



TEORIJA I PRAKSA
61 ['90]

Glavni i odgovorni urednik	PRVOSLAV S. PLAVŠIĆ
Urednik	RUŽICA VARDA
	STANKO CRNOBRNJA MIROLJUB JEVTOVIĆ MIRA KUN SRĐAN BARIĆ TOMISLAV GAVRIĆ RADOSLAV LAZIĆ MARIO PLENKOVIĆ ĐORĐIJE POPOVIĆ MIROLJUB RADOJKOVIĆ ALEKSANDAR SPASIĆ ALEKSANDAR TODOROVIĆ MIHAILO TOŠIĆ ANA ŠOMLO
Redakcioni odbor i Uredništvo	
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	LAZAR MILOŠEVIĆ
Grafička poglavlja	ZORAN BLAŽINA
Štampa	ŠTAMPARIJA MARKETING CENTRA RADIO-TELEVIZIJE BEOGRAD Kneza Miloša 7a



TEORIJA I PRAKSA

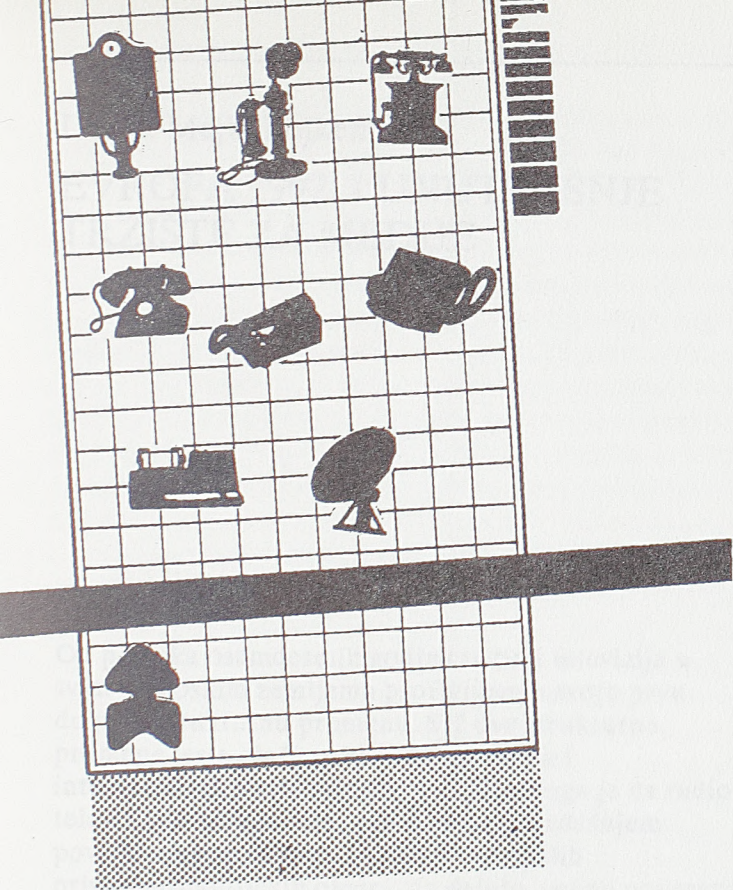
61 ['90]

Izdaje Radio-televizija Beograd

YU ISSN 0351-6008

- | | | |
|-----------------------|------|---|
| KOMUNIKOLOGIJA | [7] | EVROPA 1992. I
UNUTRAŠNJE TRŽIŠTE
ZA MEDIJE/Džord-Majkl
Lojken |
| | [27] | KORNJAČA I ZEC ILI
BUDUĆNOST
RADIO-DIFUZIJE/Aleksandar
Todorović |
| RADIO | [39] | OSOBENOSTI
RADIO-STRUKTURE/Vlatka
Krsmanović |
| | [51] | DOGAĐAJI NA RADIO-
-TALASIMA (IX)/Raško V.
Jovanović |
| | [65] | KOLOPLETI GOVORA I
ZVUKA (IV)/Đorđe Đurđević |
| | [82] | OD KUTIJE KOJA SVIRA DO
RADIJA KOJI SE GLEDA
/Dragutin Bunović |
| TELEVIZIJA | [99] | „LA SEPT” - EVROPSKI
TELEVIZIJSKI PROGRAM
/Mira Kun |

- [104] RAZUMLJIVOST TV
DNEVNIKA MEĐU
UČENICIMA/Gordana Đorić
- [115] ANALIZA REKLAMNIH
PORUKA NA TELEVIZIJI
BEOGRAD/Nataša Mihajlović
- [131] PREVOD STRANOG
FILMA I PREVODILAC
FILMA/Dimitrije Buntić
- [139] OSVETA TONSKE
KAMERE/Blagoje Danilović
- DOGAĐAJI** [145] „KOMUNIKOLOŠKI”
RIZIK/Vanda Krajinović
- VREMEPLOV** [151] „LJUDI GOVORE” - TRIDESET
HILJADA DANA I NOĆI
MALIŠE BEŠEVIĆA/Ružica
Varda
- PRIKAZI** [165] JEDAN MODEL
ISTRAŽIVANJA
KOMUNIKACIJE/Zora
Otálora, Prvoslav S. Plavšić i
Branislav Mijatović,
- BIBLIOGRAFIJA** [171] Bibliografija časopisa
„RTV - teorija i praksa” od
broja 52 ('88) do broja 59-60
('90) /Gordana Mavrić



komunikologija

Džord-Majkl Lojken

EVROPA 1992. I UNUTRAŠNJE TRŽIŠTE ZA MEDIJE

Od početka osamdesetih godina radio i televizija u svim evropskim zemljama proživljavaju svoju prvu duboku strukturnu promenu. Srž ove strukturne promene jeste ojačana komercijalizacija i internacionalizacija medija. Posledica toga je da radio i televizija ne mogu više, kao u svom dosadašnjem povlašćenom položaju, po strani od opštih privredno-političkih okvira, da deluju, već su povezani u ovim uslovnim parametrima. Takav okvirni privredno-politički razvoj je samo korak ka stvaranju unutrašnjeg evropskog tržišta, koje će direktno ili indirektno uticati na sve medijske kuće i njihove proizvode.

1992: PROMENE U OKVIRNIM POLITIČKIM USLOVIMA

Od 1985. godine Komisija Evropske zajednice (EZ) prati jedan od svojih najambicioznijih i verovatno najobuhvatnijih ciljeva: stepenasto izgrađivanje unutrašnjeg evropskog tržišta u okviru, u tom trenutku, 12 članica Evropske zajednice, koje treba da bude stvoreno do kraja 1992. godine. Ovo tržište će, u suštini, služiti prestrukturisanju i stvaranju novog poretka sledećih oblasti: razgradnji svih vidljivih trgovinskih ograničenja kao i svih znanih formalnosti

pri prelasku granice i otpreme kako lica tako i dobara; razbijanju svih nevidljivih prepreka za proizvodnju i trgovinu, kao i različitih tehničkih standarda, državnih mehanizama subvencionisanja i tarifno-političkih specifičnosti ili nejedinstvene pravne regulative zaštite autorskih prava i obeležavanja roba. Uklanjanjem ovih i drugih vidljivih i nevidljivih prepreka u proizvodnji i trgovini unutar EZ treba da budu konačno realizovane velike ekonomske prednosti slične onima unutar američkog i sovjetskog tržišta. Najnovije studije govore o ciframa između 60 i 100 milijardi ekija godišnje, ili o realnom porastu bruto društvenog proizvoda od 2 - 4 procenta¹.

Da li će ove projekcije biti dostignute u željenom obimu i vremenskom okviru ili ne, manje je važno od činjenice da EZ ulaskom Španije i Portugalije dostiže kritičnu masu od preko 90% svih stanovnika zapadne Evrope sa sličnim visokim udelom uvažavanja. U Rimskim ugovorima pismeno potvrđena politička volja država učesnica i izvršni mehanizmi na bazi jedinstvenih evropskih akata dorasli Komisiji i Evropskom parlamentu imaju tako zavidnu osnovu na kojoj može biti realizovano stvaranje i regulisanje jedinstvenog evropskog istraživačkog i razvojnog, proizvodnog i trgovinskog, ali i životnog i radnog prostora. Na nacionalnoj ravni još umnogome potcenjeno dejstvo smernica EZ sastoji se u tome da zemlje članice u određenom roku moraju da ih unesu u svoju pravnu regulativu - pravni sistem EZ, dakle, dodatno opterećuje nacionalno pravo. Ovo dugoročno znači da Zajednica svakom smernicom dobija deo moći, a na nacionalnom nivou se, istovremeno, gubi deo suvereniteta; regioni u Evropi dobijaju na značaju i rastu, tako da se nalazimo u jednom istorijskom procesu centralizacije unutar Zajednice, slabljenja nacionalne države i regionalnog jačanja. Da li se emocionalno odobrava ili ne, ovaj proces konačno pruža realnu šansu da se postignu odgovarajuće

1 Up.: Cecchini Paolo, *The European Challenge 1992: The Benefits of a Single Market*, Aldershot, Wildwood House Ltd., 1988.

privredne i tržišne veličine kao i regionalno ujednačavanje interesa, naročito između jačih i slabijih evropskih privrednih prostora, miroljubivim putem a ne, kao što se dva puta u ovom veku već dogodilo, putem sile.

Do sada je ovaj, u prvom redu privredno-politički zasnovani proces, pre svega prihvaćen od velike evropske industrije. Firme kao „Oliveti” i „Filips” ne definišu više svoju nasledenu zemlju porekla već Evropu kao domaće tržište i osnovu za svoje svetske aktivnosti. Tako prispela evropeizacija privrede i proizvodnje imaće uzastopno i direktno delovanje na reklamnu, a onda i na ukupnu medijsku industriju. Uporedo s tim će i rastući privredni interni pritisak čak i medijsku industriju znatno usmeriti ka aktivnostima i na međunarodnom tržištu.

1992: PROMENE U OVKIRNIM EKONOMSKIM USLOVIMA

Centralna tačka novog medijsko-ekonomskog spoja, koji se sada lagano stvara, jeste da se, s jedne strane, medijska ponuda - naročito broj radio i televizijskih kanala sa celodnevnim vremenom emitovanja, kao i rasprostranjenost video-rikordera - poslednjih godina znatno uvećala, ali, s druge strane, potražnja tog potencijala ponude nije rasprostranjena kako se želi. Naprotiv: individualno korišćenje medija je u okvirima dnevnog vremenskog potencijala veoma neelastično i nekad relativno homogeno radijsko tržište nije više na raspolaganju kao takvo, već se pri tom menja u komplikovano, heterogeno tržište sa rascepkanim ciljnim grupama i, poređenja radi, malim udelom tržišta za različite nudioce. U ovom, doista, otvorenom potencijalu primanje reklama je još uvek veličina sa kojom se malo računa, koja se, po pravilu, i dalje spekulativno uvodi već prema stanju zainteresovanosti.

Iz multiplikovanja ponude i podeljenosti tržišta proizlazi da naročito skupi i nadregionalni mediji kao što su televizija i publicistika (časopisi) ne mogu sebi više da obezbede prihode na prvobitnim tržištima, već

moraju da tragaju za većim izvorima prihoda. Ova spoljna konkurencija u nadmetanju za programski materijal dovodi do toga da u oblasti radija povećana potražnja podiže i njihovu cenu: troškovi za sticanje prava, naročito za prenošenje sportskih priredbi, za kupovinu programa, ali i za sopstvene produkcije proteklih 5-10 godina porasli su između 300 i 700%. Direktna pad troškova može se ovde realizovati samo marginalno a to se može postići, strogo uzev, preko zajednice za proizvodnju, zajednica primalaca i prodaje.²

Smanjivanje troškova u situaciji porasta proizvodnih rashoda i izdvojenog gledalačkog tržišta moglo bi se planirati srednjoročno, ukoliko ne budu pronađeni alternativni i drugi novi putevi za njihovo dovođenje u ravnotežu. Kratkoročno se to, doduše, može postići uvećanom ponudom jeftinih programa ali ipak, time se srednjoročno i dugoročno ne može opstati ni u spoljnjoj konkurenciji, niti se može izbeći preteća opasnost da se televizija u konkurenciji sa drugim medijima degeneriše u „dosadan“, konačno beznačajan medij i time sebi uskrati sopstvenu ekonomsku osnovu.³

U internoj osnovi za kalkulaciju zajedno, dakle, treba uzeti dva vektora proizvodnje u pooštrenom ekonomskom pritisku na radio-difuziju u svim evropskim zemljama: spoljnu konkurenciju proizašlu iz multiplikovanja ponude i usitnjavanja tržišta i promene proizašle iz povećanja programskih troškova i podeljenosti gledališta. Za skupi i rizični medij televiziju ostaje, pri tom, povećana orijentacija na tržište izvan nasleđenih regionalnih i nacionalnih oblasti, najpre unutar sopstvenog jezičkog područja, a onda i izvan njega, kao alternativa za izbegavanje dvostruke novčane stupice, ali i za dugoročno izbegavanje sopstvene marginalizacije.

2 Luyken Georg-Michael, „Hilfreiches Kleinklein? Bundesdeutscher TV-Föderalismus in Europa“, „Crkva i radio“, br. 73/88.

3 Luyken, G.M., isto, str. 7.

EVROPSKO MEDIJSKO TRŽIŠTE

Evropsko medijsko tržište je, s jedne strane, najveće medijsko tržište zapadnog sveta a, s druge, rascepkano u mnogobrojne kulturne i jezičke prostore.

Audiovizuelni mediji

Evropsko medijsko tržište obuhvata, upoređujući jačinu kupovne moći, za trećinu više lica i domaćinstava nego severnoameričko (v. tabelu1). Opremljenost TV i radio-aparatima, naročito drugim i trećim aparatom je, ipak, značajno manja nego u Americi, a posedovanje video-rikordera nalazi se za dobrih 25% ispod onog u SAD. Kod obrade podataka o komunikacijama tipični grafikoni opremljenosti dopuštaju da se u Evropi izvede zaključak o kontinuiranoj nabavci i posedovanju drugog i trećeg aparata, a pre svega video-rikordera, i u narednim godinama.⁴

Tabela 1 EVROPSKO I OSTALA TV TRŽIŠTA
(U MILIONIMA)

	Stanovnici	Domaćinstva	Vlasnici videa		Domaćinstva sa kablom		Satelitski programi 1988
			mil.	%	mil.	%	
EZ	321,89	115,0	43,9	38,2	12,2	10,6	46
Zapadna Evropa	353,3	124,2	50,0	40,3	15,6	12,6	46
Severna Amerika	250,0	92,1	58,1	63,0	49,4	53,6	60
SAD	226,0	83,5	52,5	62,9	43,5	52,0	60

IZVOR: The European Institute for the Media; Screen Digest 1988; Cable & Satellite Europe, 1989.

Nasuprot Severnoj Americi u Evropi je samo oko 12% domaćinstava povezano kablovski, 11% u okviru EZ. Preciznija analiza pokazuje da se 80% domaćinstava u Evropi, koja imaju priključak za kablovsku televiziju, nalazi u 4 zemlje: Belgiji, Holandiji, Švajcarskoj i Nemačkoj. Broj kablovskih priključaka vredan pažnje može biti dostignut samo u navedenim zemljama, ali ne

⁴ Luyken G.M., „The VCR Explosion and its Impact on Television Broadcasting in Europe”, „Columbia Journal of World Business”, br. 4/1987.

i u Engleskoj, Španiji i Italiji. Dalji razvoj kablovske televizije u narednim godinama, sa izuzetkom Nemačke, a, možda, i Francuske, mogao bi hramati, a konačno zavisi i od uvođenja jedinstvene infrastrukture kao što su ISDN i IFBN.

Tako će biti potrebno još neko vreme dok se satelitska televizija, pre svega direktan prijem, razvije u solidnu platformu koja će veliko gledalište kontinuirano i pouzdano snabdevati programom.⁵ Ne treba isključiti da će tek nove tehnologije proizvodnje i prijema, kao HDTV i sazreli Pay-TV prenosni sistemi, da potpomognu prodoru sistema podele satelita i kabla. Razvoj u proteklm godinama je pokazao da, ukoliko je individualnija komunikaciona ponuda - kao, npr. video ili telefaks - utoliko je javnost brže prihvata, dok velike infrastrukturne inovacije imaju mnogo duže vreme prihvatanja nego što bi to, po pravilu, zainteresovana strana želela. Konzumentu je, konačno, svejedno kako dobija programe, ali HDTV i Pay-TV obećavaju da će za njega učiniti najnoviji relevantni kvalitetni skok u audiovizuelnom sektoru. A ovde se baš radi o inovacijama kojima su najhitnije potrebni jedinstveni evropski standardi i norme radi obezbeđivanja kompatibiliteta u programskoj produkciji, prenošenju i prijemu programa na evropskom nivou.

Dnevni listovi i časopisi

Što se tiče štampanih medija u Evropi ima različitih dnevnih, publicističkih i stručnih časopisa kao nigde na svetu. Tako na primer, ima preko 1 000 različitih dnevnih listova sa tiražom od oko 75 miliona primeraka. Ovi dnevni listovi su sigurno dobro urasli u lokalno, regionalno i nacionalno tržište. Internacionalni naslovi kao „Neue Zürcher Zeitung“, „Financial Times“, „Wall Street Journal“ ili „International Herald Tribune“ imaju ponaosob jaku osnovu u nacionalnom domaćem tržištu preko koga moraju da izravnavaju gubitke na svetskoj pijaci. Isto

5 Luyken Georg-Michael, „Direktermpfangbare Satelliten in Europa. Gegenwärtiger Stand der zukünftigen Entwicklung“, „Media Perspektiven“, 10/1987, str. 615-630.

tako „The European”, novi naslov Roberta Maksvela, mora još da dokaže da li je njegova koncepcija održiva. Nulti primerak svojim očiglednim udaljavanjima od uzdignute ciljne grupe i skromnim sadržajem dopušta da se u to posumnja.

Tabela 2 EVROPSKO TRŽIŠTE LISTOVA

Zemlje	Broj dnevnih listova	Dnevni tiraž	Primeraka na 1 000 stanovnika
Francuska	88	9,886.000	183
Vel. Britanija	100	21,120.363	377
Nemačka	375	20,918.480	340
Belgija	36	2,180.238	222
Holandija	48	4,527.000	316
Italija	78	8,378.000	149
Danska	46	1,836.837	360
Grčka	129	1,320.608	136
Luksemburg	4	115.000	287
Irska	5	554.882	163
Španija	102	3,005.086	79
Portugalija	25	420.000	45
EZ ukupno:	1036	74 262 494	234

IZVOR: Bundesverband der Zeitungsverleger (BDZV), Ergänzungen EIM.

Tabela 2 pokazuje da su skandinavske zemlje nadmašile Veliku Britaniju, Dansku, Nemačku i Holandiju, koje su unutar EZ najbolje snabdevena tržišta novinama. Nasuprot tome, gustina listova u Irskoj i mediteranskim zemljama je mnogo manja. Tome je delimično uzrok razlika u životnom standardu, ali je, uglavnom, u vezi sa različitim klimatskim zonama i rasporedom dnevnih aktivnosti.⁶ Dok su severne zemlje Evrope veoma zasićene dnevnim listovima, tj. porast ovde treba posmatrati marginalno, južni standardi bi trebalo tokom vremena da se približe prosečnim evropskim vrednostima. Ovde se može očekivati snažan porast. To će svakako biti mnogostruko podstaknuto unošenjem kapitala i preduzeća unutar Zajednice.

Najjasnija evropeizacija u oblasti dnevnih listova, do sada, počela je eksperimentom redakcijske kooperacije

6 Up.: Wedell G./Luyken G.M., *Media in Competition: The Future of Print and Non-Print Media in 22 countries*, Hamburg/ Manchester, Inter Media Centrum/European Institute for the Media, 1986.

listova „Süddeutschen Zeitung“, „El Pais“, „La Repubblica“ i „The Independent“ u sferi međunarodnog izveštavanja. Slično su i „Le Monde“, „Independent“, „Süddeutsche Zeitung“, „Corriere della Sera“, „El Pais“, „Handelsblatt“ i „Le soir de stanard“ stvorili zajedničko evropsko tržište kadrovskih mesta i tako uspostavili efektanu saradnju na novinskim oglasima i proširivanju grupa ispitanika na evropskom nivou.

