajanja i zla što rastu iz neostvarene poezije. Bez ljubavi i prijateljstva, upućena na prazan i ravnodušan svet, ona sanja prijatelje koje nema. Osudena je na nesporazum koji je u osnovi dramatičnosti Liptonovog čaja, njegovog humora i poezije usamljenog sveta nepomirenog sa monodramom, željnog da se vrati svetu, dakle pravoj drami. Delo neostvarene energije poezije, delo žudnje za prijateljstvom i ljubavlju, koji su ovde osporeni. U tom smislu, Liptonov čaj je i svojevrsna opomena na dužnost prema poeziji, kao najvišem izrazu i uslovu ljudskosti, ali i pohvala poeziji izražena jezikom groteske i tragične monodrame“.

Radio-Beograd

LIPTONOV ČAJ

Urednik: Neda Depolo

Scenarist: Radomir Konstantinović

Reditelj: Vasilije Popović

Ton-majstor: Marjan Radojčić

Emitovano 2. marta 1964. godine u 20.30,
trajanje 61'30"

Uloge tumače:

I GOSPOĐA Nevenka Urbanova

II GOSPOĐA

ANTON Božidar Drnić

ANTON: Još malo šećera.

I GOSPOĐA: Svakoga dana, svakoga dana.

ANTON: Jesi li mi sipala šećer ili nisi? Koliko je časova?

I GOSPOĐA: Svakoga dana u pet časova pijemo čaj.

ANTON: Pa šta? Ja mislim da je već prošlo pet. Ali gde je moj časovnik?

I GOSPOĐA: Zar ga nisi odneo na opravku? Taj tvoj lepi časovnik za koji se toliko brineš da ga neko ne ukrade? Oh, Antone. Mislim da se ne osećam dobro.

ANTON: Ohladiće ti se čaj. Uvek piješ hladan čaj.

I GOSPOĐA: Antone, moram nešto da ti kažem. Sad odmah moram da ti kažem.

ANTON: Jesi li mi sipala šećer?

I GOSPOĐA: Jutros na pijaci, čuješ li? Odjednom sam htela da vičem. Htela sam da vičem, čuješ li? Da vičem: dodite kod nas na čaj, dodite u pet časova da pijemo čaj. Dodite u pet, dodite u šest. Dodite u ponoć, mi smo uvek kod kuće. /PAUZA/ Eto./PAUZA/

Ćutiš? Smeješ mi se? Samo se ti smeji.
Naišla je jedna gospoda. Imala je lisicu.
Dodata kod nas na čaj, rekla sam. Misliš
da nisam rekla? Bože, moja glava. Tako se
čudno osećam Antone. Spava mi se.
Toliko ima ljudi, znaš li Antone koliko
ima ljudi? Svi oni prolaze, i niko od njih,
ali niko ne dođe nikada da pije s nama čaj.
Oni uopšte ne znaju da sam ja ovde i da ih
čekam da pijemo čaj. Ja sam, Antone, za
njih mrtva. Jesam li onda mrtva ili nisam?
- Oh, gospodo, rekla sam, mi pijemo
Liptonov čaj.

ANTON: /UPLIĆE SE U NJEN GOVOR/ Gospoda
sa lisicom? Zoveš nepoznate ljude na čaj.
Ko je to još čuo! Zoveš ljude sa ulice na
čaj, a oni... oni mogu da budu neki
probisveti, neki... lopovi...

I GOSPODA: Uvek uzimam originalno pakovanje
Liptonovog čaja. Pokazaću vam kutiju kad
dodete, jer morate da dodete, jer nije
moguće da nećete da dodete. Zvoni, to su
oni. Otvori. Otkud znaš da su lopovi? Oh,
dobro veče, gospodo. Uđite samo, ovde
sam. Ne bojte se ništa. Ko je to s vama?
Vaš muž. Baš se radujem. Toliko se
radujem da me je pomalo strah.
Dobroveče, gospodine. Hvala lepo što ste
došli. Skinite šešir. Šta, nemate šešir?
Svejedno, skinite šešir. Bože, što ste
pokisli. Maločas nije padala kiša a sada
pada. Ponekad je sve to vrlo čudno s
kišom. Ali /ZABRINUTO/ zašto stojite
tako. Kao neke lutke. Zar ne umete da
kažete: dobroveče? Oh, recite: dobroveče,
to je bar prosto. Sve je vrlo prosto. /U
POVERENJU/ Znate, on ne voli goste.
Ali ja obožavam. Ponašajte se slobodno,
kao kod svoje kuće. Oh, dobroveče,
gospodo. Oh, dobro veče, gospodine.

II GOSPODA: Dobroveče, gospodo.

I GOSPOĐA: Hvala. Već sam se uplašila da ne umete da kažete dobroveče. Antone, gospođa je rekla dobroveče. Kaži dobroveče gospodi.

ANTON: Još malo šećera.

I GOSPOĐA: Onda... dobroveče, gospodine.. gospodine...

II GOSPODA: Gospodin Adam. Moj muž.

I GOSPOĐA: Adam? Divno ime. Baš se radujem, gospodine Adame, što se zovete Adam. Znala sam da se zovete Adam. Otkud sam znala? Gospodo, ja nikad nisam videla gospodina Adama ali ipak ga poznajem, i nisam znala da se on zove Adam a ipak sam znala. Dobroveče, gospodine Adame. Volite li gorak čaj ili s malo šećera? Izjasnite se slobodno, nećemo valjda da štedimo šećer? Ali, gospodo, zašto meni gospodin Adam ne kaže dobroveče?



II GOSPODA: Siromah Adam. Jadni Adam. On je slep, gospodo. Ja ću da kažem dobroveče umesto njega: Dobroveče, gospodo. Jeste li sad zadovoljni?

I GOSPOĐA: Slep? Ko bi rekao? I kako on može da bude slep kad ja ne znam da je on slep? Ili

možda i to znam? Vrlo čudno. Ali, najzad, glavno je da ste došli da pijete sa nama čaj. Ali /iznenađeno/ gospodđo, zašto pijete čaj stojeći? Sedite! Ja mislim da najpre treba da sednete pa da onda pijete čaj. Čak mislim da treba da sačekate da vas ja ponudim čajem. Ostavite tu šolju, bezobraznice! Gospodine Adame sedite.

II GOSPOĐA: Dobroveče.

I GOSPOĐA: Ne znate koliko sam vas čekala! Već sam mislila da ne mogu više da vas čekam. Mala moja. Potpuno sam digla ruke od vas. Verovala sam da ste i vi kao i svi ostali koji prolaze ulicom. Mislila sam: ta ne ume ništa drugo nego samo da prođe. Ta gospoda sa lisicom. A gde vam je lisica? Ali sedite, zaboga! Valjda ne čekate da ja sednem umesto vas?

ANTON: Još malo šećera.

I GOSPOĐA: Zar to nije čudno? Svi čekate da ja radim sve.

ANTON: Još malo šećera. Jesi li mi sipala šećer?

I GOSPOĐA: Ali valjda nije moja dužnost da govorim umesto vas, da pijem čaj umesto vas, da kažem dobroveče umesto vas! Ali sedite, gospodine Adame! Treba da pijemo čaj. Zar nikada niste pili čaj? Uzmete šolju, prinesete je ustima, pa pijete. Ako se ne razumem u druge stvari, ja se razumem u čaj.

ANTON: Koliko je časova?

I GOSPOĐA: Ne obraćajte pažnju na njega. Držite se prirodno. Tako. Zavalite se malo u stolici. Ne gledajte ga. Možete još da mu budete sumnjivi! Brzo, nasmejte se. Neću valjda ja da se smejem umesto vas.

II GOSPOĐA: /veštački smeh/

I GOSPOĐA: Vrlo dobro. Uz čaj slobodno možete i da se smejetе. Antone, jesi li me čuo?

/PAUZA/ Jesi li me čuo kako se smejem?

/PAUZA; GLASNIJE/ Ja sada imam
goste. Antone, pijem čaj i smejem se.
Provodim se izvanredno.

ANTON: Koliko je časova?

I GOSPODA: Vrlo važno koliko je časova.

ANTON: Gde je moj časovnik? Maločas je bio ovde.

I GOSPOĐA: A otkud ja znam gde je tvoj časovnik?
Možda si ga dao na opravku, možda nisi.
Otkud mi znamo gde je tvoj časovnik? Ne
misliš valjda da gospoda i gospodin Adam
treba da vode računa o tvome časovniku?
Antone /UPLAŠENO/, nećeš valjda da
zbog toga časovnika propadne moj čaj?
Uostalom, imaš već godinama taj prokleti
časovnik, a ja prvi put imam goste. Kad
oni odu tražićemo časovnik. Šta? Šta si
rekao? Ne čujem to dobro, Antone! Ako
ga nademo? Pa šta s tim, dragi moj? Neka
to bude tvoj prilog mome čaju. Jedan mali
poklon koji si mi napravio /USHIĆENO/
Da! Zar ne možeš da zamisliš da si mi
poklonio taj časovnik? Oh, odavno sam
želela da mi ga pokloniš /PAUZA/.
Gospodo, gospodine Adame? Vidite li šta
ste uradili? Ali, sedite, molim vas! Lepo
sam vam rekla da sednete! Držite se
prirodno, kao da niste ukrali sat. Zaista
niste? Divno. Ali ko je onda ukrao?
Gospodin Adam? Ko bi se tome nadao od
vas? Izgledate sasvim pristojno. Lepo sam
vam rekla, gospodine Adame, da sednete,
ali vi niste hteli da sednete. Tako je to kad
čovek mene ne sluša. Zakašnjavao je
sedam minuta na dan i to, zamislite samo!
Svakog dana! Neverovatno, zar ne? Mogla
bih reći da sam mučenica džepnog
časovnika svog muža. Znate li vi šta znači
to? Sedam minuta! Pazite da ne razbijete
šolju. Dakle, ako je ponoć, onda je sedam
minuta do ponoći. Ali ako je /PAUZA/
ako je, recimo, četiri sata i sedamnaest

minuta, koliko je onda? Treba izračunavati. Treba imati hartiju i olovku... Takav časovnik ne vredi ništa . A on, on toliko brine za jedan takav časovnik. A zar bi čovek smeо i jedan sekund da pokloni tom časovniku? Baš ste vi, gospоđо, neka žena koja ništa ne razume. Antone, pa ona je gluplja od mene! Fino što sam vas pozvala na čaj: neka vidi da nisam najgluplja žena na svetu. Neću više da se mučim sa tim časovnikom. Ili ga daj na opravku ili ga baci! Znate, gospоđо, on ne sme da ga dâ, jer se boji da ga neko ne ukrade.

ANTON: Otkud znaš da ga nisam dao na opravku?

I GOSPOĐA: Kako, dakle, on može da ukrade časovnik koji nije u kući? /ANTONU/: Hajde, reci. Ili misliš da ja sanjam pa možeš u snu da mi kažeš šta hoćeš? Varaš se, dragi moj. Ja sam i u snu pametna. Čak mi se čini da sam pametnija nego inače. Gospоđо, pa vi niste ni okusili čaj!

II GOSPOĐA: Pa ja stalno pijem čaj jer vi stalno govorite.

I GOSPOĐA: Pijete, a šolja vam je prazna. Ako govorim, to je u interesu gospodina Adama. Ili to vas uopšte ne zanima? Uopšte se ne uzbudujete? Kako to? Možda /PAUZA/ možda ste navikli da gospodina Adama nazivaju lopovom, džeparošem, običnom lopužom. Sram vas bilo. Imate divnu lisicu. /Usiljenim tonom lake konverzacije/ Odakle vam? Ta nemojte? A što i da vam ne kupi kad je lopov? Ja nemam lisicu. Nemam čak ni ovcu. Nemam čak ni pacova. Prosto da čovek ne poveruje. Ali ja to ne želim. Ja nikad ne bih nosila kožu odranog pacova. Ja pijem čaj. Ja sanjam svašta, to je istina. Ali nikad ne sanjam odranog pacova. Mogu da sanjam lopove. Mogu da sanjam čak i vas,

lepotice. Mogu da sanjam čak i gospodina Adama. Šta vam to smeta, da vas ja malo sanjam? Oh, gospodo, pustićemo gospodina Adama da ode. Doviđenja, gospodine Adame. Ali, pre nego što nas napustite /I to odmah! Smesta!/ uzmite jedan kolačić. Uzmite pet kolačića. Ne, uzmite deset. Napunite džepove. Uzmite sve kolačice. Slobodno, ja vam dajem. To je nagrada zato što ste došli, iako ste lopov. Otkad kradete? Od detinjstva? Ili vam je ovo prvi put? Jeste li specijalista samo za neke stvari, ili kradete sve što vam dode pod ruku? Kako ste samo vešto ukrali ovaj časovnik. Doviđenja, gospodine Adame.

ANTON: Još malo šećera.

I GOSPOĐA: Čekaj dok ispratim gospodina Adama. Pravo samo, gospodine Adame, pravo! Ali ne tamo, šta vam je? Tamo je zid, pošli ste prema zidu. Oh, gospodo, recite mu, bojim se da ne udari u zid. Kod nas je tako tesno, zar ne? Mi nikad ne možemo da pozovemo više od dva gosta. Uostalom, mi nemamo ni dovoljno šolja za čaj. Dobro je, gospodine Adame; sad ste na pravom putu! Najzad! Jedan, dva, tri. Samo četiri /PAUZA/ šolje, a bilo ih je šest. To je uspomena od moje mame. Gde su još dve šolje? Sada mi je to odjedanput čudno. Sve mi je čudno. Ali nije važno što mi je čudno. Sada opet desno, tako... desno! Ipak vi niste tako rđavi, gospodine Adame, kao što se priča o vama. Gle, kako upravljam njime kao da je on neki bicikl a ne gospodin Adam. Gospodo, da li se ljutite što upravljam njime kao da je bicikl? Jeste li nekad vozili bicikl? Divno. Desno, gospodine Adame. Sad opet levo. Sad pravo. Samo pravo, dakle ni levo ni desno. Oh, sad je sve odjednom tako prosto, tako strašno jednostavno. Zar svet,

gospodo, nije veoma prost? Stanite,
ukočite, gospodine Adame, stigli ste do
vrata. Tako. Podignite desnu ruku. Jeste li
je podigli? Vrlo dobro. Antone, vidiš li
koliko je on poslušan i kako radi sve što ja
hoću? Kad si me ti tako slušao? Nikad,
nikad, nikad. Gospodine Adame, jeste li
našli kvaku? Gospodo, pijete li čaj? Šteta,
gospodo, što je lopov; ali divno je što je
slep. Samo se bojim da ne padne niz
stopenice. Bojim se da ne zaboravi šešir.
Gde vam je šešir, gospodine Adame?
/PAUZA. SA STRAHOM/ Antone. Pa
vrata su zaključana! Životinjo! Znala sam
da si zaključao vrata. Gospodo, uzmite još
malo čaja. U životu nisam videla čoveka
koji toliko voli da se šali kao on. Ali s tim
smo morali unapred da računamo. U
životu treba primiti vedro sve što se
dogodi. Ja sam sad vrlo vedra. Evo, ja se
čak smejem. /SMEJE SE/ Dakle,
gospodine Adame, vi ste naš zatvorenik.
Mi smo vas uhapsili. Jeste li vi već bili u
zatvoru? Niste? Pa jednom i to mora da se
desi, dragi moj. Zar ne, gospodo? Gle,
kad ste ušli, kosa vam je bila crna. Sada je
međutim plava. Mislim da vam je bolje
odgovarala crna kosa. Ali ako vam se više
svida plava kosa, neka vam bude! Izaberite
boju koju hoćete.

II GOSPODA: Oh, gospodo.

I GOSPODA: Samo recite, ne ustručavajte se ništa. Baš
me interesuje šta čete da kažete. Samo ja
govorim a vi čuite. To nije lepo, to nije
učitvo. Dakle! Hrabro, hrabro!

II GOSPODA: Ja ne mogu da pijem čaj.

I GOSPODA: Ne? A zašto mi to niste rekli jutros kad
sam vas pozvala na čaj? Zašto mi to niste
rekli čim ste došli? Ne, gospodo, tako to
ne može da ide. Uzmite svoju šolju.

II GOSPOĐA: Ali kako ja mogu da pijem čaj dok Adam
stoji тамо код врата.

I GOSPOĐA: Bože, gospodo, баš ме чудите: па он
можда тако voli! Ja se trudim да pružim
punu slobodu. Šta vam fali kod mene?
Maločas ste imali lisicu, sad imate pacova.
Gle, gle, nemate više pacova nego jagnje.
Tim bolje iako ne volim jagnje oko vrata.
Jagnje skače по livadi, livada je zelena,
jagne je belo. Odavno nisam bila на
livadi. Baš bih volela да jednom pijem čaj
на livadi. Hoćete ли да odemo jedanput
zajedno на neku livadu и да тамо pijemo
čaj? Da li su livade tako zaista daleko као
što se priča? Kažu да ponekad тамо има
mesečine. Da li je то истина? Ali ako padne
kiša, шта ћемо да radimo?

II GOSPOĐA: Bojim se, gospodo.

I GOSPOĐA: Ništa se vi ne bojte, kad sam ja с вами.
Još malo šećera?

II GOSPOĐA: Nećemo valjda ovde да останемо zauvek,
закључани u овој sobi? Da pijemo ovaj čaj
beskonačno? Oh, па то je nečuveno. Meni
se čini да je ovo неки rđav san.

I GOSPOĐA: Ne izvoljevajte, mala moja! Ja uopšte не
želim да se probudim. Osećam se
božanstveno. Заšto да ne budemo uvek
zajedno? U međuvremenu vi menjajte
lisice, ovce и pacove koliko hoćete.
Menjajte svoje oči, svoju kosu. Ja bih
stalno kuvala vodu за čaj. Imamo dovoljno
čaja, još jednu celu kutiju. Imamo šećera.
Zar ne verujete? Ali /UPLAŠENO/ kad
nam nestane? Pa ništa. Otrčaću да kupim.
Ne bojte se, brzo ћу да se vratim. Strah
me je само да se na ulici ne probudim, па
kad se vratim ovamo да vas ne nadem. Ali
trčaću, držaću čvrsto zatvorene oči. Ali
ako me auto pregazi? Oh /U STRAHU/ да
nisam ja sada на ulici и неки auto баš
namerava да me pregazi? Da me nije već

pregazio pa sam ja sada u bolnici?
Probuditi se, ustati, pobeći! Odmah, brzo,
brzo.