Manje jasno i pregledno je evropsko tržište časopisa i „Special Interest Magazine“ (up. sa tabelom 3).

Tabela 3 EVROPSKO TRŽIŠTE ČASOPISA 1985.

Zemlja	Broj časopisa	Tiraž u milionima	Primeraka na 1 000 stanovnika
Belgija	129	11,6	1 183
Nemačka	1 200	94,5	1 539
Danska	31	3,0	588
Finska	56	6,5	1 360
Francuska	900	35,3	1 018
Grčka	50	1,5	154
Irska	60	0,3	97
Italija	59	20,3	361
Holandija	96	15,1	1 055
Norveška	35	4,0	975
Austrija	19	2,1	276
Portugalija	200	1,9	135
Švedska	49	9,0	1 084
Švajcarska	58	4,3	673
Španija	200	8,2	218
Vel. Britanija	1 150	54,0	966
Zapadna Evropa	4 292	271,4	768
EZ	4 075	245,5	785

IZVOR: Wedell George/ Luyken Georg-Michael, *Media in competition*, Hamburg and Manchester, IMC & EIM, 1986: 45.

Tabela 3 pokazuje da su Nemačka, Vel. Britanija i Francuska zemlje sa najvećim brojem naslova, da ove zemlje i Belgija, Finska, Norveška, Holandija i Španija imaju najveći tiraž u odnosu na broj stanovnika, tj. da imaju najjači prodor tržišta.

Evropeizacija medija, kako je ovde posmatrana, značajna je onda kad ova dobro snabdevena nacionalna, mnogostruko zasićena tržišta časopisa

naidu na granice njihovog prihvatanja. Između ilustrovanih časopisa, magazina i programskih časopisa, na primer, u Nemačkoj se sada zametnulo oštro nadmetanje za čitaoce i delove tržišta pri čemu su oni s prodom, najčešći ilustrovani časopisi i magazini, izgubili na obimu tiraža, a programski časopisi, pak, sa svojim uvek naglašenijim „ilustrativnim karakterom” su dobili. Paralelno s tim treba posmatrati približavanje „specijalno zanimljivih” naslova i savetnika u formi knjige ne samo u izdavačkom pogledu već i u pogledu cene.

Ova nacionalna tržišna gužva nalazi ventil na međunarodnim tržištima. Tako su veliki izdavači kao Bertelsman, Burga, Bauer ili Špringer naslove koji su dobro prolazili na nacionalnom tržištu - kao „Prima”, „Best”, „Bella” ili „Brigitte” - pod istim imenima ali izdavački različito doterane uveli na englesko, francusko i sovjetsko tržište, a „Red International” je svoj magazin „Essentials” nedavno plasirao na italijansko i francusko tržište.

Bit takvih ekspanzionističkih strategija je u svakom slučaju transfer jednog u nacionalnim okvirima uspešnog koncepta naslova, koji onda na tržištu stranog jezika postaje jako autonomno uobličen i adaptiran. Upravo u ovoj oblasti narednih godina mogu se očekivati dalje promene u odnosu na prava na naslove i odnose vlasnika-izdavača na tržištu časopisa, naročito u Danskoj, Irskoj, Austriji, Švajcarskoj i Španiji. Tako se, npr. holandski izdavač VNU upravo povukao iz svih svojih tek nedavno stečenih US (američkih) angažmana, kako bi se sa svim svojim resursima mogao koncentristai na evropsko tržište.

Odlučujuće za razvoj sektora štampanih medija je da se ovde radi o jednoj prosperitetnoj trgovačkoj grani koja je, što se tiče tržišta dnevnih listova, pre svega u severnim evropskim zemljama, naišla na određenu zasićenost, a što se tiče tržišta časopisa podvrgla se oštroj konkurenciji unutar različitih žanrova tog sektora. Iz toga proizlaze dve najznačajnije razvojne linije:

prvo - pojačano angažovanje, pre svega, velikih i finansijski jakih knjižara i izdavača i medijskih koncerna na stranim tržištima bilo uz učešće kapitala, preuzimanjem, kooperacijama ili transferom naslova; i *drugo*, u Evropi je, tek poslednjih godina došlo do angažovanja industrije štampanih medija u, i nadalje, deregulisanim poslovima radija, televizije, Pay-TV i satelitske televizije.

Oba razvojna puta neposredno otvaraju pitanje stepena tako povezane vertikalne i horizontalne koncentracije medija.

Javila se i, u najmanju ruku prihvatljiva, empirijska teza koja se može dokazivati činjenicama da devedesetih godina u Evropi postoji jedna „prva liga” od 5-10 multimedijjskih preduzeća sa kojima reklamne agencije mogu da razviju oko 25% ukupnih poslova reklame.⁷ Implikacije jednog takvog razvoja za medijski pluralizam, raznovrsnost mišljenja i redakcijsku nezavisnost moraju biti narednih godina precizno posmatrane i politički vrednovane.

Evropsko tržište reklame

Dosadašnje predstavljanje evropskog medijskog tržišta upravo je pojasnilo da propagandistička i reklamna industrija u deregulisanoj medijskoj Evropi igra sve dominantniju ulogu, a u budućnosti bi trebalo da ima i većeg uticaja. Do sada se godišnje obrtalo oko 30 milijardi ekija na celokupnom evropskom reklamnom tržištu što se smatra relativno skromnim u odnosu na proizvodne kapacitete i kupovnu moć na ovom tržištu u poređenju sa svetskim razmerama. Grubo raščlanjeno, izdaci za reklamu spadaju, otprilike, u trećinu izdataka u elektronskim, štampanim medijima i drugim nosiocima reklame. Unutar tih grupa časopisi, televizija i direktna reklama zauzimaju u poštanskom otpremanju istaknutu ulogu, u najmanju ruku što se tiče troškova oglašavanja.

Tabela 4 EVROPSKO TRŽIŠTE REKLAME (izdaci za reklamu u milijardama ekija, 1986⁸)

	Ukupno ⁹	TV	Radio	TV + radio	Dnevni listovi ¹⁰	Časopisi	Dnevni listovi + časop.
EZ	27,6	7,1	1,2	8,3	4,7	4,4	9,1
Zapadna Evropa	33,4	7,6	1,3	8,9	7,6	5,0	12,6

IZVOR: *Advertising Age*, 1988; Stern/Lintas, *The Media Scene in Europe 2*, Hamburg 1987.

U odnosu na evropeizaciju produkcije i medija, reklamna industrija se nalazi u posebno teškoj prelomnoj fazi. Tradicionalno ona je, uprkos tome što se na njoj odslikavaju stavovi vlasnika firmi, u odnosu na korisnike i oblikovanje kampanje veoma nacionalno obojena. To ima veze s činjenicom da gotovo svi internacionalno rasprostranjeni proizvodi slede veoma raznovrsne strategije marketinga i stvaranja imidža na različitim nacionalnim evropskim tržištima. S druge strane, to znači da ima veoma malo proizvoda koji, unakrst po Evropi, mogu biti plasirani istom reklamnom strategijom. Prvi panevropski satelitski programi Sky i Superchannel brzo su naučili tu lekciju zbog mnogo manje zarade od reklame nego što su prvobitno računali.

Ipak, srednjoročno treba očekivati da će ove razlike već i samo zbog troškova biti upamćene i da će napraviti mesta narastajućoj evropeizaciji produkcije. Time se za industriju oglašavanja menja kako struktura korisnika, tako i formiranje kampanje. Evropskim centralama velikih agencija trebalo bi da pripadne više značaja i prostora za delovanje na račun lokalnih sporednih punktova. S razlogom, dakle, treba očekivati da će se ovde izvršiti prestrukturisanje u pravcu centrala. Opcije u formiranju kampanja ležace onda poglavito između čisto evropskih strategija i jednog širokog evropskog temeljnog koncepta sa izdiferenciranošću u lokalnom prostoru, ali manje u alternativni čisto

⁸ 1 eki = 2.08 DM (zaokružene vrednosti).

⁹ Ukupna reklamna potrošnja, uključujući filmsku reklamu i reklamu na ulici, itd.

¹⁰ Ukupna reklamna potrošnja za štampane medije u 1986: 4,7 milijardi ekija.

nacionalnih reklamnih strategija. I dok se velike agencije u Londonu upravo temeljno pripremaju za ovu promenu strukture, njihovim regionalnim i lokalnim ograncima biće potrebno, verovatno, nekoliko godina da bi poslove i obim reklame podesili prema ovim promenama.

DEOBA JEZIČKOG I KULTURNOG PROSTORA

Prilikom razmatranja evropskog medijskog tržišta odlučujuće je da je njegov bruto volumen od 350 miliona stanovnika i gotovo 125 miliona domaćinstava rascepan na mnoštvo kulturnih prostora i jezičkih grupa (up. sa tabelom 5). Mediji prenose reči i slike, jezik i ton i imaju posla sa kreativnošću, stvaralaštvom i kulturom u najširem i, pre svega, američkom smislu reči „popularna kultura”. Kultura je, opet, vezana za tradicije, asocijacije, zapažanja i jezik, koji su u Evropi na neuporedivo malom prostoru nastali u svoj svojoj raznovrsnosti i nose pečat određene različitosti i osobenosti kao, inače, nigde na svetu.

Tabela 5 GLAVNE JEZIČKE GRUPE U EVROPI
(broj onih koji govore određenim maternjim jezikom)

Jezik	EZ	Zapadna Evropa
Nemački	60	72
Engleski	59	59
Francuski	58	60
Italijanski	60	62
Španski	38	38

IZVOR: The European Institute for the Media

Glavne jezičke grupe u Evropi

Podela glavnih jezičkih grupa u Evropi pokazuje da unutar EZ kao maternji jezik egzistiraju otprilike ravnomerno engleski, nemački, francuski i italijanski. Uzme li se, pak, za osnov presudna oblast za rasprostranjenost medija u čitavoj Evropi, onda je nemački jezik najšire rasprostranjen maternji jezik u čitavoj zapadnoj Evropi (72 miliona), a uzimanjem u obzir Istočne Evrope ima oko 90 miliona lica koja nemački govore, za čitavu trećinu više nego u svakoj drugoj jezičkoj grupi.

Istovremeno se u čitavom skandinavskom području i delimično u Beneluksu dovoljno dobro vlada engleskim jezikom kao drugim jezikom, kad je u pitanju reč i pismo, da bi se omogućilo izvesno rasprostiranje medija na ovom jeziku. U Grčkoj, Portugaliji i Španiji može se poći od toga da u gradovima najviše 15-20% stanovništva dovoljno dobro razume engleski, francuski ili nemački jezik da bi mogli da prate i ilustrovane časopise ili TV programe na tim jezicima.

Postojanje četiri glavne i brojnih manjih jezičkih grupa i kulturnih prostora čini jasnim da sve strategije za nacionalno širenje medija moraju biti građene na mehanizmima prenošenja produkcije i jezika i - najmanje kratkoročno do srednjoročno - ne nadati se nikakvoj „Lingua Franca” u Evropi. Na osnovu ovih činjenica treba posmatrati, prvo, fazu koja se odnosi na površinu koju pokriva jedan jezik a zatim fazu koja iz toga proizlazi i to prevazilazi višejezičku evropeizaciju medija.

Objašnjenje o neposrednom toku razvoja ovde se može dati suprotstavljanjem površine rasprostranjenosti jezika i evropskog učešća u izdacima za slobodno vreme, tj. aspirantskom tržišnom potencijalu.

Tabela 6 VELIČINA JEZIČKOG PODRUČJA
I IZDACI ZA SLOBODNO VREME

Jezik	Broj onih koji govore dotični maternji jezik, u milionima	Učešće izdataka za slobodno vreme ¹¹ (u%)
Nemački	72	33,5%
Francuski	62	11,5
Italijanski	60	16,0
Engleski	59	16,5
Španski	38	5,0

IZVOR: The European Institute for the Media, *Overcoming Language Barriers in Television. Dubbing and Subtitling for the European Audience*, Manchester, EIM, u štampi (1989).
Société Européenne des Satellites/ASTRA, *Market Forecasts*, 1988.

Takozvani izdaci za slobodno vreme iznose oko 25% celokupnih privatnih troškova domaćinstava i obuhvataju izdatke za alkoholna i bezalkoholna pića, ishranu izvan kuće, raspust i godišnji odmor, radio, TV

¹¹ Upotpunjeno: čitava Evropa uključujući Beneluks, Skandinaviju, Iberijsko poluostrvo = 100%

i muzičke aparate, hobije i sport kao i zabavu.¹² Gleda li se srednjoročno medij koji finansira reklama, onda se medijski prostor nemačkog jezika pokazuje kao onaj koji, u najmanju ruku, ekonomski najviše obećava a njega slede francusko i englesko govorno područje. Medijski prostori italijanskog ali, pre svega, španskog govornog područja u Evropi mogli bi, za sebe uzev, da imaju relativno najveći potencijal rasta. Ipak, cifre pokazuju apsolutno jasno dimenzionisanu razliku između četiri velike jezičke i tržišne grupe i svih ostalih u Evropi.

Višejezičnost u medijskom biću

U principu postoje tri mogućnosti da se obeleži višejezičnost evropskog medijskog prostora: „univerzalna” medijska ponuda pomoću poliglota ili onih koji znaju jedan jezik.¹³ Jednojezičke ponude obraćaju se, verovatno, u prvom redu jednom određenom geografski definisanom jezičkom području i izvan toga više ili manje velikoj dijaspori tog jezika; ova je opet zavisna od situacije na tržištu rada i mobilnosti u različitim evropskim regionima. Same engleske i nemačke medijske ponude bi trebalo da nađu odjeka, pored ostalog, i kod onih koji su ove jezike naučili kao drugi jezik: engleski prvenstveno u zapadnoj, a nemački u istočnoj Evropi.

Višejezički medijski proizvodi zauzimaju u sektoru štampe dragocen prostor. U audiovizuelnoj oblasti ne predstavljaju nikakav problem, pošto se televizijski programi zemaljskim putem i preko satelita prenose bez većih poteškoća višetonskim kanalima, a posredstvom teleteksta mogu biti emitovani optimalno sa titlovima. Problem u oba slučaja leži u troškovima prevoda i nadsinhronizacije: jedan sat sinhronog prevoda staje između 30 000 i 40 000 DM, jedan sat titlovanja oko 3 000-5 000 DM.¹⁴ Ali i standardi

12 Up.: Scaping P./Hrsg./, BPI Yearbook 1988/89, „A statistical description of the British record industry”, London, British Phonographic Industry Ltd., 1988.

13 Luyken Georg-Michael, „In other words: Dubbing and Subtitling for European Television”, „Cable & Satellite Europe”, maj-jun 1987.

14 European Institute for the Media, *Overcoming Language Barriers: Dubbing and Subtitling for the European Audience* (u pripremi).

kvaliteta, spremnost za prihvatanje produkcija na stranom jeziku nisu još nipošto svuda takvi da bi se moglo govoriti o višejezičnom medijskom tržištu u Evropi.

Univerzalne medijske ponude oskudevaju u pisanoj ili izgovorenoj reči i odnose se u prvom redu na slike, mimiku i muziku. Opera kao klasični univerzalno razumljivi medij stoji na jednom kraju spektra, videoklip na drugom. U sektoru štampanih medija delimično u velikim ilustrovanim časopisima može se, pre svega, naći koncepcija koja se gradi na (audio)vizuelnoj čulnosti univerzalno razumljivih medijskih produkata.

Srž višejezičnosti u medijskom biću ne leži samo na receptivnom nivou jednog, po mogućstvu, velikog prostora širenja, već je konačno i određen industrijsko-politički problem. Doduše, u Evropi ima mnogo filmskih i televizijskih proizvodnih punktova kao u SAD, a ima više završenih filmova godišnje nego tamo. Ipak, svaki proizvod koji nije štampan na engleskom jeziku i svaki film koji nije snimljen na engleskom izložen je, što se tiče ekonomskog vrednovanja, sledećem:

prvo, suviše su mala domaća tržišta kojih je sve više, da bi se stalno mogli uzimati u obzir rastući produkciono troškovi;

drugo, pristup najvećem medijskom tržištu sveta, severnoameričkom, je znatno otežan njegovom sopstvenom jačinom i jezičkom i kulturnom barijerom;

treće, sva ostala medijska tržišta sveta su tako usmerena i naviknuta da prihvate produkte na engleskom jeziku i da ih u jednoj ili drugoj formi adaptiraju, što ne važi i za grčke, danske ili nemačke proizvode.

Iz tih razloga moraće u budućnosti jednom ispravljeni i, pre svega, više ekonomski mehanizmi prenošenja jezika u audiovizuelnoj oblasti da budu prethodnica za rasprostiranje audiovizuelnih produkata izvan granica jezičkog područja.¹⁵

15 Lange Andre/Renaud Jean-Luc, *The Future of the European Audiovisual Industry*, Manchester, European Institute for the Media, 1989.

REZIME, ANALIZA I STAV

Rezime

Tri faktora koji se prepliću merodavno će ubrzati medijsku evropeizaciju u narednih 5 - 10 godina:

- Politička volja država članica EZ izražena u Rimskim ugovorima i jedinstvenim aktima za stvaranje evropskog unutrašnjeg tržišta početkom narednih decenija;
- Mogućnosti prenošenja signala *per definitionem* putem satelita makar za oblast reklame, štampe ili televizije;
- Ekonomski pritisak, rastući proizvodni troškovi na sve usitnjenijem domaćem tržištu ne mogu se uzimati u obzir i obuzdavati delimičnim obaranjem troškova i širenjem tržišta.

Ekonomski pritisak i politička volja za evropsku integraciju utićuće, dakle, na rastuću evropeizaciju i medija. Nasuprot tome nisu za potcenjivanje kulturne, a pre svega jezičke barijere, koje nikada neće biti sasvim uklonjene, ali će biti korak po korak i delimično razgrađene i pevaziđene.

Sada je evropeizacija, pre svega, televizije ipak izgleda suočena sa tri problema: podelama, programskim i reklamnim problemom. Problem podela leži u tome što je samo oko 10-12% svih evropskih domaćinstava kablovski povezano i ovde ne treba u neposrednoj budućnosti očekivati velik porast (sa izuzetkom Nemačke i Francuske); takođe, moraće da prođe izvesno vreme, dok radio-sateliti sa direktnim prijemom postanu solidna platforma za rasprostranjenje snabdevanje televizijskim programom.

Problem programa leži u tome što za povećanje broja televizijskih kanala ima, u principu, premalo i, otuda, stalno sve skupljih programa. Na evropskom nivou dolazi dotle da je na televiziji skupa višejezičnost i prenošenje jezika, manje u pogledu tehničkih mogućnosti, a više u pogledu izrade. Problem reklame leži u tome što je evropsko potrošačko tržište još uvek nedovoljno jedinstveno, rasparčano u tržišta različitih

konceptija i otuda strategija: u čitavoj Evropi još uvek ima premalo proizvoda na isti način reklamiranih da bi se time mogao finansirati jedan televizijski kanal. Ovi limitirajući faktori lome se dodatno i o tehnički, ekonomski i politički pritisak na evropeizaciju medija i tek će se, verovatno, vremenom ustaliti.

Analiza i stav

Strateški posmatrano, rastuća evropeizacija i internacionalizacija medijskih poslova ima za posledicu pomeranje nasleđenih domaćih i eksportnih tržišta. Tamo gde je televizija decenijama prvenstveno nacionalno određena i usmerena, tu će sada rastuće jezičko područje, bez obzira na sve nacionalne granice, odrediti primarno svoj akcioni radijus i veličinu tržišta. I gde je nekada jaka nacionalna programska produkcija sa 50% i više gledališta bila odskočna daska za međunarodne poslove, tu će ekonomska pretpostavka za to biti jaka rastuća prisutnost na evropskom nivou, uopšte, moći će nastupiti još kao samostalni medijski i programski producent od formata.