II GOSPODA: Odmah. Brzo, gospodo! Šta čekate?! Brzo.

I GOSPOĐA: Lažljivice. Vidite li kako hoćete da mi podvalite? Svi hoćete da me probudite. Ali ništa vam ne vredi. Ja se ne dam. Nisam ja baš tako glupa kao što mislite. Ja se snađem uvek... u poslednjem trenutku se snađem. Ja se brzo okrenem... vratim se ovamo! Tu sam. Nisam li tu?

II GOSPODA: Tako nešto ja nikad nisam videla! Ja nikad ne mogu toliko da sanjam kao vi. Baš nikada nećete da se probudite? A kada bih vas ja sada, na primer, gadala čajnikom?

I GOSPOĐA: Ostavite čajnik! To je uspomena od moje mame. Kako se samo usuđujete? Kako bi vama bilo da vam ja dodem u goste pa da vas gađam čajnikom? Umesto da mi budete zahvalni što sam vas naučila kako se pije čaj, vi još hoćete da me gadate čajnikom! Stidite se, gospodo!

II GOSPODA: Oh, oprostite mi, gospodo. Ali da ste vi na mome mestu.

I GOSPOĐA: Dosta. Razumem: nije vam lako. Da mi je muž lopov ne bi ni meni bilo lako. To sigurno. Ali treba li zato još da budete grubi prema meni? Prema mom čajniku? Prema mojoj majci i njenoj uspomeni?

II GOSPOĐA: Otkud znate da vaš muž nije lopov?

I GOSPODA: Vaš muž je lopov, džeparoš, lopuža, a ne moj. Gospodin Adam je lopov a ne onaj jadni čovek kome još nisam stigla da sipam šećer u čaj. Jadni Antone, hoćeš li još šećera?

II GOSPOĐA: Ali otkud znate da je Adam moj muž? Gospodin Adam moj muž? Gluposti. Pa ja ga sad pravi put vidim u svom životu; ako je lopov, to su njegove stvari. Ne možemo svi da budemo pošteni. Mora neko da bude

i lopov da bi drugi bili pošteni, zar ne? Vi sanjate, mala moja. Dali ste mi šolju čaja i mislite da uz to treba da mi date i gospodina Adama. Gospodine Adame, izvinite, ja ne želim da vas vređam. Ali ja ne mogu biti vaša žena samo zato što pijem ovaj čaj i što ste vi lopov.

Uostalom, ja sam se navikla na mog Adama. Zar ne, Antone, da se mi divno slažemo! Istina, nemamo dece, ali imamo lep džepni časovnik! To nije lepo od vas. Zvali smo vas na čaj, a vi...

I GOSPOĐA: Ma šta to gorovite?

II GOSPOĐA: Primili smo vas u kuću, a vi ste lopovi.

I GOSPOĐA: Ali ovo je moja kuća, moja rođena kuća, svaki pedalj u njoj poznajem, svaku stvar. Ko briše prašinu u ovoj kući, ja ili vi? Ko pere prozore ovde? Ako ste... ako ste tako pametni, onda mi kažite šta ima iza vrata? A, ne znate? Kažite mi... kažite šta ima u frižideru? Odgovorite. Brzo. Kažite koja pasta za zube je u kupatilu?

II GOSPOĐA: Nisam ja dužna da vam se ispovedam.

I GOSPOĐA: Uhvatila sam vas. Lažljivica. Iza vrata je sekira, mala moja.

II GOSPOĐA: Sekira? Šta će vam sekira? Vikaću upomoć.

I GOSPOĐA: U frižideru je paklo margarina. Volite li margarin? Šta, izvoljevate? Pa sigurno, kad ste jedna lopovska gospođa. Da ste pošteni voleli biste margarin: svi pošteni jedu margarin. I pola pileteta. U kupatilu su dva sapuna, četka za zube, moj i njegov češalj, peškiri. Kuća je moja. Oprostila sam vam sve: nije lako biti žena jednog lopova.

II GOSPOĐA: Gospodo, da li ste vi sigurni da je Adam lopov? Adame, zar si zaista lopov? Ali kako to kad jutros nisi bio lopov? Jaoj, Adame, ja sam kriva za sve. Ja sam te dovela ovamo. Na čaj kod ove /PAUZA/

sirote jadne gospode kojoj nikada niko ne dolazi na čaj. Gospodo, pa mi smo vas sažaljevali!

I GOSPOĐA: Sažaljevajte vi sebe a ne mene!

II GOSPOĐA: Zar verujete da ne postoje nikakvi razlozi da vas čovek sažaljeva?

I GOSPOĐA: Možda su postojali nekada... ti vaši glupi razlozi. Ali više ne postoje.

II GOSPOĐA: Vi ste srećni?

I GOSPOĐA: Ja sam srećna.

II GOSPOĐA: Ali kako možete da budete srećni kad nemate čak ni jednu lisicu kao ja? Čak ni jednu šugavu lisicu! Najzad, pogledajte se u ogledalu, mala moja. Imate li ogledalo?

I GOSPOĐA: Čini mi se da se odavno ne gledam u ogledalu.

II GOSPOĐA: To je pametno, veoma pametno. Vi niste samo pošteni nego i pametni. Neobično lepa kombinacija; rekla bih ipak pomalo čudna. /SA ŽESTINOM/ Zar zaista mislite da bih ja sedela sa vama ovde da me niste ovde zaključali? Eto kako svet može da bude sa vama, samo ako ga zaključate ovde, u ovoj sobi. Kakav vazduh! Zaudara na buđ, kao u svakom zatvoru! Mi nismo vaši gosti. Mi smo vaši uhapšenici. Šta čekate? Što nas ne vežete? Hajde, uzmite nešto, šta bilo, pa nas vežite. Uzmite mašnu od vašeg muža pa me vežite za stolicu. Šta čekate? Nećete valjda da ja samu sebe vežem?

I GOSPOĐA: Ja sam tu mašnu jutros ispeglala. Vi nemate pojma kako se mašne teško peglaju. Da li vi sami peglate mašne gospodinu Adamu? Kakvu on mašnu nosi? Zamislite, ja ne znam kakvu mašnu ima gospodin Adam. Nije li to čudno? Plavu? Crnu? Sa prugama, ili možda sa malim krugovima. Ja najviše volim sa prugama. To je otmenije. A vi? Znala sam. Antone,

čuješ li šta kaže gospođa? I ona misli da je otmenije sa prugama. Svi to misle, samo ti ne misliš. Oh, gospođo /tonom lake konverzacije, ali s naporom/ zaista je teško s njima: kad nešto sebi uvrte u glavu, niko ne može da ih osvesti. Čovek može da radi sve šta hoće, ali u pitanju boje mašne on ipak mora da se savetuje sa svojom ženom. Slušate li me?

II GOSPODA: Koješta, ni na pamet mi ne pada da vas slušam! Ali govorite vi samo, ako vam se govorи. Ovo je vaša kuća, a mi smo vaši zatvorenici.

I GOSPODA: Ali boja mašne mora da se slaže sa bojom čarapa, zar ne? Ja volim da se sve boje slažu. Uopšte, obožavam slaganje. Mrzim svadu. Gospođo, molim vas, nemojte da se svadamo. Pa mi smo dve same nesrećne žene.

II GOSPODA: Ja baš nisam nesrećna. Ako je lopov, pa šta? Bar ne moram da mu dajem za džeparac. Ne mora kao vaš muž da broji koliko cigareta popuši na dan. Može da puši neograničeno.

I GOSPODA: Možda je to tačno. Ali, šta ako broji? Samo neka on broji i neka mi bude živ i zdrav. Ne mislite valjda da želim da mi muž umre? Ja nikada to nisam želeta. Kunem se. Verujte mi bar to, draga prijateljice! Ponekad, da, ja čak sanjam da je on umro. Onda plačem. Nemate pojma koliko plačem. On me probudi. Prestani da plačeš, kaže mi, ne mogu da spavam. A ja kažem: Sanjala sam da smo zakasnili za voz. Neću valjda da mu kažem da sam sanjala da je umro? Šta mislite, koliku penziju bih ja dobila? Ne budite smešni. Ali ja sam čula /glasom poveravanja/ da se od pušenja dobija rak. Ja kažem: nije mi do novca, apsolutno mi, Antone, nije do

novca. Nisam ja kao neke druge žene. Ali ipak, Antone! Zar hoćeš da dobiješ rak?

II GOSPODA: Mi pušimo šta hoćemo, nosimo šta hoćemo. Putujemo. Baš smo se jutros vratili iz Venecije.

I GOSPODA: Ma nemojte. Kako je u Veneciji?

II GOSPODA: Divno. Mada mi se više svida u Rio de Žaneiru. Jeste li bili u Rio de Ženeiru? Šteta. A u Aleksandriji? Znala sam. Čak ni u Londonu? Pa ne sedite valjda samo između ova četiri zida? Ali to je tu, tu, tu, sasvim blizu. Nemate pojma kako je blizu. Svet baš i nije tako veliki kao što se vama čini. Danas su saobraćajne veze izvanredne. Ponekad letimo avionom. Jeste li leteli avionom? Zaboga, gospodo, pa vi kao da živite u srednjem veku, i to još sa sekirom iz vrata! Jadna moja prijateljice. Mi letimo ponekad avionom, ponekad se vozimo spavaćim kolima. Samo Pulmanovim. Ali najčešće idemo našim automobilom. To je ipak najbolje, čovek ne zavisi ni od koga. Istina, ja ne podnosim veliku brzinu.

I GOSPODA: Lažljivice! Kako možete da se vozite automobilom kad je gospodin Adam slep? Antone, čuješ li šta sve ona govori? Slušaj. Ide na nerve. Gospodo, nemojte da mi gazite po živcima, jeste li čuli?

II GOSPODA: Šta ako je Adam slep? Mi držimo šofera.

I GOSPODA: Onakvog pravog, sa šferskom kapom na glavi?

II GOSPODA: Pa sigurno. Adam plača sve. Ja ne moram ni za šta da se brinem. /IZNENADENO/ Gle, šta ja to vidim? Oh, kakva lisica! Prava srebrna lisica? To je moja lisica, da ste je smesta vratili! Adame, ona mi je ukrala lisicu. Lopovice! Ja sam žena jednog lopova, ali ne kradem sama. Natrag moju lisicu.

I GOSPODA: Ruke k sebi, devojčice. Kakva lisica?
Pogledajte bolje.

II GOSPODA: Pa to je... to je pacov, pravi bizamski
pacov! Odakle vam!

I GOSPOĐA: Gledajte me sada, gledajte me!

II GOSPODA: Šešir! Kakav šešir! Adame, zar te nije
sramota? Zašto mi nikad nisi kupio ovakav
šešir? Odmah da si ukrao ovaj šešir.
Gospodo, nemojte da me plašite. Da li je
to nojevo pero na šeširu? Dajte mi ovamo
to pero. To je za mene a ne za vas. Ja sam
lepa. Vi ste ružni i stari... Oh vi... kako
ste /UPLAŠENO-USHIĆENO/ lepi! Ja još
nikad nisam videla tako lepu ženu. Ali
kako to? Kad smo došli ovamo bili ste
ružni kao lopov. Zar nije bila ružna,
Adame? Zašto samo stojiš tamo i čutiš?
Ako nećeš da kažeš gde si sakrio taj
prokleti časovnik, koji ne vredi ni pet
para, možeš bar da kažeš da je ona bila
ružna! I bila je stara, sećam se dobro. Bili
ste stari, zaista dostojni sažaljenja, a sada
/PAUZA/ sad sam ja stara, vi me
sažaljevate, vidim to, ne možete da
sakrijete. Vi ste /PAUZA/ veštica.

I GOSPOĐA: Šta čete. Sve lepotice su uvek veštice. Zar
niste znali?

II GOSPODA: Vi možete sve što hoćete. Vi ste duh,
fantom. Bog.

I GOSPOĐA: Zar sumnjate, jadno dete?

II GOSPODA: A ja ne mogu ništa, je li tako? Jeste li tako
rekli? Ja sam sada ovde, na ovoj stolici,
zar ne?

I GOSPODA: Počinjete da shvatate.

II GOSPOĐA: I Adam je tamo, kod vrata, stoji i čuti?

I GOSPOĐA: Bravo! /PLJESKA RUKAMA/ Ura, ura.
Vi napredujete.

II GOSPOĐA: I sad sam ja tu, i gledam ga... i ja sam ja
kao ja, zauvek: i Adam oh, gospodo, i

onaj tamo Adam je Adam kao Adam, koji je samo Adam i opet samo Adam /PAUZA/, zauvek? /PAUZA/ Adam je Adam kao što je stolica - stolica? I tu ništa ne može da se uradi, ništa ne može da se promeni? Sve što jeste ostaje kako jeste zauvek. Stolica, gospođo, ostaje stolica. Oh, gospođo!

I GOSPOĐA: Napred, napred, na dobrom ste putu. Samo hrabro.

II GOSPOĐA: I stolica je uvek bila samo stolica! I Adam je uvek bio samo Adam? /VIČUĆI/ Ali ja to nisam znala! Ja neću to da znam, ja hoću da izadem odavde. Adame, nemoj da budeš Adam. Učini nešto, čuješ li me. Kakav je to svet koji je ovaj svet zauvek?

I GOSPODA: Antone, Antone! Baš je šteta što ovo ne možeš da čuješ? Ali, dušo moja, tužna moja lopovska gospodo, šta biste vi hteli? Da stolica, recimo, bude šolja za čaj? A šolja da se pretvori u ormar? Ali iz čega bismo pili čaj? Iz stolice, iz ormara? Hoćete li to? Oh, ja sam jedna vrlo ljubazna domaćica. Samo recite. Ja ništa ne uskraćujem svojim gostima. Morali ste samo ranije da mi kažete.

II GOSPODA: Adame, nemoj da stojiš. Sedi na zemlju, tako je sigurnije.

I GOSPODA: Gledajte sada stolicu a ne gospodina Adama. Sad će stolica da poleti.

II GOSPODA: Oh, Adame, gledaj: stolica leti! Ona lebdi u vazduhu. Ne, sad je opet pošla... Ona leti kao neka ptica, kao avion. Pazi, Adame, pazi: sad je baš nad twojom glavom! Metni na glavu šešir, brzo. Metni ruke na glavu. Oh, gospodo, smilujte se. Nemojte da pustite da stolica padne Adamu na glavu. Njega uvek strašno boli glava. Oh, čajnik. Moja šolja! Ali prosuće se čaj. Neće? Otkud znate? Pa vi sve znate. Vi sve možete. Sada sve leti. Sve

stvari u sobi lete. Samo sam ja još na stolici. Držim se čvrsto za stolicu. Molim vas, gospodo, nemojte i mene sa stolicom da dignete u vazduh. Ja se bojim da letim. Nikada nisam letela u avionu, samo sam se šalila. Nisam bila u Veneciji, kunem se. Bila sam glupa, bila sam zla, zla, rđava. Molim vas da mi oprostite. Ja imam vrtoglavicu. Ne smem ni na ringišpilu da se vozim. Čak izbegavam i liftom da idem. Liftovi su nesigurni. Šta ako se konopac prekine? Nemojte, gospodo, da me zakačite za luster, za plafon. Ali ko je video da gosti vise o lusteru i da piju čaj na plafonu! Molim vas. Oh, stolica sleće, šolja aterira na sto. Hvala vam. Biću vam za ovo zahvalna do groba.

I GOSPODA: Dakle? Šta sam vam kazala?

II GOSPODA: Ja vam se divim, gospodo. Ja vas mrzim. Oprostite mi što vas toliko mrzim.

I GOSPODA: Ne sekirajte se, devojčice. To bar nije nikakvo čudo: bogovi se uvek mrze. Nije lako biti bog. Nije lako praviti čuda. Čovek se izlaže zavisti prosečnog sveta. Ja to odlično znam, budite sigruni. Ali, šta ćete: neko mora da bude bog. Neko mora da bude lopov, neko domaćica a neko bog. Naravno, kad sve uzmem u obzir, ja ipak više volim da budem bog. S vremena na vreme, kao za nagradu za sve druge teškoće i iskušenja kroz koja moram da prolazim, ja bivam i nagrađena. Svet postaje, kao sada, odjednom lak i prozračan! Svet je ispunjen neverovatnom lakoćom! Maločas sam još jedva mogla da podignem ovu šolju sa čajem. Čak mi je i kašičica postajala svakog dana sve teža. Ali to je prošlost! Što da se sećam? Bože, pa vama se sigurno čaj ohladio?

II GOSPODA: Popiću ovu šolju čaja odmah, gospodo.

I GOSPODA: To mi je milo da čujem.

II GOSPODA: Popiću ceo čajnik ako hoćete... Slušaću vas. Biću vaša služavka.

I GOSPODA: Nije loša ideja. Odavno mi je potrebna jedna služavka. Ali da ne kradete šećer, možda?

II GOSPODA: Ne, gospodo. Ne kradem šećer.

I GOSPODA: Uostalom, s vremena na vreme možete da ukradete malo šećera.

II GOSPODA: Hvala vam, veliko vam hvala, gospodo!

I GOSPODA: Ali nemojte glavom da se šalite da upotrebljavate moju pomadu.

II GOSPODA: Neću, gospodo.

I GOSPODA: Uopšte, da niste dirnuli moja kozmetička sredstva! Spavaćete tu, na stolici.

II GOSPODA: Da, da, gospodo. Sve što vi hoćete.

I GOSPODA: Jedanput nedeljno imaćete izlazak. Četvrtkom, zar ne? Onda ćete moći da odete do predsoblja i da razgovaramo malo sa gospodinom Adamom. Ne prekidajte me! Jezik za zube! Možete i da se ljubite, ako baš hoćete. Znam ja vas, služavke: uvek se ljubite. Ali postarajte se da ja to ne vidim. Ne podnosim takve stvari.

II GOSPODA: Sve će da radim, gospodo. Samo neću više da vidim Adama! Oh, gospodo, služiću vas ali učinite da... da Adam ne bude više tamo. Oterajte ga, gospodo. Neka dune vетар, i neka odnese Adama.. Da, da, Adame, neka te vетар odnese! Gospodo, neka ga autobus pregazi... Oh, gospodo, imajte srca! Vi ste zli. Pakosni ste i zli. Ja vas mrzim, mrzim mrzim.

I GOSPODA: Mrzite me koliko hoćete. Neću.