U oblasti *novina i časopisa* evropeizacija bi se i dalje razvijala putem transfera naslova i koncepta kao i redakcijskih i reklamnih ugovora o kooperaciji. Ali najveći potencijal evropeizacije pruža se trenutno audiovizuelnom sektoru.

- U pogledu *tehnike za obradu podataka* (hardver) biće stvorena još do daljeg nezaštićena, ali ipak u razvitku, tipizacija standarda televizijskih prenosa (Europesat, D2 MAC), standarda prijema i normi (Eurocrypt, Eureka/HDTV) od sredine devedesetih godina osnova za dugoročniji prodor tržišta i za sledeći kvalitetni skok u televiziji putem visokostandardnih aparata za reprodukciju i završenih Pay-TV sistema;

- U pogledu *softverske*, odnosno filmske i televizijske programske proizvodnje upravo preduzete inicijative EZ (programsko kotiranje, Media - projekt Eurimages) za jačanje programske industrije i internacionalne sposobnosti nadmetanja biće na dohvat. Ovo se može dogoditi, pre svega boljim strukturnim spojem ovih podržavajućih mera. Pored toga, neophodni su mnogi

napori u pred i postprodukcionalnoj fazi za apsolviranje višjejezičkih verzija;

- *Reklamna industrija* moraće paralelno sa sagledanom proizvodnom i marketinškom evropeizacijom industrije da razvije nove strategije i kampanje, koje će podneti račun ovoj produkcijskoj internacionalizaciji, jednoj rastućoj evropskoj sociokulturnoj integraciji kao i akcionom radijusu satelitskih delilaca TV kanala;

- U oblasti *autorske zaštite intelektualnog i umetničkog vlasništva* moraće da se iznađe detaljnija regulativa za prikladne ugovore o obeštećivanju i zadovoljavanju pravnih zahteva na evropskom nivou; čini se da je ovde zapadnonemački sistem pravi uzor;

- Konačno moraće da bude napravljeno jedno *evropski orijentisano istraživanje o gledaocima i medijima* koje neće davati samo površinski pouzdana i internacionalno podnošljiva merenja akcionih radijusa, već dodatno i kvalitativne podatke korišćenja medija. U neposrednoj budućnosti zahtevaju se evropske analize programskih struktura kao i alternativni scenariji za planiranje programa nadmetanja.

Po strani od tih pojedinačnih aspekata protiče najveći problem koji ide se evropeizacijom medija: *problem rastućih vertikalnih i horizontalnih koncentracija u strukturama medijskih kuća kao i preplitanja među aktivnostima štampanih i elektronskih medija*. Već danas ne postoji više jasna publicistička podela moći između ovih oblasti, a najnoviji pokreti za učešće i kooperaciju na tržištu dopuštaju da se donese zaključak o pooštrenoј multimedijjskoј koncentraciji.

Za pogrešna preplitanja između štampanih i elektronskih medija ne postoji na evropskom nivou nikakav jasan politički pravni okvir. Raspon obuhvata od striktnih nacionalnih učešća u kontroli vlasništva, kao u Francuskoј, sve do nikakvog pravnog okvira, kao u Italiji.¹⁶ Ono što se zahteva jeste jasna regulativa u

nadmetanju, kontroli fuzionisanja i kartelskom zakonodavstvu na evropskom nivou.

Ona mora da se uhvati u koštac sa tim još pre nego što uopšte nastane dominantna moć medija, a ne tek, kao u sadašnjoj regulativi Evropske zajednice, *a posteriori*, kad je ukazano na zloupotrebu vladajućeg položaja na tržištu, znači kada se to već dogodilo.

Iz svih negativnih pratećih pojava koje idu sa evropeizacijom medija bezuslovno izvući zaključak o nanetoj šteti na račun celokupne kulturno-političke i ustavno-političke dimenzije komunikacijskog bića, isto tako je pogrešno kao i ne sagledati budućnost. Mnogo više treba iskoristiti šanse, koje idu sa evropskom integracijom, za dalje vođenje medijskih struktura koje su do sada, uglavnom, bile nacionalne. S tim su jasno povezane zakonske mere. Stvaranje i oblikovanje čitave ove oblasti u svim njenim političkim, privrednim i profesionalnim aspektima ne može se izbeći, kad se ne bi evropska medijska industrija - ili njeni delovi - raspadala u periferna mala preduzeća, već kada bi htela da učestvuje u tokovima evropskog razvoja.

Konačno, evropski medijski trougao ne kreće se nikako samo u relativno cik-cak smeru između Bona, Brisela i Strazbura, već se odnosi i na napor da se miroljubivim putem dostigne adekvatna privredna i tržišna veličina kao i regionalna ravnoteža interesa. Predlog konvencije Evropskog saveta, Nacrt smernica Komisije EZ i Izveštaj: „Evropa 2000: Kakva televizija?“¹⁷ inicijativne grupe Evropske televizije su prvi koraci na tom putu čiji je dalji razvitak u koherentan evropski medijski ustav i medijsku politiku neophodan, s tim da „unutrašnje tržište 1992“ ne postane samo sportsko borilište za pregršt multimedija, već da se razvije u plodno radno polje za nezavisnu i mnogostranu medijsku i komunikacionu industriju. Pri tom se zahtevaju vanbirokratske i ka sociopolitičkim aspektima orijentisane inicijative i pomoću Evropskog

17 *European Television Task Force, Europe 2000: What kind of Television?* Manchester, European Institute for the Media, 1988.

medijskog instituta organizovan Evropski televizijski i filmski forum.*

* Džordž-Majkl Lojken (Georg-Michael Luyken) je prvi zamenik direktora Evropskog instituta za medije (The European Institute for the Media) iz Mančestera. Članak za naš časopis autor je pripremio u saradnji sa Brigitom Majer (Brigitte Mayer) bibliotekarom i dokumentalistom Instituta.

Prevela s nemačkog
Julijana Fatić

Aleksandar Todorović

KORNJAČA I ZEC ILI BUDUĆNOST RADIO-DIFUZIJE

Uronjeni u svakodnevnu borbu za život, i svesni uzbuđljive brzine tehnoloških promena, moramo s vremena na vreme da se zaustavimo i da pokušamo da objektivno procenimo čitavu scenu.

Ako to sada uradimo, videćemo nešto što na neki način liči na veoma poznatu priču o kornjači i zecu.

Kao i zec, sadašnja tehnologija se često ponaša kao da kornjača i ne postoji. Ona juri napred, menja pravce, užurbano ispituje neke bočne putanje, onda se neočekivano uspava usred puta koji je izgledao obećavajući. U međuvremenu, difuzer, kao kornjača, mučno pokušava da uhvati taj pakleni tempo. Na žalost, za razliku od kraja stare basne, kornjača ovde nema nikakvu šansu. Međutim, tokom više godina bili smo svedoci i učesnici u stabilnom, ali veoma linearnom razvoju tehnologije difuzije. Do poslednje prekretnice je došlo početkom šezdesetih kada smo morali da se suočimo s izborom kolor sistema. Kao što se i moglo očekivati, našli smo način da zaobiđemo problem izbegavajući izbor i prihvatajući sve takmace. Kao što bi se i moglo očekivati, to je kasnije stvorilo veliki broj problema.

Tokom prošlih nekoliko godina čitav razvoj na polju mikroelektronike omogućio je primenu mnogobrojnih sjajnih ideja, a takođe i mnogo od onoga što se činilo

da su divlji snovi. U ovom trenutku skoro sve se čini mogućim, ali smo ponovo suočeni sa velikim brojem odlučnih i teških izbora u čitavom lancu od standarda produkcije, preko prenosa i formata emisija, do primajuće strane. Neke naše dileme se tiču pojedinačnih segmenata difuzionog lanca, ali neke druge, a očigledno to su najteže, pogađaju čitav medij. Na primer, mogli bismo smatrati da izbor između kompozita ili komponente, digitalnog ili analognog, ne mora da dovodi u iskušenje. Rezultat takve selekcije bi svakako uticao na ukupnu performansu i *jednačinu koštanje/korist* datoga difuzera, ali, makar teoretski, odabrani prilaz bi mogao da se primeni bez ikakvih izmena ostatka lanca.

Na nesreću, danas, nikakve odluke ne mogu da zanemare one predvidljive promene koje prete da izmene čitavu industriju difuzije. Prema tome, te predvidljive promene imaju odlučujući uticaj na izbor optimalne koncepcije produkcijskog centra.

Poboljšane mogućnosti moderne tehnologije, naša želja da prevaziđemo ograničenja koja nam nameće činjenica da su osnovni parametri našeg sadašnjeg televizijskog sistema postavljeni tridesetih i šezdesetih godina, i takmičarstvo u difuzionoj areni, donele su mnoštvo mogućih opcija za budućnost. U osnovi, sve se okreće oko bitnog pitanja:

- koju vrstu signala treba da pošaljemo našim gledaocima, u skorašnjoj, a ne u veoma dalekoj budućnosti?

Da bismo pojednostavili stvar, spomenuću samo neka od mnogih mogućih rešenja:

1. Moguće je nastaviti s emitovanjem PAL, SECAM i NTSC zemaljskim putem, i čak preko FSS ili DBS satelita do uvođenja stvarne televizije visoke definicije (HDTV). U tom slučaju skoro ništa ne treba da se promeni: samo se neka poboljšanja mogu uvesti na strani produkcije i prenosa. Digi ti ili komponente mogu da zamene konvencionalni kompozit u oblastima gde bi to moglo da dovede do povećane radne

sposobnosti ili boljeg očuvanja početnog tehničkog kvaliteta.

Svakako je to veoma bezbedan, ali, takođe, i veoma konzervativan pristup koji je teško opravdati u takmičarskoj situaciji i u svetlu postojanja alternativnih izvora programa.

2. Jedna druga mogućnost je preneti konvencionalne kompozitne sisteme zemaljskim putem i MAC formate formatima na satelitu. Sve donedavno verovali smo da je to rešenje koje treba smesta prihvatiti. Ali, otkrili smo da to rešenje nije ispravno. Suočen sa obiljem različitih programa koji se isporučuju u PAL, SECAM ili NTSC zemaljskim putem, preko kabla ili preko satelita, gledalac je više nego nevoljan da investira u opremu za prijem MAC, tim više što je dosta neosetljiv na poboljšanja kvaliteta koje ovaj novi format signala donosi. S druge strane, uvođenje takvog servisa zahteva ogromnu promenu na strani produkcije. Ako gledalac mora da kupi nov prijemnik da bi uživao u audio i video poboljšanjima koji su svojstveni MAC sistemu, difuzer mora da proizvede svoje programe u komponentama i u stereu da bi obezbedio adekvatnu hranu za prenosni kanal. Dekodovane PAL slike i neki pseudo stereo trikovi bi dekuražirali potrošača čak još više nego kupovina novog aparata.

3. Mogući izlaz bi mogao da bude da se zemaljski formati ostave neizmenjeni a uvede 16:9, ili širi MAC na satelitu. Takva opcija bi mogla da ponudi razumnu promenu gledaocu, koja bi možda bila dovoljno privlačna da ga ubedi da investira u novu opremu za prijem. Međutim, to ostavlja glavni deo difuzije, ili ako više volite, kičmu javne difuzije, tj. zemaljski sistem, da se bespomoćno vuče iza svega, bez ikakvih šansi da se takmiči pošto su njegovi kanali suviše uski za ovu novu tehniku.

Prenošenje širokim MAC znači takođe pravljenje programa sa 16:9 formatom slike. Sada je jasno da su nam potrebna dva kompleta produkcione opreme: jedan za konvencionalni 4:3 kompozitni sistem i drugi za 16:9 komponentni sistem. S druge strane razlika u

formatima slike ograničava slobodu davanja proizvedenih programa zemaljskim ili satelitskim kanalima, a činjenica da dva predajna sistema nisu kompatibilna još više komplikuje situaciju.

4. Moguće ublažavanje ovoga problema je u podršci razvoja sistema „kolor plus” koji bi trebalo da ostane potpuno kompatibilan sa postojećim PAL ili SECAM sistemima ali će prevazići osnovna ograničenja konvencionalnih kompozitnih sistema nudeći, u isto vreme, kao dodatak, mogućnost uvođenja formata slike 16:9.

Ako bi se primenilo to rešenje na oba sistema, zemaljskom i satelitskom, to bi značilo napuštanje MAC porodice, odbacivanje svih ljudskih i finansijskih investicija uložених u razne razvoje ovog novog i svestranog emisionog formata, ali bi to takođe otežalo nastavak planirane evolucije sa 4:3 MAC na HD MAC.

S druge strane, moguće rešenje da se MAC ostavi na satelitu i da se odabere „kolor plus” za zemaljski prenos, da bi dopustili da se ta vrsta difuzije takmiči na ravnoj nozi sa „širokim MAC”, širom otvara pitanje opreme za prijem. Šta bi trebalo jadni primalac da uradi? Da kupi 16:9 MAC prijemnik i da nastavi da gleda zemaljske prenose na svom postojećem PAL prijemniku, ali ko će onda primati poboljšani zemaljski prenos? Takođe je moguće da će gledalac da kupi „kolor plus” prijemnik i zanemari široke MAC (ili čak i standardne MAC) prenose, a mogao bi i da popričeka sve dok se novo čudovište, PAL/PAL plus MAC/široki MAC prebacivački prijemnik ne pojavi na tržištu i sasvim ga uništi.

Naravno, treba proučiti sve ove mogućnosti u svetlu sveprisutnog pitanja koje stavlja u različitu perspektivu obrazloženje međurešenja: HDTV - kada?

Čak i kada uzmemo najkonzervativnije gledište i prihvatimo radnu pretpostavku da će HDTV prenosi početi u Evropi negde između 2000. i 2005. godine, to nam ostavlja samo 10 - 15 godina da se opremimo, da uvedemo nov servis, i nateramo gledaoca da se i sam opremi sa najmanje tri različita prijemnika.

Neko može da ustvrdi da su tri prijemnika preuveličavanje, da su oba MAC „kolor plus” kompatibilna, da gledalac može lako da preživi sa jednim aparatom kroz nekoliko međukoraka, itd. Međutim, treba imati na umu da postoji mnogo nekompatibilnosti ili „obogaljene kompatibilnosti” u čitavoj ovoj priči.

MAC nije kompatibilan sa PAL ili SECAM. „Kolor plus” nije kompatibilan sa MAC. MAC širokog ekrana ili „kolor plus” su kompatibilni respektivno sa svojim 4:3 prethodnicima, ili sliku treba gledati u formatu poštanskog sandučeta. Kada smo prešli sa crno-belog na kompatibilnu boju, gledalac opremljen crno-belim prijemnikom je neprekidno gledao jednu skoro identičnu sliku. U slučaju široko ekranskih emisija vlasnik aparata 4:3 će otkriti da su se na kanalu *X* sve slike promenile sa punog ekrana na poštansko sanduče. Ukoliko mu se takve slike ne dopadaju on može da izabere ili da ignoriše kanal *X* (što i nije tako teško imajući u vidu ukupan broj kanala koje obično može da prima), ili da kupi nov 16:9 prijemnik.

Najzad, ne mogu a da ne spomenem nemoguće rešenje izvedeno iz predloga tog slavnog holandskog biologa koji je sugerisao dvogodišnji moratorijum za publikovanje bilo kakvih novih radova posvećenih biološkim istraživanjima kako bi naučnoj zajednici dali dovoljno vremena da pročita već objavljene radove. Na isti način bismo mi mogli da zatražimo da tehnologija zastane dok se mi povratimo od svih šokova od kojih smo do sada pomodreli.

Prema tome, naš najveći problem danas, kako ga ja vidim, ne leži u oblasti procenjivanja pojedinačnih vrednosti i nedostataka predloženih sistema, već pre u globalnoj proceni puta od današnjih analognih kompozitnih sistema i od ne suviše udaljene budućnosti kada će jednosignalni format ponovo dominirati tržištem, pod uslovom da je takva bezbedna luka uopšte moguća.

Pre nego što pokušamo da razjasnimo ovo pitanje moramo da pomenemo još jedan dodatni faktor - razmenu programa i globalno audiovizuelno tržište.

U toj oblasti sve do sada morali smo da razmišljamo o formatu programskog obezbeđenja, skaniranju i kolor sistemima i ukupnom tehničkom kvalitetu proizvoda pretpostavljajući, naravno, da se njegov umetnički ili aktuelni sadržaj ne dovodi u pitanje (nikada nisam sreo producenta koji je ikada izrazio neku sumnju u kvalitet svojih produkata).

Pokazalo se da je pitanje formata rešivo umerenim nivoom složenosti i troškova. Tržišne snage su stavile neke formate u dominantan položaj, i u isto vreme, velik broj proizvođača opreme u celom svetu je spremno i raspoloženo da obezbedi prenos po plativim troškovima.

Čitav tehnički kvalitet se može lako održavati ako bi se obezbedile adekvatne operacione procedure i ako bi se čovek opremio najvrhunskim hardverom u ovom trenutku.

Međutim, uprkos svih tehnoloških poboljšanja, konverzija između različitih televizijskih standarda ostaje slaba tačka. PAL dekodovanje je daleko od željene potpune transparentije, posledice kretanja koje rezultiraju iz promene brzine slike sada primećuju čak i prosečni televizijski gledaoci.

Sa umnožavanjem formata signala - digitalne ili analogne komponente, HDTV, sa različitim standardima razlaganja i veličinama slike, problem razmene programa postaje još oštriji. Pošto, kao i uvek, sadržaj programa određuje njegovu kupovinu, pravljenje i emitovanje takvog programa postaće najveći izvor nevolja i troškova.

Pokušao sam da ocrtam obrise lavirinta u koji smo bili primorani da uđemo. Mi samo znamo da bi negde mogao da postoji neki izlaz ispred nas i da, izlaz ili ne-izlaz, nikome nije dozvoljeno da stoji mirno na istom mestu. Čini se da postoji skriveni mehanizam zamke. Ako odbijete da se pokrenete on se otvara pod vašim nogama i vi zauvek napuštate difuzersku binu.

Ali, da li je moguće preporučiti sledeći korak u našoj sporoj i opreznoj, ali takođe i tvrdoglavoj i smeloj težnji ka budućnosti?

Sa čistog ili purističkog gledišta prvi korak koji bi se preporučio difuzerima mogao bi da bude da započnu transformaciju svoje opreme za proizvodnju na digitalne komponente. Takav produkcijski centar bi mogao da ponudi 625 proizvoda koji bi zadovoljavali zahteve poboljšanih emisionih suistema i koji bi mogli da budu lakše prilagodljivi rukovanju slikama velikog formata.

Međutim, takve su instalacije veoma, veoma skupe a očekivali bismo da se one uravnoteže u toku dugog perioda korišćenja. Nažalost, suočeni smo sa imanentnim, ali još nepoznatim datumom uvođenja HDTV servisa. A naše iskustvo nas uči da kada je jednom uveden viši servis, efekat grudve primorava sve nas da brzo pratimo maticu. Sećate li se kako smo naivno verovali, negde šezdesetih, da će pomešani boja/crno-beli servis na istim kanalima trajati najmanje pet do sedam godina. U stvari trajao je, u većini slučajeva, manje od dve godine, i onda je sve osim starih filmova bilo u boji.

Ali, plašim se da su difuzeri sada u nesigurnijoj ekonomskoj situaciji nego pre nekih dvadesetak godina. I među njima, kao u nekoj velikoj porodici, postoji velik broj onih čiji je ekonomski potencijal kritično ograničen.

Takvi difuzeri, a ja pripadam jednima od njih, već zauzimaju marginalan položaj na svetskom audiovizuelnom tržištu. Plašim se da će ih ovakav burni razvoj tehnologije i njihova nemogućnost da pristupe takvim divnim novim difuznim oruđima, čak još više marginalizovati.

Teško je zamisliti malog difuzera koji se odlučuje da ide na digitalne komponente u čitavoj svojoj instalaciji.