II GOSPODA: Zar se bojite da bih ja nekom rekla? Draga moja priateljice. Ako se nas dve ne bismo razumele, zar ne? Baš sam srećna što ste me pozvali na čaj. Kakav čaj, ko bi se nadao?

I GOSPODA: Liptonov čaj. Originalno pakovanje. Ali neću pa neću.

II GOSPODA: Onda bar učinite da on ne bude lopov. Neka bude Adam, ali Adam koji nije lopov. Mogao bi sasvim lepo da piće s nama čaj. Valjda ne želite da pijete čaj s jednim lopovom, vi, jedna tako poštena žena.

I GOSPODA: Pa šta ako sam poštena? Ja baš volim što je on lopov!

II GOSPODA: Gospodo, znate li šta govorite?

I GOSPODA: Naravno. Nećete vi valjda da me učite. Volim što je lopov. Volim što ste vi jedna lopovska gospođa. To vam otvoreno kažem, iako nisam imala iskustvo sa lopovima.

II GOSPODA: Ali, gospodo.

I GOSPODA: Zamislite, da su došli neki pošteni gosti! Pa to bi bio užas! /TONOM POVERAVANJA/ Ti pošteni, mala moja, imam ih punu kapu. Oni su, reći ću vam, užasno dosadni. Ovako, bilo je vrlo zanimljivo, to ne možete da sporite! Da ste kojom nesrećom pošteni... pa to bi bilo užasno, a ja... ja bih bila kao i do sada. Jedna prosta, glupa, glupa žena koja ne može... čak ni kašičicu za čaj da podigne. Pogledajte samo mog Antona, molim vas! To je moj nekadašnji muž, zar ga se ne sećate? Još je tu. Ne znam, istina, još koliko ću ovde da ga trpim. Možda ću da ga oteram smesta, a možda ću ipak da mu dopustim da tu stanuje. Zauzima samo jednu stolicu. Pogledajte ga samo: kako je to jedan užasno dosadan tip, i čak /ŠAPATOM/ čak strašno glup. Takvog glupaka kao što je on nisam videla u svom životu! Ne? Ne nalazite da je glup? Slobodno recite. On vas ne čuje. On o svemu ovome pojma nema. On čak ne zna da ste vi ovde. Šta kažete? Čudite se? Ali,

zaboga, kako može da zna kada vas ja sanjam a ne on? Istina, on je zaključao vrata, on vas je uvredio, to je tačno. Ali samo zato, mila moja, što sam ja to htela. Možda nisam znala da hoću, ne kažem. Ponekad nešto hoću a ne znam da hoću, pa prosto samu sebe iznenadim. Da li da me to plaši? Ne, tako je mnogo interesantnije. Tako ja sebe zabavljam. Provodim se izvrsno. Obožavam iznenadenja. Odjednom, ja sam sebi vrlo tajanstvena. Sve je puno tajni. Svi ste vi moja tajna. Vi uopšte i ne postojite drugčije, mala moja, nego kao moja tajna, koju krijem od vas. I on je moja tajna koju krijem od njega. Volite li tajne? Ali to diže čoveku ugled u sopstvenim očima. Šta je čovek bez tajne? Šta sam ja bila - bez tajne? On je sve znao o meni. Sve? Glupak, kakav uobraženi prosti glupak i sebičnjak.

ANTON: /SMEJE SE/

II GOSPODA: On se sada smeje, gospodo. Zašto se smeje?

I GOSPODA: Jadnik. Šta mu drugo ostaje? Kazaću vam, mala moja jadna prijateljice: čovek bez tajne ne može da piće čaj. Da bih mogla da vas pozovem na čaj, moram da imam neku tajnu koju, uz čaj, mogu poverljivo da vam saopštим, samo vama, i nikome drugom!

II GOSPODA: Ali on se smeje. On vas je sigurno čuo.

I GOSPODA: Ništa novo. Pokušava da me probudi. Ali uživam što sedim preko puta njega i što on nema pojma o svemu ovome. Uživam što ovo krijem od njega. On ne vidi ni vas, ni gospodina Adama. Kakav glupak! Moglo bi sada svašta da se desi, on ne bi imao pojma o tome. Ja bih mogla kuću da upalim, sve da izgori već jednom, najzad! Ova prokleta kuća. Moje šolje za čaj. Vi, gospodin Adam, on čak, gospodo, da

izgori, i da nema pojma da je izgoreo.
Razumete li sada kakav je glupak sa kojim
sam ja osuđena da živim?

II GOSPOĐA: Gospodine Antone, čujete li me?
Odazovite se. Ona će da vam upali kuću,
ova veštica! Izgorećete u strašnom
plamenu. Zašto se sada smejete? Mi smo
zaključani. Ona će da nas upali. Probudite
se, gospodine Antone. Spasite nas.

I GOSPOĐA: Jadnice. Sve je to uzalud. Vičite vi, samo
vičite.

II GOSPOĐA: Oh, gospodo, Adam! Pogledajte Adama!

I GOSPOĐA: Vidim ga, pa šta?

II GOSPOĐA: Adam drži sekiru u ruci, gospodo. Eto
vam kad držite sekiru u pred soblju umesto
u podrumu. On ima neke namere... Ja
znam...

I GOSPOĐA: Možda i ima, šta ja znam.

II GOSPOĐA: Gospodine, čujete li me? Mi smo u
opasnosti, Adam je uzeo sekiru i sad stoji
tamo, ali svakog časa može da pode, a
onda će biti kasno, onda će biti strašno.
Nikada više neću moći da dodem kod vas
na čaj. Ne mogu valjda mrtva da pijem
čaj? Gospodine, molim vas: udarite
Adama stolicom po glavi. Budite samo
pažljivi. Ne bojte se ništa, on ne vidi. Ali
izujte cipele, jer on čuje. Ne znate vi kako
on dobro čuje. Niko ne zna Adama. Ni ja
ga nisam poznavala. Malo mu je što je bio
lopoval, nego hoće da bude i ubica! Adame,
nemoj da se ljutiš na mene. Shvati ovo kao
neku malu operaciju. To je za tvoje dobro,
dušo. Gospodine, šta čekate? Ne čekate
valjda da ja udarim svog rođenog muža
stolicom po glavi! Jadan Adam, siroti moj
Adam. Zar vam nisam rekla da on pati od
glavobolje! /PAUZA/ Adame!
/IZNENADENO/ Šta je to sada? Gde ti je
sekira? Gospodo, Adam ne drži sekiru. On

umesto sekire drži u ruci ruže. Divne velike crvene ruže kakve mi još nikada dosad nije doneo.

I GOSPODA: Ne vičite, gospodo. Pre svega, to nisu ruže nego karanfili. Ja ne trpim ruže. Banalno cveće. Ja volim karanfile. Hvala vam, gospodine Adame, što ste mi doneli karanfile, zaista sam vam zahvalna. Ali ipak ne mogu da primim vašu ponudu. Ne, to nikako! Ja ne mogu da budem vaša žena.

II GOSPODA: Adame! Adame! Zar te nije sramota?

I GOSPODA: Ali ne zbog toga što ste lopov, gospodine Adame. Valjda ne sumnjate? Ipak, ja sam jedna ozbiljna žena. A zatim, ma koliko da je moj muž jedan prostak i glupak, koga sam služila kao najgora služavka, uvek sama, nikada sa gostima, njegov zarobljenik, rob, rob! ipak je on moj muž, i ja imam razumevanja za njega. Ja ga sažaljevam. Bez mene, on bi propao. On ne bi znao čak ni koju mašnu da nosi. Kladim se da bi nosio mašnu sa krugovima, a ne mašnu na štrafte! Ne, gospodine Adame. Čovek ipak ima neke obaveze. Ako baš hoćete /ŠAPATOM/ ako želite toliko da me poljubite...

II GOSPODA: Ukrala si mi Adama. Dobila si Adama za jedan stari pokvareni časovnik.

I GOSPODA: Pa dobro onda, gospodine Adame. Neka ovaj san bude jedan savršen san: poljubite me. Ja vas čekam. Tu sam na stolici. Samo pravo, istim putem kojim ste otišli. Zatim malo levo, mislim... dva koraka levo, tu je stolica... A zatim desno... Da, gospodine Adame, desno, pazite da ne izgubite usput neki karanfil, pazite da ne padnete. Čuvajte se zida! Naročito obratite pažnju na zidove. Tu sam, tu sam. Oh, bože. Da se očešljam? Kako sada izgledam? Imam li još šešir sa nojevim

perom na glavi? Imam li na sebi pacova?
Ili lisicu?

ANTON: /SMEJE SE/

I GOSPODA: Ali, Antone, smej se malo posle. Molim te nemoj sad. Oh, Antone, izgleda mi da te sada bolje čujem nego maločas. Ljutiš se? Ali ne breba da se ljutiš! Zar si toliko užasno glup: pa ovo je samo san, koliko puta da ti kažem?

II GOSPODA: Smejte se samo, gospodine Antone. Ne popuštajte! Probudite je. Evo, njena glava se već diže. Ona neće ali njena glava se diže.

I GOSPODA: To je samo miris karanfila. To nije moja glava. Antone, smeješ li se još? Čini mi se da sam ti sad opasno blizu.

ANTON: Imaš pravo: dao sam časovnik na opravku.

II GOSPODA: /SMEJE SE/ Adame, jesi li čuo! Pa ti uopšte nisi lopov! Mi sad možemo da idemo kući. Čim dođemo kući skuvaću ti čaj.