Ali, ima i više od toga. Suočeni sa ozbiljnim ekonomskim problemima, i videći poboljšane potrošačke proizvode ponuđene po pristupačnim cenama, neki difuzeri padaju u iskušenje da iskoriste

takvu opremu za druge primene a ne samo za izolovane najaktuelnije vesti reportera.

Takav shvatljiv potez je u dubokoj kontradikciji sa svim raspravama o tome kako da se poboljša servis našim gledaocima, kako da im se ponudi novo iskustvo u zvuku i slici. Treća generacija snimanja na poboljšanom potrošačkom video-rikorderu, dekodovana u komponente i puštena u MAC servis, biće primana kao degradirano potrošačko snimanje treće generacije.

Teško je i opasno govoriti o HDTV odmah posle izvanrednih prezentacija od strane mojih poštovanih kolega i prijatelja Sabatjea i Fudžioa. Ipak, moram da se izložim tom riziku, pošto HDTV kao velika ptica grabljivica kruži nad našim glavama, ispitujući razumnost naših odluka, i bacajući novo svetlo na mnoge aspekte našeg rada.

Ranije sam pokazao, kao radnu pretpostavku, da bismo mogli da očekujemo uvođenje HDTV servisa u Evropi negde odmah posle 2000. godine. Ali, mi smo danas svedoci da je korišćenje HDTV opreme (bez obzira na njen format) paralelno sa konvencionalnom (625 ili 525) za pokrivanje najvećih sportskih događaja postalo pitanje prestiža. Možda sam suviše strog - takvi poduhvati su bez sumnje krajnje važni za učenje nove branše i za kroćenje novog medija i trebalo bi da budemo zahvalni svima koji su sposobni da pristupe tako složenim i skupim operacijama.

Ali, imam jedno neprijatno i hladno osećanje da će veoma skoro izvodljivost takvih operacija biti uzimana kao garantovana i da će one prestati da budu samo eksperimentalne ili prestižne operacije već će postati deo takozvanih „najmanjih potraživanja” (usput, ovaj naziv je nepotpun za naše dane).

U takvom slučaju, kakav će biti položaj skromnog difuzera ako bi takav sportski događaj trebalo da se održi u njegovoj zemlji? Da se odrekne uloge domaćeg difuzera i obzilirno ugrozi svoj položaj na lokalnom i međunarodnom tržištu? Ili da nekako stekne potreban hardver i uništi se? Naravno postoji i mogućnost da

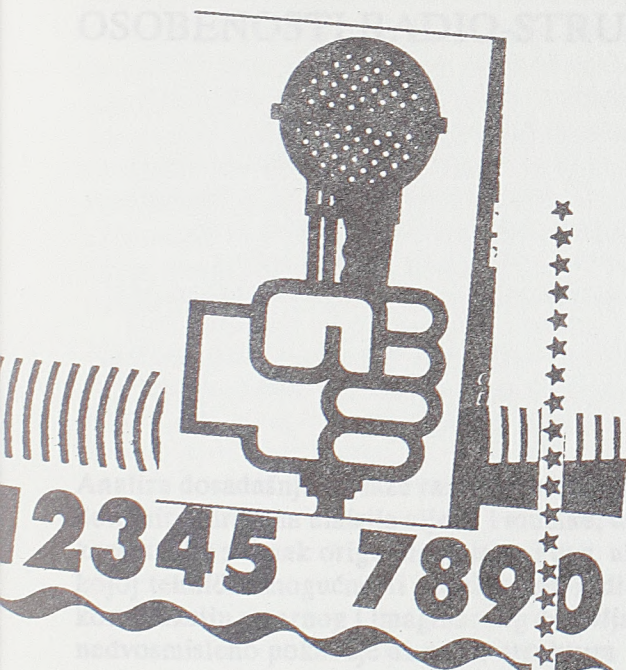
skupi sredstva sa drugim difuzerima i smanji negativne posledice oba rešenja, ali centralni problem, zajednički za sve situacije koje sam ispitao do sada, ostaje nerešen. Naime: kako sebi priuštiti da pratiš tempo i naloge tehnološkog razvoja?

Tačka ukrštanja penjuće krivulje cene koju moramo platiti da bi pratili ubrzan tempo tehnološkog razvoja, i opadajuće krivulje ekonomskog potencijala evropskih distributera je svakako iza nas. Sadašnji raskorak je možda već dramatičan, ali će uskoro postati ozbiljan, i čitavo difuzersko tržište može biti njime pogođeno.

Moramo smesta da počnemo da razmišljamo o mogućim akcijama, o palijativnim merama. Moramo da prekinemo sa glupim ratovima oko ovog ili onog parametra i prihvatimo pojam difuzije kao jedne i nedeljive celine koja obuhvata sve difuzere, proizvođače, zakonodavce. Ta ugrožena vrsta može najbolje da preživi samo ako se svi ponašamo racionalno i odgovorno i iznad svega, postanemo zaista i iskreno otvoreni za uzajamno razumevanje i saradnju.

Žao mi je što unosim neskladan i sumoran ton u ovu sednicu i što to činim jedan dan posle otvaranja uzbudljive izložbe tu odmah, vrata do nas. Možemo tamo videti izložene divote naše branše. Ali verujem da treba da budemo svesni da će ova, ili ako ne ova, sledeća IBC svakako biti „radnja fantastičnih igračaka” za mnoge difuzere, koji stoje po strani i posmatraju očima *Sirodice sa šibicama*...*

* Saopštenje podneto na International Broadcasting Convention - Symposium, Brajton, 21-26. X 1990.



radio

Vlatka Krsmanović

OSOBNOSTI RADIO-STRUKTURE

Analiza dosadašnje tri faze razvoja radija, prve, u kojoj dominira direktna emisija vijesti i muzike, druge, koju karakteriše snimak originalnog tona i ove, aktuelne, u kojoj tehničke mogućnosti obezbjeđuju radiofonsku konstrukciju stvarnog i imaginarnog doživljaja, nedvosmisleno pokazuje da radio-struktura pretpostavlja otvorenost i promjenljivost. Ove njene osobine otežavaju definisanje elemenata koji tu strukturu izdvajaju od drugih komunikacijskih struktura i sugerišu utvrđivanje više grupa kriterija na osnovu kojih bi se mogle utvrditi jasne granice između dijelova koji čine cjelinu radio-strukture i drugih „otvorenih” struktura, karakterističnih za savremeno stvaralaštvo uopšte. Teškoći definisanja radio-strukture doprinose i nedoumice oko samostalnosti i autentičnosti radio-izraza. Tim prije što se radio-prezentacija bilo koje vrste sadržaja temelji na „registrowanju dominantnih karakteristika događaja, motiviranog po pravilima vjerovatnosti”, ali i njihovom istovremenom obogaćivanju „marginalnim napomenama, brzim pregledima vidova okolne realnosti, nebitnim za svrhe primarne radnje, ali vrlo aluzivnim”.¹

1 Umberto Eko, *Otvoreno djelo*, „Veselin Masleša”, Sarajevo 1965. str. 189.

Pozivajući se u pokušaju definisanja radio-strukture na Ekovu definiciju otvorenosti narativnog djela, koju on formuliše imajući u vidu strukturu televizijske prezentacije događaja, na izvjestan način kao da se potvrđuje pomenuta nedoumica oko samosvojnosti radio-strukture, štiti nije nebitno ni sa stanovišta informativnosti ni sa stanovišta komunikativnosti te strukture. Ali, poređenja ovakve vrste su neminovna, posebno kada je u pitanju diferenciranost radio i televizijske prezentacije i njihova međusobna uslovljenost tehničkim novinama koje pretpostavljaju i prate razvoj i jednog i drugog medija. Naročito zbog toga što „upotreba tehnike može da bude simptom one tehničke i imaginativne svježine koja je važan uslov za postizanje estetske vrijednosti”.²

Sličnosti i razlike između radio i televizijske komunikacije proističu upravo iz, u određenoj mjeri, jedinstvene tehničke osnove njihovog funkcionisanja, koja im omogućava istovremeno širenje poruka na ogromnom prostoru i istovremenost prijema tih poruka od strane velikog broja pojedinaca. Zahvaljujući tome i dolazi do preplitanja njihovih funkcija, struktura i jezika posredovanja. Naime, televizija je u prvoj fazi svog razvoja preuzela od radija sve ono što se u komunikativnom i informativnom smislu pokazalo produktivnim činiocem radio-komunikacije, da bi mu kasnije, svojevrsnom konkurencijom, vratila dug u vidu raznovrsnih mogućnosti kombinacije semantičkih i estetičkih poruka, jezika diskurzivne i jezika prezentacione simbolike. Te mogućnosti reflektovale su se na prirodu radiofonski posredovanog komunikativnog čina, a time i na samu radio-strukturu. Zbog toga se kao jedan od najprimjerenijih kriterija za utvrđivanje osobenosti radio-strukture i može uzeti upravo način oblikovanja radio-poruka koje je i određuju. U ovom kriteriju obuhvaćeni su u stvari i svi drugi kriteriji na osnovu kojih se radio-struktura diferencirala kao zbir djela stavljenih pred mikrofon, djela stvorenih za mikrofon i djela stvorenih

mikrofonom ili kao kompleks monoloških, dijaloških i polifonijskih radio-žanrova.

Već sasvim izvjesna, budućnost radija zasniva se upravo na novom načinu oblikovanja radio-strukture u kojoj, kao i ranije, dominiraju zvuk, govor i muzika, ali sada u novim sklopovima koji se konstruišu na osnovu novih tehničkih pretpostavki i sve značajnijeg učešća specifičnih prezentacionih simbola. Osobenost radio-strukture proističe, dakle, prvenstveno iz načina oblikovanja poruka, a taj način uslovljen je njihovom simboličkom građom, odnosno fonskom materijom.

Na ovom mjestu neophodno je učiniti i jednu napomenu. Naime, s obzirom na prirodu komunikativnog čina i višestruke funkcije radija kao medija masovnog komuniciranja, radio-struktura koja obuhvata čisto informativno-faktografski plan posredovanja poruka, unekoliko se razlikuje od radio-strukture na planu posredovanja estetičkih poruka. Međutim, radi preciznijeg definisanja radio-strukture, ove će razlike biti zanemarene, uz pretpostavku da će u budućnosti biti i sasvim prevaziđene. A kako priroda radio-znaka zavisi prvenstveno od odnosa koji postoje između njegove materije, značenja i umjetničke vrijednosti, i njihovog međusobnog uslovljavanja, definisanje radio-strukture mora se na tome zasnivati.

Sa stanovišta semiotike i estetike ovi odnosi se mogu analizirati kao odnosi verbalno-zvučnih, akustičkih i muzičkih elemenata fonske materije, koji se u strukturi radio-poruke interpoliraju, povremeno zadržavajući svoja osnovna značenja, povremeno ih gubeći u korist novog, specifičnog značenja cjeline koju tvore.

Taj novi sklop, cjelina koja se zasniva na povezanosti verbalno-zvučnih, akustičkih i muzičkih elemenata predstavlja sintetički radio-znak sinkretičkog obilježja. U osnovi tog znaka su govorna riječ kao artikulisani zvuk, akustika i fonski gest kao nefonemski zvuci, muzički zvuk i element tišine. Svaki od ovih elemenata, uvršten u strukturu sintetičkog radio-znaka, bilo u formi govorne riječi ili nefonemskog i muzičkog zvuka,

gotovo uvijek i u kombinaciji s elementom tišine, tvori specifičan semiotski poredak izuzetnog unutrašnjeg jedinstva. Isprepletenost, uzajamno prožimanje koje se manifestuje kroz intenziviranje ili negiranje elemenata ove znakovne materije, u procesu tvorbe radio-strukture pojačava njenu značenjsku i ekspresivnu vrijednost.

Vrijednost sintetičkog radio-znaka najneposrednije zavisi od sklada koji postupkom kombinovanja zvučnih elemenata dobija sinkretički karakter, a osobenost radio-strukture direktno proističe iz neophodnosti da se na osnovu jednodimenzionalne fonske građe predstave prirodni odnosi vizuelnog i zvučnog aspekta stvarnosti. Preciznije rečeno, radio-struktura se zasniva na apstrahovanju vizuelnog sloja stvarnosti i „proširenju zvučne funkcije predstavljanja sadržaja datih u vizuelnoj sferi stvarnosti”.³ Specifičnost ovog preobražaja vizuelnosti u zvučnost je u tome što postupak eliminacije vizuelnog sloja stvarnosti pretpostavlja formiranje osobene zvučne slike putem koje se obezbjeđuje transmutacija vizuelnih elemenata stvarnosti u njihov zvučni ekvivalent. Zvučna slika stvarnosti tvori se iz verbalnih i averbalnih zvukova, pri čemu „funkciju zastupanja znakova vizuelnog poretka najpreciznije ispunjava govorna reč”.⁴

Govorna riječ, koja u verbalnim porukama semantičkog predznaka nosi i denotativna i konotativna značenja i koja pretpostavlja tumačenje, predstavlja najvažniji element jedinstvene radio-strukture i osnovu njenog značenjskog sistema. Oslobođena primjesa vizuelnog, govorna riječ u radio-strukturi, za razliku od drugih elemenata te strukture, može predstavljati potpuno autonoman i samosvojan znak. Iz više razloga.

U stvarnosti, svaku izgovorenu riječ obično prati određeni gest, vidljiv sagovorniku. Govorna riječ posredovana radiofonski, budući da je govornik nevidljiv, preuzima i ulogu reprezentanta tog gesta,

3 Slava Bardijevska, „O radio-znacima”, „RTV - teorija i praksa”, 25/81, str. 125.

4 Isto.

sugerišući njegovo značenje. Reprezentujući materijalni gest, govorna riječ posredovana radiofonski transformiše vizuelno definisan znak i njegovu prostornu određenost u fonski određen gest izuzetne značenjske i ekspresivne vrijednosti. Uspješnost transformacije zavisi od izbora varijeteta saopštavanja, kvaliteta i sposobnosti govornika, ali i od učešća averbalnih zvukova u postupku konstrukcije zvučne slike stvarnosti.

Pošto ljudski glas kojim se saopštava riječ ovom znaku daje i dodatno značenje, pošto je svaki jedinstven i predstavlja jednu od značajnijih karakteristika ličnosti govornika, osobeniju od otiska prstiju, kako kaže Pradalije, motivisanost, pojmovna i emocionalna vrijednost riječi u radio-strukturi je upravo potencirana tim dodatnim značenjem. Zato Pradalije i insistira na jasnoj artikulaciji, imajući u vidu kratkotrajnost efekata radio-poruke.⁵

Akustički znak, kao drugi po važnosti element radio-strukture, razlikuje se od verbalno-zvučnog znaka nedostatkom pojmovnog elementa i potpunog motivisanja, ali i nedostatkom estetičkog značenja. Međutim, zahvaljujući svojoj foničnosti, on je u radio-poruci u izvjesnom smislu komplementaran verbalno-zvučnom znaku. Pošto akustičkim znakom možemo označiti svaki akustički efekat koji nije proizveden glasom ili muzičkim instrumentom, svaki odjek ili eho proizveden najrazličitijim mehaničkim radnjama, uz upotrebu različitih materijala, on je neophodan element u predstavljanju realne stvarnosti u radiofonskoj poruci. Posebno u funkciji zastupanja znakova vizuelnog poretka. Za razliku od verbalno-zvučnog znaka, striktno pojmovno motivisanog, akustički znak reprodukovao posredstvom radija, i pored neznatnih deformacija, „zadržava svoj supstancionalni i značenjski identitet, što mu dozvoljava da se tretira kao replika realne fonske stvarnosti.”⁶

5 Roger Pradalier, „Epoha radiofonske kulture (1927- 1940)”, u: *Aspekti radija*, Svjetlost, Sarajevo, 1978, str. 47.

6 Slava Bardijevska, isto, str. 130.

Kao elementi akustičkog nejezičkog sistema, po svom semiotičkom određenju, svi nefonemski zvukovi predstavljaju, u stvari, ikoničke znake. A osnovna karakteristika ikoničkog znaka, bez obzira na semiotičku pripadnost, u direktnoj je vezi s predmetima, licima ili stanjima i on predstavlja njihovu suštinsku osobinu i reprodukuje njihove određene karakteristike. Ta njihova zasnovanost na vizuelnoj sferi stvarnosti omogućava im izvanredno nijansiranje evokacija stvarnih i imaginarnih doživljaja. Ali, akustički znak ipak nije autonoman ikonički znak, kao što su ikonički znaci televizijske ili uopšte vizuelne prezentacije ljudskog iskustva. Akustički ikonički znaci međusobno povezani ne tvore smislenu značenjsku cjelinu. Tek u kombinaciji s artikulisanim zvukom - govornom riječi on se aktivira kao značenjska jedinica i postaje značenjski potencijal. Ali, mada je preporučljiva njena prisutnost, dominacija govorne riječi nije obavezna.

Zbog otežane prepoznatljivosti akustičkog znaka kao elementa jezika ikoničke radio-simbolike, njegova funkcija se za sada uglavnom iscrpljuje u dopunjavanju značenjskih nizova radio-poruke. Ali, bez obzira na to njegovo, makar i krnje značenje, akustički znak uvijek pojačava i potvrđuje značenjsku vrijednost govorne riječi. Naročito u konstrukciji estetske radio-poruke, čijoj formi teže i semantički određene poruke, ovaj znak je nazamjenljiv i nezaobilazan element. U prezentaciji stvarnosti, koja se uvijek ogleda kao odnos detalja i cjeline, ovaj znak predstavlja detalj bez koga se ni cjelina ne bi mogla predstaviti.

Muzički zvuk je treći, možda po značaju i po vremenu koje zauzima u radio-programima i prvi, element specifične radio-strukture. Ograničene značenjske autonomije, ovaj znak je u pogledu višeznačnosti predstava koje proizvodi sigurno i najupotrebljiviji u konstrukciji sinkretičke radio-strukture. U značenjskom pogledu ovaj znak je situiran između simboličkih i motivisanih znakova. Spojen s akustičkim znakom ili govornom riječju, on modifikuje i transformiše njihove uloge u radio-strukturi,

pojačavajući ili umanjujući, ponekad čak i poništavajući njihova osnovna značenja. Ovaj znak naročito je upotrebljiv i funkcionalan u smislu pomjeranja granica između načina prezentiranja umjetničkih tvorevina nastalih mimo radiofonskih pravila i onih koje su, uz uvažavanje tih pravila stvarane namjenski i direktno za radio-reprodukciju. Istovremeno, muzički znak kao nijedan drugi element radio-strukture posjeduje i sposobnost da pronikne u druge znakove sistema radio-strukture i da se ospolji u funkciji njihovog integrativnog faktora.

Četvrti element radio-strukture je *element tišine*. Veoma značajan i sa semiotičkog i sa estetičkog stanovišta, ovaj znak se manifestuje kao pauza ili zastoje u emitovanju radio-programa i asocira, prvenstveno, na iščekivanje praćeno strahom ili nadanjem. U kombinaciji s artikulisanim zvukom, govornom riječi, element tišine pojačava njegovo značenje; vezan za akustički zvuk on daje mogućnost za predah u percipiranju poruke; u sklopu s muzičkim zvukom on je uvertira, pauza ili trenutak za sređivanje utisaka.

Osobenost radio-strukture određena je, dakle, međusobnim odnosom elemenata koji učestvuju u njenoj tvorbi, stepenom njihove iskorištenosti u pojedinim dijelovima te strukture i mogućnošću njihovog međusobnog uslovljavanja, zavisno od karaktera svakog pojedinog elementa. Shodno tome, radio-struktura bi se mogla definisati kao sinkretički spoj govora, akustike, muzike i tišine. Taj sinkretički spoj, kao u drevnoj umjetnosti igre, pretpostavlja određen poredak elemenata, sukcesivnost njihovog javljanja i međusobnu smjenjivost. Posmatran kao cjelina, ovaj spoj je kompaktna struktura, ali su unutrašnji odnosi između njegovih elemenata potencijalno konfliktni. Kompaktnost cjeline proističe iz njihove zajedničke osobine, fonske materijalnosti, dok je potencijalna konfliktnost unutrašnjeg poretka izazvana određenom polarizacijom simboličkih i motivisanih značenja koje nose riječi, akustički i muzički znaci, odnosno element tišine.

Zastupljenost simboličkih i doslovnih podznačenja i njihova smjenjivost u pojedinim segmentima radio-strukture određuje ukupno informacijsko i komunikacijsko značenje svake poruke, njenu „čitljivost”. Na osnovu toga koje podznačenje dominira u poruci, od implikacije pojedinih znakova radio-strukture mogu se definisati i tipovi radiofonskog izraza ili radiofonski žanrovi. Zavisno od individualnog značenja i promjenljivosti tumačenja svakog od tipova ili radiofonskih žanrova moguće ih je razvrstati u tri skupine:

1. *monološke,*
2. *dijaloške i*
3. *polifonijske.*

Monološke žanrove najbliže možemo odrediti kao one u kojima dominiraju govorne riječi i motivisana značenja. Osnovna im je osobina monozvučnost i izrazita jednodimenzionalnost. Oni su u osnovi saopštavajući, jednosmjerni žanrovi koji isključuju mogućnost dijaloga, zbog čega se sa stanovišta komunikacijskog značaja veoma nisko vrednuju. Međutim, njihova informativna vrijednost je velika.

U izvjesnom smislu, monološki žanrovi se mogu izjednačiti sa semantičkim radio-porukama u kojima dominira verbalno-logički znak, odnosno jezik diskurzivne komunikacije. Kao osnovne vrijednosti karakteristične za monološke žanrove, Mario Plenković navodi njihovu „intencionalnost, sugestibilnost, zvučnu određenost i adekvatnost auditoriju.”⁷ Određujući osnovne zakonitosti oblikovanja radio-vijesti kao osnovnog monološkog žanra, Plenković intencionalnost i sugestibilnost uslovljava zvučnim valerima, što se ne može uzeti kao njihova jedina odrednica. Kao jednu od važnih karakteristika monoloških žanrova mogli bismo prije navesti ubjedljivost kao oznaku sveukupnosti utisaka koje kod slušaoca proizvode ovi žanrovi, a koja se zasniva na jedinstvu interpretativnih, intonacionih, ekspresivnih i

izgovornih karakteristika govornika.⁸ U skladu s tim mogla bi se prihvatiti i definicija zasnovanosti zvučne određenosti ovih žanrova na autonomnosti i samosvojnosti govorne riječi kao osnovnog elementa radio-strukture.

Za komunikativnu vrijednost ovih žanrova najznačajnija je svakako odrednica o njihovoj adekvatnosti auditoriju, pod čim se podrazumijeva zajedničko informativno iskustvo govornika i slušaoca, odnosno dodatna objašnjenja, ukoliko to iskustvo ne postoji.

Osim vijesti, u monološke radio-žanrove mogu se ubrojati izvještaj, izjava, osvrt, komentar i esej.

Dijaloški žanrovi su mnogo primjereniji prirodi radio-strukture nego monološki. Zahvaljujući svojoj osnovnoj karakteristici - razgovoru, koji je temelj dijaloških žanrova, oni posjeduju izvanrednu komunikativnu vrijednost, dok im je informativni značaj manji nego kod monoloških žanrova. Ova vrsta žanrova, zapravo njihovo oblikovanje podrazumijeva dvostruku supsumaciju. Za razliku od monoloških žanrova kojima, uz osnovni znak - govornu riječ, mogu biti pridodati akustički i muzički zvuk ili element tišine, radi pojačavanja efikasnosti poruke, ali gdje ti dopunski elementi zadržavaju svoju autonomiju, dijaloški žanrovi supsumiraju verbalnu i averbalnu materiju, supsumirajući istovremeno iskustvo sagovornika, njihove različite govorne osobenosti i raznorodne doživljaje određene komunikativne situacije.

Kao osnovna forma govornog komuniciranja dijalog, organizovan i otposat radiofonski daje, u stvari, na uvid slušaocu izvanredno bogat spektar auditivnih senzacija i polučuje isto tako širok spektar efekata. Prije svega, dijaloška forma govora u komunikativnom činu posredovanom radiofonski, budući da uvijek podrazumijeva najmanje dva govornika, omogućava

8 A. Dragojlović, *Vokalna ličnost radija*, Biblioteka RTV - teorija i praksa, RTV Beograd, 1985, str. 150/151.

dvosmjernu komunikaciju i recipročnu izmjenu uloga i razmjenu poruka među njima. Dijalog, zatim, predstavlja i stvaralački čin višeg ranga. On se dešava u konkretnom prirodnom ili vještački konstruisanom prostoru koji ima svoje osobenosti, svoj fon. Svojom ekspresivnom vrijednošću, zahvaljujući svemu pobrojanom, dijaloški žanrovi aktiviraju slušaočevu pažnju i uključuju ga, na određen način, u komunikativni čin posredovan radiofonski. A svojom neposrednošću ovi žanrovi kao element radiofonskog izraza obezbjeđuju slušaocu i osjećaj sveprisutnosti i kompetentnosti.

Sa stanovišta komunikacijske vrijednosti dijaloških žanrova, važno je izdvojiti dva načina njihove radio-prezentacije:

1. dijalog vođen uživo, uz mogućnost direktnog uključivanja slušalaca i
2. ranije snimljen, montiran i naknadno emitovan dijalog, odnosno razgovor radio-autora i neke važne ličnosti, o nekom važnom pitanju.

Razlike između ova dva načina oblikovanja dijaloških žanrova zasnivaju se na njihovoj različitoj vrijednosti u informativnom i komunikativnom smislu. Unaprijed određeno značenje snimljenog i montiranog razgovora približava dijalošku formu po informativnoj vrijednosti monološkim žanrovima, dok nepredvidljivost dijaloga vođenog uživo povećava njegovu komunikacijsku vrijednost, približavajući ga polifonijskom radio-izrazu.

U dijaloške žanrove koji se najčešće koriste u radio-prezentaciji mogu se svrstati anketa, intervju u svim varijetetima, panel diskusija ili „okrugli sto”, konferencija za štampu i polemika.

Polifonijski žanrovi predstavljaju najvišeznačniju radio-strukturu, mada nam se čini da naziv, u etimološkom smislu nije sasvim adekvatan onome što oni komunikacijski stvarno znače. Naime, pridjevom „polifonijski” označava se svaka mnogozvučnost ili višeglasnost koja se uglavnom odnosi na sviranje i pjevanje, znači na istovrsan znak, znak istovjetnog porijekla, što konsekvantno podrazumijeva i

harmoniju. Radio-struktura označena kao polifonijska podrazumijeva naprotiv, estetskom intervencijom organizovan i višeznačan sistem, sačinjen od mnoštva znakovnih elemenata različitog porijekla, koji su uglavnom međusobno konfliktni. Mada ni harmonija u pojedinim dijelovima nije isključena. Zbog toga se pridjev polifonijski ovdje koristi samo kao najpribližniji za označavanje onoga što se pod tim imenom približava konceptu totalnog radija.

U polifonijskim žanrovima, za razliku od monoloških i dijaloških u kojima dominira govorna riječ, a nefonemski zvuci i element tišine se pojavljuju samo iznimno i prvenstveno u funkciji riječi, svi elementi fonske znakovne materije imaju ravnopravnu ulogu. Čak bi se moglo reći da efekti umjetnički konstruisanih veza među nefonemskim zvucima nadilaze efekte riječi. U ovim žanrovima, zahvaljujući tome, do punog izražaja dolaze odnosi između likova i njihove sredine, pa polifonijski žanrovi predstavljaju integrativni faktor koji povezuje audiotaktilno i stvarno ljudsko iskustvo. Polifonijska avizuelna predstava transmutira vizuelno-zvučnu ekspresiju i uspostavlja specifičnu zvučnu ekspresiju. „Vršeći funkcije fonske karakterizacije osoba i predmeta” (i prostora i vremena, može se dodati) ovi žanrovi „postaju ekvivalent vizuelnosti koju evociraju i stvaraju sredstvima koja im pripadaju.”⁹ Time se polifonijski žanrovi približavaju tzv. totalnom radijskom izrazu, koristeći u konstrukciji zvučne slike stvarnog ili imaginarnog doživljavanja ne samo znakove prirodnog porijekla, već i one koji u prirodi ne postoje.

Poput polifona, tehnologijska osnova radija omogućava izvođenje, snimanje i emitovanje i neprirodnih ali veoma asocijativnih zvukova, koji u logičkoj vezi sa zvukovima prirodnog porijekla, tvore novu dramaturgiju radija.

Na toj osnovi, danas se realizuju radio-drama, posebno njeni eksperimentalni oblici, reportaža i njoj sličan

⁹ Slava Bardijevska, isto, str. 133.

fičer koji svoju dramaturgiju gradi na dokumentarnim fonskim zapisima stvarnosti, a komunikacijska perspektiva radija nagovještava da će to biti i osnova za sve ostale radijske žanrove.

Raško V. Jovanović

DOGAĐAJI NA RADIO-TALASIMA (IX)

RADIOFONSKA SLIKA VELIKE SEOBE

Povodom tristogodišnjice seobe Srba pod patrijarhom Arsenijem III Crnojevićem (Čarnojevićem), u koprodukciji Radio Beograda i Radio Novog Sada emitovana je dramska hronika Zvonimira Kostića - *Velika seoba*. Zvonimir Kostić oprobani je autor radiofonskih dela, koja obrađuju teme iz nacionalne istorije. Poznata su njegova uspela ostvarenja o Hadži-Prodanovoj buni, o Drugom srpskom ustanku, Kosovskom boju i drugim događajima, radio-drame u kojima je, uz striktno poštovanje istorijskih izvora, maštovito, ali dramski uvek dovoljno ubedljivo oživljavao tokove događanja sudbonosnih i presudnih za egzistenciju našeg naroda. Tako je postupio i prilikom radiofonskog prikazivanja zbivanja pre, za vreme i posle velike seobe Srba 1690. godine. Obuhvatio je čitav splet događaja na Balkanu za vreme rata 1683-1699, kada je Arsenije III uspostavio veze sa Rusijom, Austrijom i Mletačkom Republikom, mada su Turci, sve do 1688, kada su opljačkali Pečku patrijaršiju, pokušavali da ga održe u političkoj pasivnosti i izolaciji. Međutim, kada su Austrijanci, između 1686. i 1688, osvojivši Budim i Beograd, izveli svoj najsnažniji prodor, kao što je poznato, Arsenije III se obratio Rusiji sa molbom da interveniše na Balkanu

i tako spreči prodor katolicizma. Kako Rusija nije bila spremna za ratni pohod većih razmera, Arsenije III morao se obratiti predstavnicima Austrije, Mletačke Republike i Rimske kurije za pomoć i podršku u vojevanju protiv Turaka. Zajedno sa Đorđem Brankovićem pozvao je Srbe na ustanak protiv Turaka, na koje je već krenula vojska Leopolda I.

Ali, kako je austrijski prodor na Balkan zaustavila žestoka turska protivofanziva, Arsenije III bio je prisiljen da se s masom srpskog naroda preseli u krajeve preko Save i Dunava. Pre toga, sa Sabora u Beogradu Leopoldu I upućen je zahtev da Srbi u Podunavlju dobiju crkvenu autonomiju, kakvu su imali u Turskoj. Bečki dvor dao je 1690. prve povlastice Srbima; posle je Arsenije III nastojao da očuva sve povlastice kao i da oslobodi zasužnjenoga Đorđa Brankovića, kojem je trebalo priznati titulu srpskog despota.

Sva događanja oko seobe, u suštini veliku tragediju naroda, sagledanu iz životnih aspekata visokih crkvenih, vojnih i drugih dostojanstvenika, ali i iz perspektive običnih ljudi - zanatlija, trgovaca, seljaka - prikazao je Zvonimir Kostić u širokom epskom zamahu, tako da se ova dramska hronika ne jednom pretvarala u dinamičnu rapsodično intoniranu radiofonsku kantatu.

U ulozi Arsenija III pred mikrofonima pojavio se Gojko Šantić. Tumačenjem toga lika pridodao je on svojim radiofonskim kreacijama istorijskih ličnosti još jednu, veoma nadahnutu i, reklo bi se, kreaciju obeleženu akcentima plemenite patetike, ali i prožetu iskrenim emocijama. I ostali izvodači, naročito Petar Kralj, Maja Dimitrijević, Momir Bradić, Molorad-Mida Stevanović, Ivan Jagodić i Miodrag Radovanović u inače kratkim sekvencama uspevali su da okarakterišu poznate i manje poznate likove iz prošlosti i da ih pred mikrofonom ožive na veoma sugestivan način.

Radmila Trifunović-Diklić znalački je odabrala muziku epohe, u saradnji sa Vladimirom Jovanovićem. Reditelj Nebojša Bradić uspevao je da ostvari potrebnu

ravnotežu između širokih, epskih slika i konkretnih situacija, u vidu pretežno dijaloških scena, dakle, između onoga što obeležava atmosferu vremena i onoga što je mogla biti životna realnost običnih ljudi. Snimak majstora tona Petra Marića i Nikole Nikolića, takođe, u punoj meri dočaravao je sve ambijentalne različnosti. Radiofonska dramska hronika *Velika seoba* Zvonimira Kostića na dostojan način obeležila je godišnjicu velikog datuma srpske istorije.

PRIKLADNA ČESTITKA

U okviru serije *Kod dva bela goluba*, na I programu Radio Beograda, 1. novembra 1990, izvedena je emisija posvećena dirigentu i kompozitoru Borivoju Simiću. Tu emisiju podarili su Dubravka Stamenković, Dejan Čavić, Vladimir Putnik, Zvonko Kašikić i Milan Puzić našem poznatom umetniku za njegov rodendan. U suštini bio je to jedan radiofonski portret načinjen sa nesumnjivim poznavanjem umetničke delatnosti Borivoja Simića: uz razgovor sa umetnikom, inače veoma spontano vođenim, pročitani su odlomci iz kritika njegovih koncerata sa Horom Radio-televizije Beograd, kako domaćih, tako i stranih kritičara. Takođe, emitovani su i fragmenti pojedinih Simićevih interpretacija, među kojima su bile i neke njegove kompozicije. Treba nagalsiti da je sve to bilo montirano i režirano majstorski, uz optimalno korišćenje radiofonskih mogućnosti.

Za nešto više od dvadeset i pet minuta, koliko je potrajala emisija posvećena Borivoju Simiću, svestrano je prikazana njegova umetnička ličnost. A bilo je materijala za emisiju od nekoliko časova! I upravo zbog toga ne bi bilo suviše pomisljati na nekoliko radiofonskih celina u kojima bi se potpunije prikazala dirigentska i kompozitorska aktivnost ovog umetnika. Ali, to ništa ne umanjuje značaj posla koji su obavili realizatori emisije iz serije *Kod dva bela goluba*, jer su oni u kondenzovanoj formi uspeali da ostvare, i to veoma neposredno, u isti mah uverljivo i sugestivno, portret negdašnjeg umetničkog rukovodioca Hora

RTB, tako da, na kraju, moramo reći kako je velika šteta što se ovaj umetnik prerano povukao sa koncertnog (i studijskog) podijuma. Jer, njegovo aktivno prisustvo bilo bi i te kako korisno u našem savremenom muzičkom životu.

ČAPEKOVA VIZIJA

Bila je opravdana ideja da se u ciklus *Paukova mreža* uvrsti poznata drama Karela Čapeka *RUR (Razumni univerzalni roboti)*. Čini se da je to delo međuratne dramaturgije dobilo u aktuelnosti upravo danas, u osvit XXI veka. To je samo dokaz koliko je Čapekov utopizam bio vizionarski, pa i proročki kad je reč o putu kojim ide čovečanstvo. Čapekova fantastika danas je delom postala realnost, ali njegova poruka upravo stoga je veoma umesna i deluje opominjuće.

Za izvođenje na radiju Čapekovo delo *RUR* režirao je Božidar Đurović, dokazavši da ima potrebno osećanje medijskog izraza. Glumci: Mihajlo Janketić, Gordana Gadžić, Milutin Butković, Zagorka Marjanović i Goran Sultanović potrudili su se da što uverljivije ožive Čapekove likove pred mikrofonom. U tome se naročito isticala Gordana Gadžić, čiji je glas, pored toga što je neobično mikrofoničan, imao sve ono što je potrebno kada je u pitanju govorna emanacija određenih raspoloženja, i to u širokoj skali od straha i neizvesnosti pa do приметnih uzbuđenja zbog naglih i nepredviđenih obrta i situacija. Susret sa Čapekom značio je istovremeno i jednu vanredno uspešu radiofonsku realizaciju, koja je svakako osvežila repertoar serije *Paukova mreža*, znatno doprinevši njenoj atraktivnosti. Kao i uvek kada se radi o pravoj literaturi!

OBNOVA FILOZOFSKE DRAME

U zajedničkom programu trećih programa Radio Beograda i Radio Sarajeva 13. novembra 1990. iz sarajevskog Studija emitovana je drama Milana Damjanovića *Tako je govorio Zaratustra Fridriha Ničea*. Reč je o nizu od nekoliko scena, uglavnom

dijaloških, u kojima su izloženi neki od problema što ih Niče tretira u svom kapitalnom filozofskom i pesničkom delu. Naravno, u središtu Damnjanovićeve drame je ideja o natčoveku, koji treba da reši probleme i ljudima omogući život bez boga. Nekoliko scena prikazuju različita poimanja situacije i, takođe, prikladno ilustruju neprestani proces večnih promena u životu i ostalih dominantnih problema što prate vazdašnju čovekovu egzistenciju, od kojih je jedan i odnos među polovima. Damnjanović potpuno uspeva da svojim dramaturškim sekvencama, formiranim u vidu sažetih dijaloga, slušaocu približi Ničeovu misao.

Reditelj Ljiljana Pavlović, kako nam se učinilo, nastojala je da bez glasnijih propratnih efekata omogući da tekst Damnjanovićeve drame dođe do punog izražaja. U tom nastojanju ona je i uspela: svi propratni efekti i muzika, koju je odabrala Zrinka Rudež, bili su prikladna zvučna osnova na kojoj su se pronosili ničeovski dijalozi o natčoveku kao sublimaciji ljudske sudbine, ali i kao činocu koji može razrešiti mnoga životna pitanja.

Glumci sarajevskih pozorišta: Miodrag Trifunov, Irina Mujačić, Nebojša Veljović, Melvi Albahari, Milenko Goranović, Suad Porobić i Nervin Tulić suzdržano i sa težnjom prema objektivizaciji, katkad i sa potrebnom distancom, tumačili su tekst dikcijski precizno i jasno. Snimak majstora tona Mirsada Tucića, kao i uvek, bio je u znaku inventivnog korišćenja stereofonskih mogućnosti.

Izvođenjem drame *Tako je govorio Zaratustra* Fridriha Ničea Milana Damnjanovića sarajevski Studio upotpunio je svoj filozofski repertoar koji je, nedavno, već osvežen realizacijom dela *Moj Faust* Pola Valerija u prevodu Kolje Mićevića.

KA ESTETICI SNIMLJENOG ZVUKA

Redovni slušaoci Radio Beograda, naročito oni što pretežno slušaju umetničku muziku, mogli su, ove godine, uočiti da urednici i voditelji emisija sve više pažnje poklanjaju fenomenu zvučnih zapisa ostvarenih

na gramofonskim pločama. Tako je, sredinom novembra 1990, u redovnoj seriji II programa Radio Beograd *Klasiku, molim!*, autor i voditelj Milutin Novaković posvetio četiri emisije najpoznatijim diskografskim kućama i njihovom repertoaru. Bilo je reči o diskografskim edicijama izdavača kao što su britanski „EMI”, francuski „Pathé Marconi”, sovjetska „Melodija” i holandski „Philips”.