I GOSPODA: To nije istina. To ne sme da bude istina. Gospodine Adame, neću valjda da se probudim? Ne dajte mi da se probudim, gospodine Adame. Ali vi ste ukrali časovnik mog muža. Ne mislite valjda da ćemo da vas pustimo da odete tek tako! Hoćete li ipak jednu šolju čaja? Evo, uzmite moju šolju. Hladan je, pa šta? Može da se pije i hladan čaj. Zar to ne znate? Ako nećete, uzmite kolačice, niste ih ni probali! Nije lepo, gospodine Adame, da se tako ponašate /uplašeno/ Ne vidim vas dobro. Ne vidim vas uopšte, gospodine Adame, pa vi ste lopov. Molim vas, budite lopov. Ne smete da me razočarate. Oči su mi još zatvorene, ali bojam se da se moja glava diže. Varalico. Nisi u stanju ni jedan časovnik da ukradciš! A tck da ubiješ nekoga, da upališ kuću, o

tome i da ne govorimo! Kladim se da ne
smeš ni kokošku da zakolješ. Gospođo
/PAUZA/. Ko u vašoj kući kolje živinu?
Ćutite? Kod nas ja koljem kokoške. On za
to vreme gleda kroz prozor. Ponekad čak
ode u bioskop. Zašto ne odgovarate ništa?
Gde ste se sakrili? Ali vi nemate razloga
da se krijete. Sad je kasno. On vas je
primetio. Ne bojte se. Antone, da ti
predstavim moje goste /PAUZA/ Oh,
Antone. Oh, deco, sad mi je potrebno
mnogo hrabrosti. Ja se vraćam.

ANTON: Pazi, ohladiće ti se čaj.

Priredila
Ružica Varda

Knjiga Milana Topolovačkog Pred slikom vremena izazvala je kontroverzna mišljenja kritike. U nameri da i nadalje razvijamo demokratski duh polemike koji se na stranicama našeg Časopisa oduvek negovao, objavljujemo dva suprotna mišljenja o ovoj knjizi.

Napominjemo da su recenziju i preporuku za ovo delo dali Momo Kapor, Dordije Popović i Boško Tomašević.

Redakcija

O TELEVIZIJI - TELEVIZIČNO

Milan Topolovački, Pred slikom vremena, traktat o televiziji, Biblioteka RTV - teorija i praksa, Beograd, 1988

Ovim esejom Milana Topolovačkog televizija je u nas dobila jedan sintetski pledoaje koji je i zaslužila kao medij koji integrira sve ostale medije: pismoslovni, tiskoslovni, govorni, slikovni, pa i trodimenzionalni (hologram).

Knjiga je pisana vrlo dopadljivim jezikom, protkanim bogatstvom metafora kojima se bit televizije uspješno dočarava i onoj publici koja je više njen konzument nego kritičar ili teoretičar.

U prvom dijelu „Mehaničko gledanje televizije“ autor objašnjava njene fizikalne osnove prijenosa signala, što je neophodna pretpostavka za dublje shvaćanje TV fenomena koji sve više osvaja svijet i koji će, neosporno, zajedno s kompjutorom dominirati u XXI stoljeću kao tzv. pokretni dinamički tekst i diskurz.

„Televizijski zapis“ je naziv drugog poglavlja u kojem se na primjeren način govori o specifičnosti TV kôda, njegove gramatike, sintakse i stilistike, jer je to jedan drugi, totalniji govor od svih do sada nam poznatih govora. Budući da taj opći TV kôd ima svoje ekspresivne specifičnosti, autor konstatira kako su njemu najprimijereniji informatično-politički žanrovi i kazivanja, zatim feljtonsko-dokumentarne naracije širih dijapazona i kulturno-umjetničke „resekciјe“ kao multimedijski totalni izrazi života.

Nakon toga autor u trećem poglavlju, „Jezik televizije“, analizira specifičnosti TV jezika koji je „u svoj svojoj sveopštosti zbir dramaturških i lingvističkih zakonitosti“ (str. 38), tj. totalni izraz koji u sebi sintetizira prvenstveno audio i vizualne izražajne komponente.

Četvrto poglavlje, „Audiovizuelni sistem“, dalje razraduje tu sintetsku specifičnost TV jezika, u prvom redu s obzirom na bazičnu činjenicu da je „televizijska slika u isto vreme i slika i reč, matematičko sredivanje miliona crno-belih čestica našeg lika u etru i kroz etar, ona je echo tehničke reči našega raspevanog, suludog veka“ (str. 47).

Nakon što je time apsolvirao opću problematiku TV retorike i dramaturgije, autor u slijedećim poglavljima ove knjige analizira i posebne relacije televizije prema drugim, srodnim medijima i sistemima ljudskoga izraza. U petom poglavlju se tako govori o „dijalognu televizijske drame“ koji „u dimenzijama elektromagnetskog talasa dolazi, spontano, do nove magije, do totalnog verovanja u dramske mogućnosti insertiranog života kod televizijskih gledalaca... U dramaturškoj dijagonali dijaloga i monologa, scene-kutije i filmskog insertiranja, razumnost postojeće mehanike dovodi u vodstvo njenu elektronsku kombinatoriku iznad magije pozornice da bi istinom posvedočila život drami“ (str. 52).

Analizirajući u šestom poglavlju odnose radija i televizije, autor naglašava sličnosti i razlike. Govor je tako na radiju izrazio sintetičan, to je jednodimenzionalna ekspresija zvukom, dok je TV govor analitičan, tj. svodi se na jednu komponentu televizijskog

dramskog totaliteta i spektakla koji opaja sva čula zbog čega je televizija danas najupečatljiviji masovni medij.

Sedmo poglavlje je posvećeno analizi odnosa između filma i televizije. To je odnos tzv. srednjeg i malog ekrana i s tim u vezi autor ispravno uočava glavne izražajne karakteristike jednog i drugog medija.

U osmom poglavlju se tretiraju odnosi pozorišta i televizije, a u devetom „nastava i televizija“. Fenomenu tzv. teleobrazovanja autor s pravom obraća posebnu pažnju, jer se televizija na području edukacije iskazala kao mnogo jači medij od institucionaliziranih oblika stare škole. Posebno televizija odložnog releja (video-kasete) omogućuje neslućene mogućnosti individualizacije obrazovanja, što će sadašnju školu preobraziti da radi po mjeri učesnika a ne po sadašnjoj mjeri tzv. uprosječenih, statističkih imaginarnih učenika.

Kad je riječ o odnosu poezije i televizije (deseto poglavlje) autor je skeptičan i tvrdi da „kako se već radi o reprodukovanim stihima na televizijskim ekranima, ne treba po svaku cenu forsirati vizuelan okvir emisije i to pod izgovorom da se tako gledaocu lakše prezentuje stih. Trebalo bi, upravo doslovno i dosledno, poštovati izvornu logiku i jedinstven smisao poruke sa što manje spoljašnjih pomagala“ (str. 108). Budući da je u svim drugim domenama tvrdio upravo suprotno (totalno prožimanje svih izražajnih momenata), ovo odstupanje je unutrašnja inkonzistencija autora. Osim toga predstavnici tzv. nove „vokovizuel“ poezije tvrde da je televizija omogućila i jedan novi pjesnički izraz: sinergiju svih ekspresivnih dimenzija.

U jedanaestom poglavlju, gde se prikazuje odnos sporta i televizije, autor je opet u okvirima svoje temeljne postavke o potpunom prožimanju audiovizuelne komponente, što je upravo dominanta u izravnom ili odložnom prezentiranju velikih sportskih spektakala koji gledaoce dovode do delirijske identifikacije.

U posljednjem, dvanaestom poglavlju autor trrtira televiziju u službi vremena, što je ujedno i zaključno razmatranje ovoga dopadnog cseja u kojem je poanta da je „vreme dugog vremena davno isteklo“ (str. 124).

„Naša televizija se nalazi pred slikom ovog vremena; ono je političko a ona mu svesno robuje. Tako je to danas! A da li će u budućnosti biti, možda, obratno?“ (str. 124).

S ovim retorskim pitanjem autor efektno zaključuje svoj sintetski diskurs s fenomenom televizije kojoj proriče, opravdano, veliku budućnost. Opće je značenje ove knjige da uvodi gledaoce i obožavaoce TV ekranu u novu retoriku elektroničkog medija koja je u stanju (već danas) da vrijeme sabija, rasteže i na taj način aktivno utječe ne samo na percepiranje svijeta, nego i na formiranje ukupnog našeg ponašanja. Osnovno je značenje ove knjige da je ona jedan popularni pledoaje za televiziju.

Mario Plenković

MILAN TOPOLOVAČKI, „PRED SLIKOM VREMENA”

*Traktat o televiziji, Biblioteka RTV - teorija i praksa,
Beograd, 1988*

Osnovni zadatak kritičara je da jasno odredi predmet svoje kritike, opiše ga, objasni njegovu aktuelnost, ukaže na nova saznanja i njih kritički oceni, a delo kao celinu smesti u širi kontekst. Kritičar, dakle, vrednuje, a sama pojava kritike već treba da znači izvesnu selekciju. Nevredne knjige obično ignorišemo. Međutim, knjiga *Pred slikom vremena* ne pruža radost kritičaru, a još manje priznanje autoru. Toliko je savršeno neodređena, prepuna proizvoljnosti i neistina da je pravo čudo kako se mogla i pojaviti.