Za pohvalu je što se napokon na našem radiju govori i o izdavačima gramofonskih ploča. Istini za volju, predstavljanje navedenih diskografskih kuća nije u seriji *Klasiku, molim!* bilo i jedino. Oktobra 1990. godine voditelj Milutin Novaković već je prikazao neka od izdanja uglednih diskografskih kuća, kao što su: „Deutsche Grammophon”; „CBS”, „Decca” i „Erato”. Međutim, ono što nam se učinilo najvažnijim, oba prikaza bila su zasnovana na temeljnim pristupima, koliko je to moguće u jednočasovnim emisijama, tako da su, uz neophodne informacije o samim izdavačima, emitovane ploče čiji je izbor prvenstveno na osnovu kriterija formiranih posle konsultovanja najuglednijih časopisa koji prate svetsku diskografsku produkciju, kao što su engleski „Gramophone” ili francuski „Diapason-Harmonie”. Takve emisije ne mogu se označiti ekonomskom propagandom. Naprotiv, takav pristup, koji podrazumeva da se u emisijama o umetničkoj muzici ne govori samo o delima, kompozitorima, stilovima i žanrovima, ili pak o izvođačima, nego i o samim snimcima, predstavlja značajno tematsko proširenje i prodiranje u fenomene estetike snimljenog zvuka, kojima se urednici Radio Beograda takoreći nisu bavili. Istini za volju, ta tematika povremeno prodire u emisiju I programa Radio Beograda *Susretanja*; o snimcima se, istina samo o kompakt-diskovima, i to informativno, govori u emisiji *Musica noster amor* na programu *Stereorama*, na kojem je uvedena pa povučena i emisija *Videnja i poređenja*, koja se bavila izvođačkim rezultatima. Međutim o snimcima treba govoriti kao o posebnom mediju, i to ne samo u specijalizovanim emisijama, nego i u ostalim, kao što su *Putevima kulture*, *Program*

u boji (koji ima stalnu rubriku o džez-izdanjima, ali ne i o diskografskim edicijama umetničke muzike!) i dr.

DUHOVITO O SAVREMENIM APSURDIMA

U seriji *Radio-igra*, na II programu Radio Beograda, 28. novembra 1990, izvedena je premijera dela Đerda Petra i Ferenca Juhasa *Metafore (o našoj situaciji)*, u prevodu Danila Kiša. To duhovito delce, van sumnje, moglo je izazvati različite asocijacije, kako se kaže i u samom podnaslovu, jer je proisteklo iz savremenosti i predstavlja oporu reakciju na današnja zbivanja.

U vidu manje ili više duhovitih replika ili dijaloga, prožeta songovima, radio-igra *Metafore* sa poprilično ironije koja nije lišena cinizma, uz umesna i suptilna opažanja, ukazuje na neke od apsurdna savremenog sveta. Dramatizator Mirjana Bjelogrić nastojala je da ostvari emisiju koja u svim sekvencama u podjednako meri vezuje pažnju slušalaca, dakle u jednom nizu sekvenci koje, jedna za drugom, samo pojačavaju radoznalost auditorija. U režiji Nade Bjelogrić, koja je interpretaciju izdigla od običnog kabaretskog nivoa do radio-teatra ozbiljne aforističnosti, glumci Vlastimir-Đuza Stojiljković, Ivan Jagodić, Milan Mihailović, Ljiljana Jovanović, Borivoje Vukić, Zagorka Marjanović i Goran Sultanović nenametljivo, ali sa vidnom težnjom da otkriju pravo, katkad skriveno značenje teksta govorili su, svaki u skladu sa vlastitim viđenjem i prema ličnom afinitetu, duhovite opaske Đerda Petrija i Ferenca Juhasa.

Originalni songovi Asima Sarvana i Predraga Stamenkovića bili su više nego prigodna muzička ilustracija emisije i skladno su povezivali govorne delove. Snimak majstora tona Petra Marića odlikovao se preglednošću i duhovitim korišćenjem brojnih stereofonskih efekata.

BALKAN I BALKANCI

U okviru zajedničkog programa trećih programa Radio Beograda i Radio Sarajeva, 18. decembra 1990, iz sarajevskog Studija emitovan je radio-dokument

Mirsada Bećirovića *Balkanac ili tako je govorio Džoni*. Delo je očigledno nastalo s ambicijom da otkrije i ukaže na neke karakterne osobine ljudi balkanskog podneblja. Bez pretenzija da nametne bilo kakve zaključke, ali sa vidnom željom da registruje sve važnije protivrečnosti, koje su inače tipične za našeg čoveka, Bećirović uspeva da formira radiofonski dokument, koji pleni pažnju otvorenošću izlaganja i svestranošću u navođenju problema i mnogih pojava što prate u raznim vremenima i pod različitim uslovima život na ovom tlu. U dokumentarno kazivanje on je utkao i stihove koje su kazivali Radko Polič, Zoja Odak, Niko Goršič i Veronika Drolc.

Nema sumnje da je emisija *Balkanac ili tako je govorio Džoni* mogla slušaocima podstaći na razmišljanje o prošlosti, savremenosti i budućnosti Balkana i Balkanaca. Izazov je stigao u pravi čas - u vreme kada želimo kročiti u Evropu, kako se to obično govori, mada smo u njoj otkad znamo za vlastiti identitet. Snimak majstora tona Mirsada Tukića bio je jasan i efektno montiran. Bila je to još jedna uspešna emisija III programa Radio Sarajeva, koja je ukazala na repertoarsku širinu koja obuhvata, kako vidimo, pored poetske i filozofske dramaturgije i dokumentaristička ostvarenja, što u principu treba pozdraviti, jer odgovara duhu vremena, odnosno interesovanjima auditorija.

VIŠE OD INFORMACIJE

Na II programu Radio Zagreba Bosiljka Perić-Kempf i Branko Magdić redovno prate muzički život u Zagrebu i drugim hrvatskim gradovima. To čine vanredno spretno koristeći radiofonske mogućnosti, uz razgovore pred mikrofonom ili telefonom i plasirajući odgovarajuće muzičke ilustracije, uvek u funkciji izgovorene reči. Ako Bosiljka Perić-Kempf najviše pažnje poklanja afirmaciji domaćeg muzičkog stvaralaštva, onda se isto tako može reći da Branko Magdić svoja interesovanja usmerava na muzičke izvođače. Oni uspevaju da u redovnoj jednočasovnoj

emisiji *Sedam dana muzike* postignu punu informativnost, ali i više od toga, budući da podrobno raščlanjuju sve značajnije muzičke događaje, primenjujući pouzdan kritički pristup pri selekciji i konačnom plasmanu sveukupnog materijala.

Jedno je sigurno: ko želi da bude tačno i na vreme obavešten o tokovima muzičkog života Hrvatske, u poslednje vreme inače neobično bogatog, treba da nedeljom, između 13.30 i 14.30 časova sluša Hrvatski radio - Studio Zagreb II kada je na programu emisija *Sedam dana muzike* - i steći će pun i pravi uvid u događaje, što je, dakako, više od informacije!

SEĆANJE NA LAZU KOSTIĆA

U emisiji serije *Kod dva bela goluba* na I programu Radio Beograda, 10. decembra 1990, prikladno je obeležena osamdesetogodišnjica smrti velikog srpskog pesnika Laze Kostića. Autoru i reditelju emisije, Sanji Baum, pošlo je u potpunosti za rukom da u polučasovnoj emisiji različitim radiofonskim sredstvima, upravo inventivno ostvarenom njihovom sintezom, portretiše čuvenog srpskog romantičara-buntovnika i da fragmentima njegovih pesama, zapisa i sećanja oživi gotovo sve njegove „zanose i prkose” kojima je uzbuđivao savremenike, kao i njegove brojne maštovite uzlete, kojima je našu poeziju vinuo u dotad neslućene prostore. Sjajnom interpretacijom Kostićeve pesme *Santa Maria della Salute* istako se Dejan Čavić, dok su ostale tekstove rafinovano tumačili Radmila Andrić i Milan Pužić. Izbor muzike Dubravke Stamenković oživljavao je epohu, ali i duh Kostićeve poezije.

Snimak Predraga Tomića izdizao se do majstorski ostvarene tonske sinteze, impresivne i u svim segmentima imaginativne do neslućene zvučne raskoši. Zato je i moguće bez ikakvih rezervi zaključiti kako je ova radiofonska realizacija bila evokacija dostojna uspomene na velikog pesnika, dramatičara, esejistu, novinara, prevodioca i polemičara, na stvaraoca uvek nemirnog i radoznalog duha. Istovremeno, bio je to još

jedan prilog naporu da se serija *Kod dva bela goluba* istrigne od manira koji je podrazumevao da se uz tekst neizostavno mora emitovati narodna muzika. I još jedan dokaz o mogućnosti stvaranja radiofonske sinteze u relativno kratkom vremenu.

SPEKTAR JARKIH BOJA

Već nekoliko godina, svakog radnog dana između 21.30 i jednog časa posle ponoći, na I programu Radio Beograda oglašava se *Program u boji*. Uvođenjem tog programskog bloka Radio Beograd je na I programu razrešio, i to na moderan način, pitanje emisije u kasne večernje sate. Trebalo je u tom terminu omogućiti slušaocima da predahnu posle dnevnih napora, trebalo im je omogućiti da uz probranu muziku čuju i najrazličitije aktuelnosti iz sveta kulture i umetnosti, kao i iz drugih područja društvenog života, sve do alternativnih oblasti. I sve to u dijalogu ili razgovoru, uz javljanja dopisnika i drugih izveštača, koji mogu biti i neformalni - a u cilju obaveštavanja slušalaca o najznačajnijim zbivanjima u našoj zemlji, pa i u svetu. Tako široko postavljen programski opseg bio je (i ostao) mač sa dve oštrice, koji urednicima i voditeljima prepušta određene ruke da kreiraju tokove programa kako najbolje znaju i umeju, ali, istovremeno, ostavljajući ih ne jednom u delikatnoj situaciji - u slučajevima kada nema dovoljno relevantnih tema, ili odgovarajućih saradnika, kao i kada treba obaviti selekciju prispelog materijala. Zato je *Program u boji*, tokom hiljadu večeri svoga emitovanja, bivao katkad raskošan spektar jarkih boja i svetlih tonova, a katkad manje spektakularan, ali nikad - monoton i nesadržajan.

Urednik *Programa u boji*, Aleksandar Lukić, koji je uložio ne male napore da se izgradi fizionomija kasnog večernjeg segmenta I programa Radio Beograda može biti zadovoljan: sa ekipom voditelja od kojih pominjemo Marija Rosija, Majdu Šimunc, Dušana Vukosavića, Vladimira Jelenkovića, Ljiljanu Ilić, Marinu Nikolić i Milicu Dragojlović on je uspeo da realizuje ako ne pravu malu radio-stanicu, onda,

svakako, jednu programsku posebnost čiji su govorni segmenti gotovo uvek zanimljivi, a muzika rado slušana. Jedna temeljna analiza sadržaja samo središnjeg punkta ovog programskog bloka - *Teme u boji*, više smo nego uvereni, pokazala bi permanentnu orijentaciju da se obrade najaktuelnije pojave u kulturi i umetnosti.

POPULARIZACIJA OPERSKE MUZIKE

Nedeljom popodne, od 17 do 18 časova, na II programu Radio Beograda nalazi se emisija *Zavolećete slušajući*. Vladislava Vukolić, koja uređuje i vodi tu emisiju, nastoji da prikaže stare i nove snimke poznatih interpretatora operske muzike. Kao osnovna konstatacija nameće se neosporna činjenica da te emisije doprinose popularizaciji operske muzike među slušaocima radija. U emisiji realizovanoj 16. decembra 1990. najpre je bilo reči o nekadašnjim pevačima - prvacima Opere Narodnog pozorišta u Beogradu - dramskom sopranu Zdenki Zikovoj i basu Branku Pivničkom. Sagovornik Vladislave Vukolić bio je dirigent i negdašnji direktor beogradske Opere Dušan Miladinović. On je sa sebi svojstvenim entuzijazmom i delikatnošću, analitički i ne bez nostalgичnih tonova, govorio o umetnosti Zikove i Pivničkog. Nije morao ništa idealizovati, niti preuveličavati: govorio je o prelepim glasovima umetnika, koji su dali obeležje dostignućima beogradske Opere sredinom ovog veka. Šteta je što njegovo izlaganje nije bilo praćeno sa više snimaka Zdenke Zikove i Branislava Pivničkog. Ali i ovo što se u emisiji čulo bilo je dovoljno da slušaocce upozna sa glasovima dvoje umetnika čijih se operskih uloga sećaju svi posetioci zgrade na Trgu Republike pedesetih i šezdesetih godina.

U drugom delu emisije, Vladislava Vukolić podsetila je slušaocce na više značajnih muzičkih godišnjica, da bi se zadržala na obeležavanju 220. godišnjice Betovenovog rođenja. Zato je na kraju emisije plasirala finalnu scenu iz jedine opere velikog kompozitora, iz *Fidelije*, u izvođenju solista, hora i londonskog orkestra

Filharmonija, pod upravom Ota Klemperera. Reč je o izvođenju koje i danas stoji na vrhu svetskih diskografskih lista, tako da se može zaključiti da je Vladislava Vukolić u emisiji *Zavolećete slušajući* dostojno obeležila godišnjicu Betovenovog rođenja.

DRAMA DUŠANA KOVAČEVIĆA PRED MIKROFONIMA

Drama *Profesionalac* premijerno je izvedena na II programu Radio Beograda 27. septembra 1990. Reč je o nastavku *Klaustrofobične komedije*, odnosno o produženom životu njenog junaka, književnika Teje Kralja. U tom nastavku on doznaje kako je policija pratila svaki njegov javni nastup, odnosno svaki njegov korak. U susretu sa vlastitim pratiocem, koji je zapravo bio njegova senka, ali senka koja se postupno pretvorila u njegovog privrženika, Teja Kralj otkriva i novu dimenziju života - sve ono što nije uspevao da vidi i, isto tako, što nije sagledao kao mogućnu posledicu vlastitog književničkog i intelektualnog angažmana.

Za ovo radio-izvođenje poslužila je kao osnova predstava Narodnog pozorišta u Šapcu, u režiji Božidara Đurovića. I ranije je Radio Beograd snimao pozorišne predstave, ali samo u seriji *Pozorišta Srbije*, kojoj je bio cilj da slušaocima predstavi naše teatarske kuće. Međutim, sada je jedna pozorišna predstava snimljena kao radio-dramska premijera. Taj poduhvat obavljen je uspešno, tako da slušaocima ništa ne nedostaje zbog odsustva vizuelne komponente. Glumci su majstorski obavili svoj deo posla. Najpre treba istaći više nego solidnog Petra Lazića u ulozi Teje Kralja. U punoj meri došli su do izražaja njegov lep glas i odlična dikcija, kao i smisao da plasira ono što bismo nazvali unutrašnjim opservacijama ili monolozima junaka koga je tumačio. Mihajlo Janketić u ulozi policajca ispoljio je vanrednu sposobnost karakternog glasovnog nijansovanja, tako da je ovo izvođenje predstavilo radio-slušaoциma Kovačevićevo delo u vanredno lepoj svetlosti.

INTERPRETACIJE BENDŽAMINA BRITNA

U seriji *Istorijski snimci*, na III programu Radio Beograda, 24. septembra 1990, slušaocima je predstavljen Bendžamin Britn kao dirigent i pijanista. Počev od 1965. godine engleska kompanija za izdavanje gramofonskih ploča „Decca” snimila je gotovo sva značajna dela Bendžamina Britna, zajedno sa još nekim delima kompozitora, romantičara uglavnom. Na tim se pločama Britn pojavljuje najčešće kao dirigent za pultom Engleskog kamernog orkestra, a nastupa i kao pijanista. Većina tih ploča snimana je u analognoj tehnici, ali za ono vreme bili su to kvalitetni snimci, koji se i danas mogu održati pred digitalnim. Tokom 1989. i 1990. godine „Decca” je te snimke prenela na kompaktne gramofonske ploče (kompakt-diskove), odnosno analogne snimke je „remasterovala” digitalnim postupkom i digitalnom tehnikom prenela ih na kompakt-diskove, te je tako ostvarila vredne istorijske zvučne dokumente. Stoga je i uvrštenje nekih od tih snimaka u emisiju *Istorijski snimci* bilo potpuno opravdano.

Najpre je emitovana Šubertova *Sonata Arpeggione* u izvođenju violončeliste Mstislava Rastropoviča i Bendžamina Britna za klavirom. Treba reći da su oni ostvarili stilski prefinjenu interpretaciju tog Šubertovog posthumnog opusa. Potom je na programu bio *Nokturno* Bendžamina Britna u interpretaciji tenora Pitera Prisa i, najzad, *Varijacije i fuga na temu Franka Bridža* Bendžamina Britna, u izvođenju Engleskog kamernog orkestra, pod vodstvom autora. Posebno je oduševilo dirigovanje Britnovo, jer su *Varijacije i fuga na temu Franka Bridža* prozvučale sa potrebnom stilskom raznolikošću, ali i ljupkošću i sa odgovarajućom dinamikom, od stava do stava, koji su, kako se zna, svi odreda atraktivni, jer evociraju razne epohe i podneblja, počev od stava „Adado” ili od „Marša”, preko romanse i italijanske arije, pa do klasičnog burea i bečkog valcera.

Kako izdavači gramofonskih ploča sve više objavljuju stare snimke na kompakt-diskovima, možemo očekivati da ćemo i dalje imati prilike da u seriji *Istorijski snimci* uživamo u umetnosti izvođača minulih epoha.

Đorđe Đurđević

KOLOPLETI GOVORA I ZVUKA (IV)

Kao što sam činio i ranije - i u periodu od kraja oktobra do kraja decembra 1990. godine - najveću pažnju posvećivao sam radio-dramama i dokumentarnim emisijama u programima Radio Beograda. Postupao sam tako ne zato što smatram da neki drugi delovi radijskog programa ne zaslužuju stalnija i posebna interesovanja, nego stoga što me niko ne može razuveriti da, osim muzike u svim njenim oblicima, dokumentarno-informativne emisije i radio-drama ne čine suštastvo svakog iole sadržajnijeg i svestranijeg programa bilo koje radio-stanice čiji se poslenici trude da udovolje i najprotivrečnijim željama i potrebama slušalaca.

Odavno je, naime, znano da su upravo dokumentarno-informativne i radio-dramske emisije Radio Beograda poligoni na kojima se godinama i decenijama već uspešno isprobavaju nebrojeni kalibri radiofonskog izraza, od samosvojnog tumačenja i direktnog prenošenja stvarnosti, do stvaralačkih uzleta kada se rečju i zvukom progovara o ljudima kakvi su oni bili ili o svetu u kome živimo.

Toj „neumornoj pletisanki” i njenom trajanju „među javom i med snom” - dobrom, starom radiju - i prošlost

i sadašnjost neiscrpna su vrela izražajnosti koja nastoji da takvim svojim sposobnostima ponekad korakne i u budućnost, naslućujući je i pokušavajući da je makar i izdaleka, makar i delimično otkrije i moćima uobrazilje suoči se sa njom.

BORBA ZA LOVČEN

Glavna tema u *Putevima kulture* Drugog programa Radio Beograda (autor i voditelj ovom prilikom bio je Rale Damjanović) 31. oktobra 1990. posvećena je pokušaju, nedavno u Crnoj Gori stvorenog inicijativnog odbora, da se na Lovćen vrati Njegoševa kapela, a to će reći da sa vrha Lovćena nestane sadašnji Njegošev mauzolej.

Kao i u većini slučajeva do sada, emisija *Putevima kulture* upozorila je na temu veoma aktuelnu i značajnu. Pre dve decenije i ne samo u našoj kulturnoj javnosti lomila su se koplja oko podizanja Njegoševog mauzoleja. Ta kabasta, i od mesta na koje je nasadena i od svoje prevashodne namene odudarajuća, lažna zgradurina, nadahnuta i ne samo meštovićevskom eklektičarskom megalomanijom - razorno je delovala na duh i slovo Njegoševog amaneta, na svetinju njegovog groba kao ljudskog i pesničkog znamenja bez premca.

A sada je, izgleda, kucnuo čas da se mnogi pozabave nepravdom nanetom i Njegoševim željama, i njegovoj poslednjoj volji.

U emisiji o kojoj je reč o tome su razložno govorili Matija Bećković, vladika Amfilohije Radović, Nikola Milošević, Atanasije Jeftić, Branimir Dubak, Momir Vojvodić. Oni su (kao što su to ranije, pre dvadeset i više godina učinile nebrojene naše umne glave) ukazali na pogubnu farsu svojevremenog podizanja Njegoševog mauzoleja, verujući pri tom da nije daleko dan kada će se Njegoševa kapela ponovo ugnezdit i na mestu na kome je, skromna a nadasve simbolična, godinama počivala.

Pomenuti učesnici u emisiji *Putevima kulture* Drugog programa Radio Beograda i nehotice - a svojski! -

podržali su uvodnu rečenicu priređivača dvobroja časopisa „Umetnost” iz 1971. godine, Dejana Medakovića, Živorada Stojkovića i Lazara Trifunovića, koja glasi: „Da podizanje spomenika ličnostima koje su oličenja najviših, najdubljih tragova u sudbini svoga naroda, može pokrenuti neka osnovna pitanja ne samo estetska, već i istorijska, moralna, duhovna - primer je zamena Njegoševe crkvice za Meštrovićev mauzolej na Lovćenu”.

Mnoga slična, *osnovna* pitanja opet su pokrenuta.

To je „borba za Lovćen” - poručuje Matija Bećković. A mudri Dušan Radović, blagovremeno, u pesmi pod naslovom *Veći grob za novu smrt*, napisao je ove stihove. „Njegoša podmićuju, nude mu novu smrt i veći grob, mame ga u svoju raku, kazamat, da ga stave pod svoj kamen i svoje straže, da jedino oni budu nadležni za njegov slučaj, da nam jedino oni mogu prepričavati njegove prave misli, da nije mislio ono što je mislio i da nije napisao ono što je napisao, i da je oduvek mislio ono što oni misle”.

Odjeci i tih Radovićevih stihova a i obilje novih misli začetih su u ovim *Putevima kulture* Drugog programa Radio Beograda, za šta se i te kako postarao voditelj Rale Damjanović podstičući sabesednike i prepuštajući se njihovim razmišljanjima, nadanjima i snoviđenjima o vaskrsavanju Njegoševe kapele.

EH, TAJ ČERČIL!

Kao dokumentarna radiofonija koja ukazuje na neke nedovoljno poznate istorijske činjenice, početkom novembra 1990. u Dramskom programu Radio Beograda premijerno je emitovana radio-drama *Dobro došli na Galipolje* Ivana Josimovića, u upečatljivoj režiji Darka Tatića, sa Ljubom Tadićem i Žikom Milenkovićem u glavnim ulogama, izvanredno tumačenim pred mikrofonom.

Reč je o jesenjim danima 1915. kada su Nikola Pašić i srpska vrhovna komanda očajnički očekivali pomoć od saveznika. Za to vreme Kičener i Čerčil, dva gorda Albionca kojima se prohtelo da budu veliki stratezi,

žrtvovali su australijske, novozelandske, kanadske i druge trupe u uzaludnoj borbi protiv Turaka na Galipolju, poluostrvu između Egejskog i Mramornog mora, na zapadnoj strani Dardanela.

Bilo je to prvo - na žalost ne i poslednje - Čerčilovo sudelovanje u krojenju sudbine srpskom narodu, a konačni izveštaj o ovom suludom ratnom poduhvatu autor radio-drame *Dobro došli na Galipolje* zgusnuo je u podatke nalik na epitaf: „Pola miliona vojnika za pola godine nije uspelo da se probije kroz Dardanele. Poginulo je 4 000 vojnika i 180 oficira, zarobljeno 16 000, ranjeno 17 000 ljudi. Nestalo 7 000 vojnika i 50 oficira. Potopljena 4 ratna broda. Broj bolesnika toliko veliki da nikad nije tačno saopšten. Lord Kičener se tada utopio, a prvi lord admiraliteta, gospodin Vinston Čerčil, tvorac plana za osvajanje Galipolja, podneo je ostavku. Ono što je od srpske vojske preostalo, povlačilo se kroz Albaniju a rat je trajao još tri godine”.

Pašićevi vapaji iz ratnog Niša prepunog izbeglica i življa koji željno čeka savezničke divizije, telegrami kao onaj iz Čosićevog *Vremena zla*: „Opet klekni pred cara našeg spasitelja i opet kaži da je Srbija na umoru”, ili onaj iz ove Josimovićeve radio-drame: „Hrabra srpska vojska učiniće i ovog puta svoju dužnost do kraja” - samo su zrnca stvarnih događaja čije su pregršti svedočile staru istinu da su i Čerčil (a i neke vojskovođe koje su išle njegovim tragom) u mnogim slučajevima bili i ostali krivci bez zaslužene kazne. Bez kazne i presude koju izriču i pravda, i istorija.

DECA PREDGRADA

Putovanje u Rakovicu Vidosava Stevanovića, u radio-adaptaciji i režiji Ljiljane Todorović, reprizno emitovano u Dramskom programu Radio Beograda još jedan je primer pogodovanja Stevanovićevih prozних tvorevina radio-dramskoj dramaturgiji a i radiofoniji uopšte. Ta naoko melodramska priča o poniženima i uvređenima koji u periferijskim ćumezima proživljavaju sumorne ali i svetle trenutke ljudskih uzleta i snohvatica, beznadežne osame i tragike, u

Putovanju u Rakovicu dramaturški je osmišljena u nekoliko rastrzanih unutrašnjih monologa protagonista, koji potresno ukazuju na gorčine i oporosti svojih pojedinačnih sudbina.

Dok „prazna trojka besmisleno klopara po šinama” - mlada žena, u grozničavo doživljenom glumačkom tumačenju Marije Vasiljević, prebira po strunama sećanja i u podsvesti raspliće neke od onih niti koje su potvrda sopstvene bezizlaznosti a koje se jedna za drugom kidaju u dramatičnom spletu okolnosti njenog kukavnog života.

I kao što je kratko rastojanje koje od početne do krajnje stanice svakodnevno i jednolično prelazi jedan od velegradskih tramvaja, tako je kratko ali i užagreno i poniranje mlade žene u neke od najmučnijih uspomena na događaje podjednako prožete osećanjima nemoći, očajanja i prolaznosti.

Reditelj Ljiljana Todorović *Putovanjem u Rakovicu* tragala je za mogućnostima radio-dramskog uobličavanja onih monoloških i dijaloških sprega kojima se u škrtom izrazu čvrsto dočaravaju odnosi i sukobi nesvakidašnjeg intenziteta i tragičnosti. U tom pogledu nezaobilazan a ubedljiv saradnik reditelja bio je ton-majstor Petar Marić, a pored već spomenute i sugestivne Marije Vasiljević u svom glumačkom delokrugu veoma su se zalagali Milan Štrlić i Miloš Žutić.

Posle *Carskog reza* emitovanog ranije u Dramskom programu Radio Beograda, i ovo *Putovanje u Rakovicu* potvrđuje moje uverenje o radio-dramskoj sazdanosti nekih od najuspešijih pripovedaka Vidosava Stevanovića.

GETEOVIM TRAGOM - GETEOVSKI

Da neke reprizne emisije Dramskog programa Radio Beograda uvek dodu u dobar čas, dokazuje i ponovna pojava Geteovog *Fausta* na radio-talasima, u prevodu i radio-adaptaciji Branimira Živojinovića a u režiji Nade Bjelogrić, sa Milošem Žutićem kao tumačem glavne uloge.

Delima kao što je *Faust* Johana Volfganga Getea valja se vraćati vazda, čak i našem uzavrelom i vaskolikom bukom i tehnologijom zasićenom vremenu uprkos.

Pre nego što se išta prozbori o ovom svake pohvale vrednom radio-dramskom poduhvatu da se živom rečju ukaže na nepresušna vrela svetske književnosti, otprve je jasno da su radijskim slušaocima ovom prilikom na raspolaganju bile dve mogućnosti. Ili da pomno saslušaju nekoliko stotina odabranih Geteovih stihova iz *Fausta*, ili, pak, da ih to podstakne za odluku bez odlaganja da se i sami pozabave najpoznatijim Geteovim književnim ostvarenjem i da u svoj svojoj životnoj zahuktalosti i svakodnevnim vremenskim tesnacima prionu na koliko veliki, ali toliko zahvalan i koristan posao pročitavanja *Fausta* u inače zapaženom i produbljenom prevodu Branimira Živojinovića. Ma kako da su postupili - i jedni i drugi dobro su učinili.

Oni koji su se ipak opredelili za *Fausta* na radio-talasima, nagrađeni su bili dvema podjednako dragocenim okolnostima. Mogli su, naime, da makar i kroz „odškrinuta vrata” naslute sadržajna bogatstva i lepotu Živojinovićevo prevoda, a pogotovo da osete samosvojno umetničko recitovanje Miloša Žutića i proniknu u suštinu i tajne recitovanja uopšte, a ovako vrhunskog kazivanja stihova posebno. Time su sebi pribavili zadovoljstvo da oslušnu i ove Geteove reči u *Faustu*:

*...Izvori svega življenja, od vas se nebesa i zemlja snaže,
vas moje svele grudi traže da navrlim se vašim sokom
blaže. Pa zar da skapam ne dočekaviši spas? Osećam
hrabrost u svet da krenem sad, da snosim sreću zemljinu i
jad, da s burama se nosim, da ne klonem čak ni kad s
brodom pokrhanim tonem...*

Istovremeno, možda je i nekima od pažljivijih radijskih slušalaca u sećanjima oživelo i ono što je Gete napomenuo Fridrihu Jakobu Soreu. Evo tog Geteovog uverenja: „Šta sam ja zapravo? Šta sam postigao? Sve što sam video, čuo i posmatrao sakupio sam i koristio. Moja dela pothranjivali su mnogobrojni različiti pojedinci, neznalice i mudraci, ljudi od duha i budale.

Detinjstvo, zrelo doba i starost, svi su mi darivali svoje misli, svoje sposobnosti, svoje nade i poglede na život. Često sam požeo ono što su drugi posejali, moje delo je delo kolektiva koji se zove - Gete!"

NEUJEDNAČENE VREDNOSTI

Jedanaesti susret udruženih radio-stanica Srbije, održan u Mataruškoj Banji početkom novembra 1990. i dalje ostavlja otvorena pitanja o suštastvu i o oblicima tog svojevrsnog takmičenja takozvanih lokalnih radio-stanica.

Dosadašnji rezultati ukazuju na činjenicu da emisije koje sudeluju u toj radijskoj smotri (ima oko 60 emisija) i koje se, po odluci stručne selekcionarne komisije svedu na petnaestak i zatim podnesu na konačnu ocenu nekim žirijima da oni odaberu i nagrade najbolje - dosadašnja saznanja, dakle, svedoče o neujednačenim vrednostima i potvrđuju poraznu osrednjost koja onespokojava ali opominje.

Budući da i neprecizne, tačnije, funkcionalno neosmišljene propozicije ovog festivala doprinose propustima i slabostima emisija u konkurenciji, i ne začuđuje mnoštvo nedoumica i nesporazuma oko materije, stila, obima, dinamike i sklada izražajnih sredstava tih emisija. Iako jedan od bitnijih kriterija propozicija za festival udruženih radio-stanica Srbije podrazumeva i profesionalnu kulturu tvoraca emisija, po meni, ta radijska žetva iz godine u godinu sve je manje berićetna, sve je u njoj manje žita a sve više kukolja. Izuzmu li se uistinu dobra i svake hvale i podrške dostojna ostvarenja - srećom, ima ih, malo ih je, ali vrede! - preostala povorka odabranih festivalskih emisija tetura i posrće. Posredi je bar nekoliko uzroka.

Prvo, sve lokalne radio-stanice u Srbiji dužne su da i te kako pooštire kriterije u određivanju emisija koje ih reprezentuju;

drugo, u stvaranje tih i takvih emisija valja uložiti i više truda i puniju meru umešnosti i mašte, i

treće, kada god je to moguće treba nastojati da se u tom pogledu teži uzorima koji su uvek kadri da nadahnu, oplemene, osokole.

Bez stvarne želje da se stalno stiču nova znanja i iskustva ne može se daleko dobaciti stvaralačkim kopljem. Pogotovo je to nemoguće u ma kojem od postojećih rodova radijskog novinarstva i umetnosti radiofonije.

U BEKETOVOM SVETU

Prošlo je već četvrt veka od kako su, prvo na pozorišnoj sceni a zatim na radio-talasima Zvonimir Bajsić kao reditelj i Sven Lasta u glavnoj, jedinoj ulozi, veličanstveno ostvarili Beketovu dramu u jednom činu pod naslovom *Krapova poslednja traka*.

A 20. novembra 1990, kao premijera Dramskog programa Radio Beograda, isti Beketov tekst, ovog puta u režiji Jadranke Anđelić, sa svestranim Predragom Lakovićem kao Krapom - ponovo je dokazao kako svoje vrednosti, tako i zapažen glumačko-rediteljski rezultat, a i doprinos ton-majstora Aleksandra Stojkovića. Predrag Laković je, naime, skupini do sada realizovanih uloga prividno čaknutih staraca pridodao i Beketovog Krapa, tu jedinstvenu metaforu o čovekovom ironičnom suprotstavljanju smrti i prolaznosti, i njegovom tragikomičnom obračunu sa samim sobom.

Razume se, iako je nemoguće pred mikrofonom u potpunosti interpretirati osobenosti Beketovog autorskog rukopisa i njegove opise, da bi se bar približno pojmlilo koliko je Predrag Laković prodro u suštinska svojstva uloge o kojoj je reč, dovoljno je samo ukazati na uvodne rečenice drame, koje glase: „Kasno veče u budućnosti. Krapov sobičak. Na sredini bine bliže rampi, mali sto sa dve fioke koje se otvaraju prema gledalištu. Za stolom (za njegovim prednjim delom) iza krajeva fioke, licem prema rampi, sedi jedan prilično mrzovoljan, umoran starac: Krap. Na njemu pohabane i izlizane uske pantalone, isuviše kratke za njega. Izandali crni prsluk sa četiri povećá džepa. Težak

srebrni sat i lanac. Prljava bela košulja, bez kragne, razdrljena oko vrata. Na nogama neobičan par kaljavih dubokih cipela, koje su nekad bile bele (velikog broja, bar 44) veoma uskih i šiljatih. Belo lice. Neobrijano. Purpuran nos. Čupava seda kosa. Veoma kratkovid (ali bez naočara). Naglup. Glas napukao. Intonacija karakteristična. Težak hod. Na stolu jedan magnetofon sa mikrofonom i više kartonskih kutija sa rolnama snimljene trake...”

Ko je te večeri sklopljenih očiju pratio premijerno emitovanje *Krapove poslednje trake* Semjuela Beketa na Trećem programu Radio Beograda, gotovo da je mogao, a i morao je *videti* veliku glumačku kreaciju Predraga Lakovića!

SPOMEN NA BRANU

Slušajući nedavno jedan od reprizno emitovanih prozних odlomaka na Trećem programu Radio Beograda, odjednom, prenuh se i zenemeh. Čuo se glas pre nešto više od dve godine preminulog spikera Branislava-Brane Mirčetovića. Glas odmah prepoznatljiv. Glas dubok i zvučan, pouzdana dikcija i artikulacija, samosvojni ritam i tempo kazivanja svrstavali su Mirčetovića u vrhunske majstore svog posla, kakvih je bilo i kojih, tu i tamo, još uvek ima na programima Radio Beograda.

Više od četvrt veka pred mikrofonom Branislav Mirčetović u najboljem smislu reči predstavljao je robovanje i veličinu spikerskog poziva. Započeo je to krajem predesetih godina, a od kako je još onog davnog, tragičnog poznojujskog dana 1963. godine pročitao prvu vest o katastrofalnom zemljotresu u Skoplju, pa zatim, godinama i decenijama sudelovao u svim programima Radio Beograda, naročito u Trećem programu, u kome je sagorevao do svog preranog kraja - Branislav-Brana Mirčetović je tako reći iz dana u dan demonstrirao i učvršćivao istinu o ulozi i nezamenljivosti pravog spikera u radijskom programu.

Glumački obrazovan, muzikalan, osećajući mnoge tananosti govornih melodija i ritmova, kao retko ko,

Branislav Mirčetović naslućivao je i odgonetao mnoge spikerske zagonetke i tajne. Jednu od tih tajni - kako biti neposredan a uzdržan bilo da se čita naučna studija, važna vest ili neodložno sopštenje - Mirčetović je otkrio još na uranku svoje spikerske karijere. Bio je odmeren, sugestivan, jasan. Osećanje mere i nenametljivost u traganjima za skladom između razuma i emocija bile su njegove osnovne spikerske vrednosti.

Mirčetovićev odlazak pre nepune tri godine putem bez povratka nije bio samo nenadoknativ gubitak za Radio Beograd, za spikere uopšte. Taj odlazak podseća na istinu da će se spiker mirčetovićevske kulture govora teško, možda i nikako naći upravo u ovo današnje vreme koje čistoti jezika i tačnoj pravilnosti govora ne samo da ne posvećuje dužnu pažnju, nego ih, naprotiv, sve više ponižava, kinji, prlja.

SUDBINA SILNIKA

Uvek sam smatrao da su u radijskom programu repriziranja dobrih radio-dramskih tekstova bolja od premijernog emitovanja osrednjosti, pa stoga nisam jedini koji je podržao odluku Dramskog programa Radio Beograda da se posle duge pauze slušaocima ponovo ponudi *Kortesov povratak* Andreja Hinga. Reč je o književnom delu čiji su sadržaj i oblik takve kovine, da im sjaj ne tamni ni posle više od dvadeset godina od nastanka i premijernog oglašavanja na radio-talasima.

U *Kortesovom povratku* Hing ukazuje na posledice varljive težnje da se pomoću ognja i mača pojedinci samozvano ovenčaju slavom. Sudbina don Fransiska, Kortesove desne ruke u najezdi konkistadora na starosedeoce Meksika, po povratku iz pogromaške vojne, potvrđuju drevnu mudrost o brznoj smeni nosilaca glavnih uloga u poduhvatima za koje se kaže da su činioci istorije, bez obzira na to da li su, u stvari, odenuti u podsmešljivo ruho farse, ili u svećane odore predanja i mitova.

Kortes i njegova nemilosrdna falanga u trenucima osvajačke zaslepljenosti i gladi za zlatom i dragim

kamenjem u okolnostima kada su, zatirući domoroce Asteke i Tolteke, pomišljali da će njihova avantura i pustolovina zauvek ostati krupan istorijski znamen, nisu ni slutili da su njihove ustreptale nade i pohlepa u stvari lelujavi hod krugova na vodi. Nije, naime, prošlo ni dvadesetak godina od rušilačkog pohoda, a don Fransisko, kao i Kortes, uostalom, suočeni su sa neumitnošću nepisanih zakona prolaznosti. Njihovo vreme prohujalo je, spomen na učinjena zverstva jači je od mogućnosti da se protagonisti iznova zakite legendama o pobednicima i osvajačima. Sada su na redu druge ličnosti, drugi slučajni izabranici čija će imena biti utisnuta dublje ili pliće u istorijske anale.

Suludu dugogodišnju nameru don Fransiska da se ponovo vrati u Meksiko i opet bude onaj stari, zlokobni jahač apokalipse, mača zardalog od nebrojenih posečenih glava i udova nedužnih - u korenu saseca glas razuma njegove supruge koja uporno ponavlja: „Ti se nećeš vratiti, pregazilo vas je vreme, tamo će ići drugi ljudi”.

Pokunjen, razočaran, doživotno prepušten samom sebi, u već poodmakloj vlastitoj raščovečenosti, don Fransisko ostaje i kao opomena, i kao potresno svedočanstvo da se čovekove snage uzaludno i nehumano rasipaju u pregnućima kojima je jedini cilj sila i uništenje.