Pred slikom vremena je neinformativan naslov, ni na šta ne upućuje, nikoga ne obavezuje, a po formi je sličan tipično lošem pismenom školskom zadatku („Pred spomenikom pesnika“). Ni dodatak naslovu „traktat o televiziji“ ne znači bliže određenje, a još manje odgovara istini. Za *traktat* su znali još antički autori, i grčki i rimski. Traktat (lat.) znači i danas „teorijsko delo koje raspravlja o nekom pojedinom pitanju“. Ovde nije reč o teorijskom delu, jer teorija znači logičko uopštavanje iskustva, rukovođenje idejama i naučno tumačenje. Umesto „raspravljanja“ autor knjige nudi lirske meditacije, neosnovane tvrdnje, proizvoljna tumačenja i, najblaže rečeno, zbrkane misli. „Slika vremena“ je nepodesna metaforika za označavanje televizije kao medija.

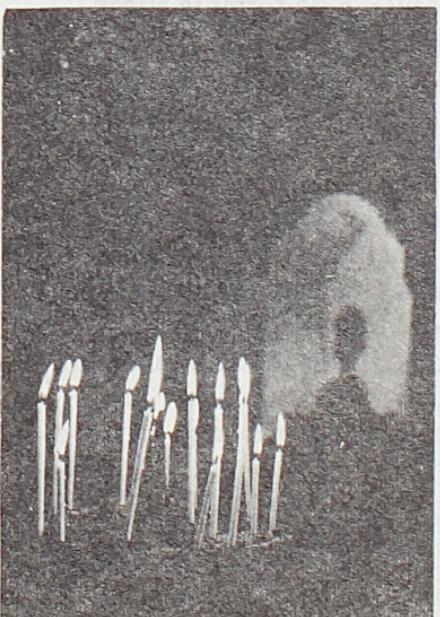
Naslovi u sadržaju knjige, s izuzetkom prva dva (Mehaničko gledanje televizije, Televizijski zapis, Jezik televizije, Audiovizuelni sistem, Dijalog televizijske

drame, Radio i televizija, Film i televizija, Pozorište i televizija, Nastava i televizija, Poezija i televizija, Sport i televizija, Televizija u službi vremena) - obećavaju naučnu studiju, jasno su formulisani, informativni su i sugeriju pretežno komparativnu analizu kao istraživački postupak. Oni su i najvredniji u knjizi. Tekst ispod njih, međutim, izneverava dobre ideje.

U prvom naslovu „Mehaničko gledanje televizije“ autor pokušava naivnim čitaocima da predstavi televiziju kao „mehaničko gibanje elektrona“ (to ponavlja 8 puta, a do kraja knjige ne vredi ni brojati) zaboravljujući da je televizija složen proces prenošenja optičkih scena pomoću elektromagnetskih talasa, a da je „gibanje elektrona“ apsolutno nemoguće. Pesnički pristup („...televizija se uvlači u gledaočev život poput sna i ne skrivajući se, u potpunosti ovladava njegovom pažnjom, psihom pa i čitavim načinom bitisanja“, „...zavladala gledaočevom kućom, porodicom i intimom spavaće i dnevne sobe, te njegovim ukusom, željama i estetskim kriterijima“, „...ne postoji biće na zemljinoj kugli koje je tako elokventno, intimno i neposredno“) u obradi ove ozbiljne teme nudi poluistine, neistine i preterivanja, oduševljavanje bez razloga i neku glorifikaciju.

Proizvoljna je, neuverljiva i ni sa čim izričita tvrdnja „Na

samom početku tzv. širok sloj gledalaca nije mogao dramu prihvatiti kao kulturnu tekovinu svoga nedovoljno razvijenog duha“. A takvih tvrdnji i „literarnih“ maštarija je sijaset. Evo nekoliko bisera: „Ni novine, ni film pa ni radio, moramo reći, nisu u stanju da gledaocu - parazitu (kakav pogrdan izraz! - R.Ž.) pruže informaciju sa toliko vizuelnih (i auditivnih)



elemenata"; „...televizijski program, gotovo u celini, može pratiti potpuno nepismen gledalac"; „...ovaj medij se do katastrofalnih razmara uvukao u gledaočevu psihu da preti da uništi čak i sam brak, brak kao ljudsku instituciju!" itd. Nekritički i naivno, nenaučno deluje tvrdnja: „Naime, duševna napetost pojedinaca i pritisak okoline na celokupnu ljudsku ličnost često se ne može razrešiti u normalnim ljudskim odnosima. Takav čovek traži izlaz u svetu iluzija; samo da bi odagnao od sebe nevolje on provodi časove i časove pred televizijskim prijemnikom. Tu je reč o ljudima koji su izgubili posao, prijatelje, imanje, koji su na bilo koji način primorani da se povuku iz javnog i društvenog života, da žive usamljenički." Crnje predstave o televiziji i gledaocima zaista ne postoje. Pesničkoj mašti je sve dozvoljeno, pesniku se sve može, da je crno - belo, a belo - crno, pa su takva i preterivanja o prisutnosti televizije, tj. televizijskog voditelja „za sve vreme učenja lekcije plavokose devojčice, dečačkog nestašluka u krugu ogromne kuće; njegovo znatiželjno oko viri kroz ključaonicu na vratima kupatila, prilikom intimne pripreme zvezdoke devojke za izlazak, kuhinjski lonac, trepezarijski tanjur i džezva crne kafe nisu oslobođeni prisustva voditeljevog i njegove znatiželje". Komentar ovako prostom iskazu zaista nije potreban, kao što kritičaru nije dozvoljeno da se iščuđava pred nepismenim tekstrom: „Njega interesuje sadržaj odredene epizode, jer u njenom okviru on (gledalac), igra ulogu svog dvojnika (stvarnog interpretatora TV epizode!) izdvojenog junaka, rediteljskog 'izabranika'... uveren da je baš to njegov život... njegova okolina... ulica... preneti dogadaj... porodica... kuća... san i java... tuga i sreća... Nadanje... Patnja... Ljubav... Budućnost... Strepnja..." (str. 13). Kad bi sve ovo bilo istina, ako se ona može i razabrati, nama ostaje samo da od televizije strepimo.

Dosledan svojoj maštariji, pošto je pošao od pogrešne teze o „mehaničkom gibanju elektrona", autor izvodi još nelogičniji zaključak „mehaničko gibanje elektrona, dakle, koje uslovljava mehaničko gledanje, u svakom slučaju je veoma dug proces". Ovolika fantazija i nelogičnost nije svojstvena čak ni u fantastičnoj prozi.

U interesu autora, čitalaca i televizije naslov
"Televizijski zapis" ne treba komentarisati, jer bi to bilo pogubno.

U odeljku „Jezik televizije“ autor tvrdi da je TV „u konstelaciji literarnog i novinarskog izraza“ bez sopstvenog izraza i da koristi jezik drugih institucija, tj. oslanja se na „jezik starog pozorišta i novog filma“. Neistinita je tvrdnja da TV „ne traga za iznalaženjem novih, sebi svojstvenih govornih i jezičkih mogućnosti; u folklornom bogatstvu idiomatske logike, kaleidoskopskim reminisciranjem lingvistike i estetskom odabiru leksičkog, ubaštinjenog nacionalnog blaga, u sinonimičnosti reči i literarnoj misli“ (str. 35). Da je kojim slučajem živ Vuk Karadžić, autoru ove knjige odmah bi prilepio da ne zna ni šta je televizija, ni jezik, ni lingvistika, ni sinonimičnost, ni literatura. To isto važi i za nebulozne misli na str. 35: „Pod snažnim dejstvom novinarske informacije (i razuma jedne „roto-tehnike“!) ona nesvesno sputava sublimnu sugestiju raznorodnih, jezičkih (estetskih) i umetničkih (etičkih) fleksija na relacije svakodnevnog govorenja, razvojni uspon reči (dakle, misli!) svodi na racionalni konstruktivizam audiovizuelne televizijske forme elektronike i mehanike; aktivnog gledanja i pasivnog slušanja“. Autor ne zna da *ratio* (lat.) znači razum, pa kaže „Permenentno racionalan, ali i misaon...“, smatra da se frazama, uz upotrebu stranih reči, jeftino dolazi do slave učenog: „novinarski verbalizam“, „literarni egzibicionizam“, „brioidna i dinamična sprega mehaničkog gledanja“, „retorično i glagoljivo“, „registruje i formuliše (reklo bi se - informiše) gledaoca vokalitetima o redosledu slika na ekrantu“, pa su tu i: sveukupnost, sveopštosti, kao takav, odnos racija i logike prezentovanja itd. Zanimljivo je da se autor deklarativno zalaže za „lakorazumljiv“ jezik TV, za književni, za neki „nov jezik - jezik elektromagnetskog snovidenja“, a u njegovom saopštavanju upravo nema logike već prevladava romantični zanos bez istinskog razloga.

Stručne i naučne primedbe mogu se izreći i na odeljke „Audiovizuelni sistem“ i „Dijalog televizijske drame“. U ovom drugom autor knjige pokazuje da se ne razume ni u

rediteljski posao, ni u dramatizaciju, ni u retoriku. Netačno je da se u televizijskoj dramatizaciji treba čvrsto držati „osnovnog zapleta i kompletne dramske radnje (koja je postojala u provobitnoj književnoj vrsti)“.

Poigravanje neskladnim sintagmama i nelogičnim pojmovima ilustruju i ovi primeri: „Logika TV drame je dramaturški proračun zaraćenih ideja, dok se logika romana i pripovetke uokviruje samo na dijaloškoj i monološkoj formi sugerisanja. Zajedničko im je, dakle, samo: mogućnost dijalogiziranja i transfernog sopštavanja, tj. poručivanja.“ (str. 55); „jer, televizijska sugestija prerasta magiju hrama boginje Talije; njena magija je eterično saopštavanje elektronike i mehanike“.

Sadržina narednih odeljaka trebalo je da iskaže odnos televizije i radija, filma, pozorišta, a autor je još upleo i nastavu, poeziju i sport. Koja i kakva nova saznanja nudi autor? - Odgovor je jednostavan: nude se samo zablude, a novih saznanja nema. Tako, na primer, nije jasno kako *reč, kao osnovica radiofonskog sugerisanja* „predstavlja u isto vreme i metod princip radio-fenomena“, pa se tvrdi da je „i fluid i materijalna istina; misao i zvuk, etarska logika i svemirska alogika“. Ovde je reč dobila odredbu „radiofonski valer“, pa u njoj ima „pedagoške bistrine i filozofske doktrine“, a jedna od tvrdnji je da je TV gledalac u prednosti „gledajući razumnu sliku u malom ekranu, on je u stanju da prati izvesne događaje, doživljaje, rezultate njemu do tada nepoznatih disciplina, te do tada neviđenih sportskih takmičenja, bez ikakvih predznanja, pravila i tome slično“. Drugi podaci o radiju su prepisani, preuzeti. *Film i televizija* se za autora suštinski razlikuju, mada su na prvi pogled slični. Tu se, između ostalog, mogu pročitati misli „film je ostao u televizijskoj upotrebi kao priznato i davno oprobano tehničko i umetničko sredstvo“ (šta je tu novo?), te da nije u potčinjenom i podredenom položaju u odnosu na televiziju, jer će imati „sopstveni profil i specifičnu epistolu“, a televizija će nastojati da se osloboди filmske trake. Zanimljiva je ideja o „manipulaciji najobičnijeg inserta“, a kad govori o filmskoj kameri, kaže „i u sukobima tog istog vremena (a u prvoj fazi filmskog beleženja van vremena, a u vremenu!) i resekcijama socijalne i političke prirode filmska kamera, vođena

budućom rečju televizijske emisije, pomno registruje život van vremena" itd. Sve je autoru izmešano: filmska kamera i filmska traka, estetski nije što i umetnički, "gledalac otvara televizor po značaju i vrednosti izvesnih emisija, a ne po snazi izvesnih priloga" itd. Jedna od isforsiranih tvrdnji je i da „televizijskog gledaoca uglavnom interesuju teme iz njegove okoline, iz njegovog vremena, iz njegovog društva, tačnije, on od televizije zahteva da i na filmu, kao i u drugim emisijama, pokuša da ocrta to njegovo vreme, odnosno njega samog u tom vremenu". Kad se zaboravi, nastanu i ovakve elipse: „poezija života. Nedosanjani san vasione!", ili nastupi i ovako stanje duha: „Jer jezik, kao filmski izraz, crtanim filmu nije ni potreban; to je govor slika... govor televizijskog osnovnog principa... sa puno mašte... boje... i emocije! Večiti krug... istina... život... I, stvarnost!..." (str. 79). Istinskih razloga za ovako emocionalno saopštavanje zaista nema.

U delu „Pozorište i televizija" mnogi iskazi su sumnjivi. Televizijska drama je za autora „ozbiljna prepreka za dalji razvoj i sudbinu teatra pa i filma kod nas, u našem vremenu" - što govori da autor upravo ne poznaje suštinu ni televizije, ni pozorišta, ni filma. Meditacije i bezrazložna uzbudjenja su i ovde zauzela previše mesta: „anonimna, nepoznata ili gotovo nepoznata", „dubioznost kauzalnosti elektronike i visoke literature", „televizija svesno ruši sopstvenu, dramsku programatiku mešajući razne i raznorodne stilove glumačke igre." Autorove poruke su zaista nevredne, jer i deca iz iskustva znaju da se na TV ekranu „u sasvim različitim dimenzijama odigrava se dramska radnja pred očima pozorišnog ili televizijskog gledaoca", ali ga je autor još nazvao i „scenski portal". U istom stilu su i zapažanja o „teatarskoj iluziji", o mizanscenu itd.

Nespretna glorifikacija televizije sadržana je i u odeljcima o nastavi i o poeziji. Tim maštarijama čitaoci zaista ne treba zamarati. Onaj ko dođe do kraja knjige, može konstatovati da je zalud izgubio vreme, a onaj ko nije čitao - bar je pošteđen napora. Ovo su vrlo blagi izrazi za učinak ove knjige, za pomenjnu koju unosi u davno utvrđena shvatanja o televiziji i srodnim medijima.

Jednom rečju, knjiga koja je okrnjila dostojanstvo ovog značenja.

Na osnovu izloženog može se zaključiti da je reč o neobičnoj „knjizi“, originalnoj, savršeno neodređenoj, sa puno apstrakcije i meditacije, veoma ličnoj u kojoj su i jednostavne istine očima pesnika videne kao složene.

Možda je u našem društvu moguće i ovakve knjige štampati? Društvena sredstva uzaludno trošiti je greh i on pada na dušu izdavaču, redakciji i recenzentima. Kritičar je razočaran i iskreno odbolovao nedostatke ove knjige koju ne može preporučiti đacima i studentima, budućim novinarima.

Radomir Životić

BIBLIOTEKA RTV - TEORIJA I PRAKSA

Uradna i privata - VTS, najveća knjižnica

U srednjem razredu, bezgovorni 09011

000-000-0000

Akademija i zdravlje -

"Akademija i zdravlje - VTS, najveća knjižnica

V srednjem razredu, bezgovorni 09011

000-000-0000

Akademija i zdravlje -

ŠTAMPANO:

- SVETLOST I FILMSKA TRAKA, Stevan Landup
- ANTOLOGIJA TV DRAME, TV Beograd
- SLOBODA INFORMACIJA U SAMOUPRAVLJANJU, dr Zdravko Leković
- VESELO VEČE - TRIDESET GODINA, izbor tekstova
- O KULTURI GOVORA, Đorđe Kostić
- IZBOR RADIO-DRAMA, iz programa Radio-Beograda
- SAVREMENE KOMEDIJE, izbor iz programa Radio-Beograda
- NASILJE I TELEVIZIJA, mr Nevenka Perković
- TITO O INFORMISANJU, Miroslav Đorđević
- SVET RADIO-DRAME, Gojko Milić
- VOKALNA LIČNOST RADIJA, mr Aleksandar Dragojlović
- SLIKA U TELEVIZIJSKOJ INFORMACIJI, Stevan Landup
- TELEVIZIJA I UČENJE STRANIH JEZIKA, mr Mira Kun
- PRED SLIKOM VREMENA, Milan Topolovački

SPECIJALNA IZDANJA:

- ČASOPIS „RTV - Theory and Practice“ (na engleskom jeziku), br. 1, br. 2, i br. 3.
- VUK, TELEVIZIJA, FOTOGRAFIJA, Ljubinko Kožul
- TV LICA, Ljubinko Kožul

"RTV - teorija i praksa" izlazi 4 puta godišnje. Cena primerka u prodaji 1, 25 dinara. Godišnja preplata 4, 00 dinara. Uplata na tekući račun 60806-603-24812. (Društveno preduzeće RTB sa p. o., za časopis "RTV - teorija i praksa").

*Adresa: Redakcija „RTV - teorija i praksa“
11000 Beograd, Kneza Miloša 7
Telefon 345-260*

- STAVIMANO:
- SVETLOST I FILMSKA TRAKA, Štefan Ljubić
 - ANTOLOGIJA TV DRAMA, TV Beograd
 - SLOBODA INFORMACIJA U SAMOUPRAVILJANU, dr. Zoran Đorđević, Feđo Đorđević
 - VESELO VECI - TRI DRESER GOĐINA, iz spot i predstave
 - O KULTURI GOĐOR, Đorđe Kostić
 - IZBOR RADI-O-DRAMA, iz predstave Radio-Drama
 - SARAJEVSKE ROMBUDNE, iz spot i predstave Radijo-Budućnost
 - NASTRE I TELEVISION, mrs. Nevenka Pažović
 - ITILO O INFORMACIJU, Milosavljević Đorđević
 - SVET RADI-O-DRAME, Goran Milićević
 - VOKALNA LIGONIST RADNA, mrs. Alena Đorđević
 - STVAR U TELEVIZIJSKOJ INFORMACIJI, Štefan Ljubić
 - TELEVISION I UGEME STRANIH JEZICA, mrs. Mira Krušić
 - PRED SLIKOM ARMENIA, Mihailo Topalović
 - SPREČIVANJE ISLAMIMA
 - GAZOPIS RTV - TRGOVINA SAD PRAĆICE (na engleskom jeziku), dr. I. pl. S. I. M. S.
 - AVK, TELEVISION, FOTOGRADNA, Ljubomir Kostić
 - TATJO, Filipin Živković



Izdaje
Radio-televizija
Beograd
Takovska 10