Kortesov povratak Andreja Hinga tekst je izuzetne dijaloške fature. U njemu ne znate šta pre pleni, da li likovi, ili njihovi snažni odnosi i sukobi. To je do punog izražaja došlo u prevodu Gojka Janjuševića, u režiji Predraga Bajčetića, i u sjajnim glumačkim tumačenjima Ljube Tadića, Raše Plaovića, Ljiljane Krstić, Tanasija Uzunovića i drugih. Ne treba zaboraviti ni majstorsko i ubedljivo pevanje Tihomira Petrovića koji je sa izuzetnim smislom za tu vrstu interpretacije pevački nadogrudio baladu konkistadora koji svojim draganama peva o tome šta će im doneti kada se vrati iz dalekih, prekooceanskih svetova.

PRAVA I OBAVEZE

„Velika prašina” podigla se sredinom novembra 1990. kada su nebrojeni slušaoci *Stereorame* saznali da je Poslovni kolegijum RTB odlučio da njihovu omiljenu i reprezentativnu dvodnevnu emisiju umetničke muzike nedeljno, premesti na radio-talase slabije ili nikakve čujnosti u Beogradu i njegovoj bližoj okolini.

Namah su usledili protesti, molbe, argumentovani zahtevi, maltene pobuna mnogih slušalaca *Stereorame*, pa je pomenuti kolegijum, brže-bolje, prethodnu svoju odluku povukao. Srećom, *Stereorama* ostaje na radio-talasima i na frekvenciji na kojoj je i do sada bila, na obostrano zadovoljstvo svoje male ali nadasve marljive i studiozne redakcije, a i njenih ko zna koliko slušalaca svih uzrasta.

I meni, a verujem i drugima, bilo je jasno da se Poslovni kolegijum RTB svojom prvom, reklo bi se nepromišljenom odlukom oglušio i ogrešio i o *Stereoramu* i o svoje pretplatnike, ljubitelje umetničke muzike svih vremena i stilova. Postupilo se tako brzopleto ili iz neobaveštenosti o stvarnoj ulozi i vrednostima *Stereorame*, ili iz nehaja koji je u bliskom srodstvu sa potcenjivanjem jedne a precenjivanjem druge radijske delatnosti, ili, ništa manje pogrešno, učinjen je korak u svakom pogledu neopravdan i neobrazložen.

Poslovnom kolegijumu RTB takve i slične - makar i iz najbezazlenijih pobuda - igre sa slušaocima ne samo da ne dolikuju, nego su i kadre da u javnosti izazovu nedoumice oko obaveza i prava kojima se u datom trenutku raspolaže. A o čuđenju, negodovanju i žalbama iznenađenih i uznemirenih slušalaca da se i ne govori.

Nadajmo se da ma i najkratkotrajniju sudbinu *Stereorame* u poigravanju sa željama i potrebama slušalaca neće doživeti i neke druge, takode dobre i zapažene emisije i ciklusi emisija na programima Radio Beograda.

SVOJEVRSNI RATNI REKVIJEM

Jedna od repriznih emisija Dramskog programa Radio Beograda podsetila me je na činjenicu da je u Nemačkoj mnogo ljudi sa prezimenom Borhert, a samo je jedini Borhert Wolfgang - ostavio za sobom knjigu do dna ispunjenu očajanjem i neprebolom. Knjigu nalik na one koje uvek snuždeno ispisuju povratnici iz ratova, daroviti i vaskolikim tegobama opsednuti mladići sa svih meridijana, bez obzira na to da li su se zvali Hemingvej, Remark, Crnjanski, Šolohov, Krleža, Majler ili Borhert. Zajedničko i u njihovim slučajevima odmah prepoznatljivo je to da su svi oni, licem u lice, sasvim izbliza, bili suočeni sa besmislicama, razornim silama i tupoglavošću rata i ratovanja.

Borhertova ispovedna i neurotičnim ritmovima i metaforama iskidana i ispresecana pripovetka pod naslovom *Duž duge, duge ulice* - u stvari autobiografska partitura borhertovskog krika i vapaja o dvadesetpetogodišnjem potporučniku Fišeru koji sa hiljadama svojih nedužnih sunarodnika gine u bici kod Voronježa - inspirisala je Nedu Depolo za dramaturšku obradu, ili kako je sama rekla za „radiofonsku dramsku kompoziciju” u čijim se razmerama kriju mukli akordi zlehude čovekove sudbine.

Tako su neki od najpotresnijih odlomaka Borhertove knjige *Generacija bez milosti* u ovom radiofonskom mnogoglasju zazvučali i kao svojevrсни ratni rekvijem, ali iznad svega kao gorka balada koja u isti mah rastužuje i opominje. I prevodilac Ivan Ivanji, a pogotovo reditelj Arsa Jovanović (u njegovom delokrugu bila je i režija i muzika i zvuk) u saradnji sa ovećom grupom beogradskih glumaca i devojčicom Ketlin Brašić koja je dirljivo izgovorila molitvu deteta željnog tanjira supe - zaslužni su za jedno od mogućih a tako i toliko proosećanih tumačenja tamnog vilajeta Borhertovih viđenja i poimanja obezglavljenih ljudi u ratnim vrtlozima i ubitačnim slika rata u ljudima i neljudima.

DOBRO OBAVLJEN POSAO

Prvi višestranački izbori u posleratnoj Srbiji, što će reći izbori za poslanike Narodne skupštine i predsednika Republike Srbije - početkom decembra 1990 - uistinu su izazvali ogromno interesovanje najšire javnosti. Informativne emisije svih programa Radio Beograda - najviše one na Prvom programu - događaju o kome je reč ne samo da su posvetile dužnu, najveću pažnju, nego su i koliko god je to bilo u moći svih urednika i brojnih saradnika (od reportera do spikera) takoreći iz časa u čas nastojali da podrobno i dokumentovano obaveštavaju nestrpljive radijske slušaoce.

Da sve to - i pored najbolje volje i želje pomenutih poslenika Radio Beograda da budu i brzi, i pouzdani i u doslednoj službi proverenog informisanja - nije bilo nimalo lak posao, bilo je jasno svima koji su tu delatnost pratili od dana održavanja izbora, 9. decembra, pa do objavljivanja svih rezultata, nekoliko dana potom. Sve je zavisilo od uvida i rada Republičke izborne komisije pa su se novinari i reporteri na sve moguće načine dovijali da udovolje nezapamćenim interesovanjima i ljubopitljivosti stotina hiljada pa i miliona svojih slušalaca.

Nastojanja i požrtvovanost radijskih novinara i reportera urodili su plodom, pa su opravdano dugi periodi prividne neizvesnosti rezultata izbora i odsustva tačnih i verodostojnih podataka, ublaženi nizom i obiljem novinarskih izražajnih sredstava koja u tako delikatnim okolnostima uvek teže jedinstvenom cilju: veću, osvrtom, komentarom - stalno biti na usluzi slušaocima.

Pošto su bez pogovora uvažavale i primenjivale to pisano i nepisano *Vjeruju* radijskog novinarskog poziva, informativne emisije Radio Beograda zaslužuju puno priznanje za svoj trud uloženi u nimalo jednostavno obaveštavanje o proteklm izborima u Srbiji. Bio je to dobro obavljen posao.

FARSA ISTORIJE

Povodom neposrednijeg poznanstva slušalaca sa višestruko nagrađivanim rediteljem Dramskog

programa Radio Beograda Darkom Tatićem, i kao sećanje na neke od njegovih najzapaženijih rediteljskih ostvarenja, reprizno je emitovano i delo pod naslovom *Campo santo* koje me je po ko zna koji put uverilo da autori teksta nisu uzalud svoju tvorevinu nazvali radiofonskim esejom. Njihova osnovna namera da tim poduhvatom ispituju - kako rekoše - „mogućnosti sinteze heterogenih literarnih izvora u dramskom tkivu, i mogućnosti bifokalne i polifokalne percepcije u stereofoniji” - dovela ih je do rezultata koji je bio i ostao u samim vrhovima današnjeg našeg radio-dramskog izraza u stereofonskoj tehnici.

Campo santo ili *Sveto polje* u svom dramaturško-dokumentarističkom jezgru ima nekoliko slojeva, podjednako sadržajnih i u istinama koje vaskrsava, i u visokim naponima emotivnosti. Tu je, pre svega, sugestivno kazivanje Julije Najman o ženi Jevrejki koja sa dvoje male dece nastoji da izbegne ratne vrtloge, progone i košmare s početka Drugog svetskog rata čija se zlokobna znamenja nadnose nad stvarnošću tog nasilno razrušenog porodičnog doma pretećim senkama fašističkih koncentracionih logora. Tu je onda i udeo Dušana Veličkovića koji je prozi Julije Najman pridodao odgovarajuće odlomke tekstova Ničea, Rajha, Kamija, Tomasa Mana i drugih, a posebno, tu je i rediteljski postupak Darka Tatića da se svi ti iskazi ne sjedine samo u okvirima virtuosno montiranog i nesvakidašnjeg radiofonskog eseja, nego da oni u isti mah budu i stravični radio-dramski oratorijum u kome odasvud izviru i žmare nas glasovi, zvuci, sećanja, tuge i opomene užasa rata.

U *Campo santu* Darko Tatić je uz višestruku pomoć muzičkog urednika Nade Starčević, ton-majstora Milosava Mitrovića i velike glumačke ekipe u kojoj je najuzbudljivije delovala Zagorka Marjanović - do neslučenih razmera upozorio na stvarnu ulogu reditelja u ovakvim stvaralačkim zahvatima. Zvučna i govorna lavina emisije *Campo santo* obrušavala se čas izvanrednim rediteljskim smislom da ironizuje elemente jedne istorijske farse, bolje rečeno, farse istorije, u kojoj su narcisoidno učestvovali inostrani i

domaći tvorci fašizma kao ideologije i strahovlade, čas je delovala potresnom ogoljenošću autentičnih dokumenata, čas je nagonila na razmišljanje o tome da u ovom trenutku takav radiofonski kreativni čin uspeva neposrednije i samosvojnije nego slični pokušaji u drugim medijima.

IZ STARIH ALBUMA

Ko si ti? Ko si ti, sa toplim, žutim očima u večernjoj magli? Zar nisam još toliko bolestan i nežan, da te dodirnem? Kako je tvoj poljski govor mutan i nežan. Što si tako dobra prema meni, ta to nije tvoj zanat. Zašto me gledaš tako milo... Ko si ti, divna, topla, lepa, strasna, među ogledalima i čašicama u sumraku kafane?... Kuda idem, ja nikoga nemam u ovom gradu, ja ne znam puta. Zašto me gledaju tako ovi stari ljudi?..."

U ovim grozničavim rečenicama i rečima nije teško prepoznati odlomak iz *Dnevnika o Čarnojeviću* Miloša Crnjanskog. Povod za ovaj citat i spomen na jedno od najčitanijih dela Crnjanskog sadržani su u reprizno emitovanom *Dnevniku o Čarnojeviću* u Dramskom programu Radio Beograda. Bio je to snimak čije se premijerno emitovanje zbilo pre više od dve decenije, u radio-adaptaciji i režiji Arse Jovanovića, sa Brankom Plešom kao tumačem glavne uloge.

I, čemu kriti, sada je to reprizno emitovanje delovalo kao prelistavanje nekog starog albuma, kao pesma čija melodija još uvek lebdi negde duboko u nama i koju ne zaboravljamo iako je slušamo veoma retko. Pojavi se ona u našem sećanju ponekad - kao što je to slučaj sa svim pojavama u naslagama iskustva koje lagano tone u dubine prolaznosti.

Međutim, i posle premijernog emitovanja spomenutog *Dnevnika o Čarnojeviću* pitao sam se (a pitam se i sada!) posle više od dvadeset godina: nije li *Dnevnik o Čarnojeviću* Miloša Crnjanskog isključivo knjiga u kojoj naraštaji čitalaca nailaze na nepresušna poetska vrela, na povest koja nas uči da su mladost i ljubav, da su život i smrt nerazdvojni, da jedno bez drugoga ne

moгу? I zatim - nije li to štivo sročeno samo za čitanje, za ćutanje, za samoću, za sanjarenje?

Pretoćimo li njenu plemenitu kovinu u neka druga oblićja, preobrazimo li je i odenemo li je u neko drugo ruho - nećemo li je izgubiti, neće li ona postati nešto drugo, malo nalik na sebe, nešto izvitopereno?

Mada je i sam bio svestan takvih i sličnih nedoumica, Arsa Jovanović je tada ipak prionuo na posao da radio-dramski oblikuje *Dnevnik o Čarnojeviću*. Ni on, a ni tumać glavne uloge Branko Pleša, i pored mestimićno uzornih razrešenja i dometa, a i trenutaka u kojima je tako setno zatreperila kantilena Crnjanskog - nisu me uverili kako se putem kojim su oni pošli može stići i do njegovog pravog kraja. Taj kraj nije se mogao naslutiti, stoga su i ostali na pola puta.

Istini za volju, da su punom iskrenošću i stvaralaćkim uzbuđenjem osluškivali tmasta sazvućja tog drhtavog rukopisa Miloša Crnjanskog - potvrdili su neki mukli i navrelim osećanjima zagrcnuti Plešini monolozi i neka jedva ćujna, daleka i melanholićna zvona, tiha kao uzdasi. Potvrdile su to i potmule detonacije topova - slične onima u negdašnjjoj Galiciji - u ćijim odjecima je i mogla da se unezveri beznadežna ljudska osama koja tiho veje u poemi o lutanju, stradanju i bezizlaznostima na proplancima uma i srca Čarnojevića, što će reći Crnjanskog.

Dragutin Bunović

OD KUTIJE KOJA SVIRA DO RADIJA KOJI SE GLEDA

Programske šanse RDS

U razvoju zvučne radio-difuzije uvek je postojala odgovarajuća sinteza na relaciji programska delatnost, distribucija, difuzija programa i prijem programa. U pogledu mogućeg tehničkog razvoja i njegovih efekata kada je u pitanju radio-program, središnji problem u poslednjim decenijama koncentrisan je na pitanje difuzije programa, kao ključne karike u lancu logičnosti postojanja radija, unapređenja programa i traganja za novim izrazima. Ograničenost radio-spektra kao prirodnog resursa podstakla je i pravce istraživanja koji su doveli do novih mogućnosti iskazanih u formuli RDS (Radio Data System)¹

Istraživanja pokrenuta u pojedinim zemljama, a posebno u okviru Tehničke komisije EBU, polazila su od ograničenosti resursa radio-spektra (i putem zemaljske a i satelitske difuzije) i usavršavanja otkrića na polju modulacija frekvencija. U istraživanjima proširenja i usavršavanja tipa modulacija došlo se i do mogućnosti proširenja domaćaja usluga za slušaoce. Situacija u radio-spektru evropske radio-difuzije, još sedamdesetih godina, bila je veoma kritična, posebno u prostoru između 150 kHz i 790 MHz. Radio je na ovom

1 Kod nas u prevodu egzistira termin „prenos podataka putem radija“, a moguća je i formulacija - „sistem radio-podataka“.

prostoru zauzimaao ukupno oko 2%, televizija oko 50% pojasa, a oko 48% ostale službe koje se šire pri čemu rastu i njihove potrebe za frekvencijama.

Ukupnost ovih traganja dovela je i do prvih koraka ka *Radio Data Systemu* (RDS).

O SUŠTINI RDS

Do sada je radio predstavljao izvor govornih i muzičkih informacija formulisan kao jednodimenzionalni auditivni masovni izraz, a ulaskom u novu etapu razvoja radio probija „barijeru zvuka” i postaje „radio koji se gleda”, a da nije televizija. Uvođenje RDS u radio-difuziju, s jedne strane, znači pribavljanje dodatnih informacija (funkcija) direktno slušaocu, a sa druge, slanje određenih informacija (signala) prijemniku koji time postaje „inteligentni radio”.

Osnovna ideja RDS je u činjenici da se preko radio-talasa, pored „čujnog programa”, prenose i dodatne nečujne informacije u frekventnom području koje inače ne pokriva čujni radijski program. Tako se kao prenosni medij za dodatne informacije koristi postojeća mreža radio-predajnika uz instaliranje dodatne opreme za RDS: koderi, dekoderi (prijemnici) i drugo. RDS je samo nagovestio deo svojih ogromnih i zanimljivih mogućnosti koje su proizvod novih saznanja u elektronici, tehnologiji i informacijama - od posebnog kanala za prenos saobraćajnih podataka, preko radio-teksta na displeju sa korisnim informacijama, do identifikacije stanice, mogućnosti da se na displeju gleda deo sadržaja koji se sluša, automatskog uključivanja prijemnika, transportnog kanala za prenos podataka, personalne komunikacije putem pejdžinga i niza drugih. RDS je još uvek u razvoju te se otvaraju nove mogućnosti upotrebe funkcija i sistema i njihove klasifikacije i etapnog razvoja.

Na osnovu dosadašnjih istraživanja i primene ovog, ili njemu sličnih, sistema teško je bez potpunije prakse i istraživanja izvršiti klasifikaciju RDS - kao novog radija - naročito ne po poznatim podclama

programskih funkcija i novinarskog rada. Izvesno je da je reč o novim, velikim komunikacijskim, programskim i novinarskim mogućnostim. Radio će postati još brži i ekonomičniji, a i potpuniji, jer će uz prenos čujnih signala paralelno prenositi i nečujne koji ne utiču na kvalitet emitovanja postojećih radio-programa. Istovremeno će svaki od novih servisa/funkcija zahtevati i posebne izvore informacija i vezu radija sa njima, drugačiji specijalizovani profil novinara, organizaciju redakcije, programskih i drugih radijskih službi. Iako polazna odrednica ukazuje da nisu neophodne dopune u programskoj oblasti, što je tačno, sigurno je da će u budućnosti stvarna i optimalna primena RDS pozitivno uzdrmati i radio iznutra, da neće ostati samo u relacijama „tehničko-tehnološkog radija”. RDS i od programskih stručnjaka traži nova znanja i umeća, kao što su: savladavanje novih komunikacijskih mogućnosti, posebni kvaliteti i zahtevi novinarskog izraza, posebna retorika i gramatika elektronskog medija, kao i druga znanja novinara sa stanovišta medija, auditorija i drugih relevantnih činilaca.

Posle mnogo rada, eksperimentisanja i testiranja, 1980. godine EBU je usvojio - *Radio Data System*. Od 1983. godine deo aktivnosti se prenosi i na industriju kako bi se razvile potrebne komponente sistema i ponudile tržištu. U prvoj fazi (koja još uvek traje) izgrađen je koder na predajničkoj strani (za statičke informacije) i odgovarajući RDS prijemnik (dekoder). Danas se i u Jugoslaviji proizvodi koder za RDS, a u Evropi i RDS prijemnici, koji su neznatno skuplji od dosadašnjih. Njihova proizvodnja i dalje će zavisiti od stepena i masovnosti primene RDS.

RDS informacijama su praktično pokrivena područja koja inače pokriva radio-program. S obzirom na to da u Jugoslaviji postoji ogromna mreža predajnika koji emituju program u kontinuitetu od 24 sata, otvaraju se značajne mogućnosti i za primenu RDS, od lokalnog do nacionalnog nivoa, a sa satelitskom radio-difuzijom i šire integracije u Evropi i svetu. Jasno je da se ovim sistemom pokriva velika teritorija a da istovremeno

nije potrebna izgradnja posebne predajničko-repetitorske infrastrukture. O kojim se potencijalima radi govori i podatak da je u Jugoslaviji u 1988. godini bilo 266 ST predajnika i 495 UKT/FM sa prosečnom pokrivenošću stanovništva u svim režimima rada (dan/noć) sa preko 85%.

FUNKCIJE RDS

Preporukom EBU definisani su osnovni tehnički zahtevi i sadržajne mogućnosti informacija koje se prenose pomoću RDS. Ovom preporukom je ostavljeno dovoljno prostora da se RDS dopunjuje informacijama koje nisu definisane kako za potrebe radija kao medija tako i na osnovu posebnih zahteva drugih korisnika. Do sada su definisane sledeće grupe (od 16 tipova): Osnovno podešavanje i preklopne funkcije; Odabir pojedinih emisija; Radio-tekst; Informacija o drugim programima; Vreme i datum; Kanal za prenos podataka; Interne aplikacije; Selektivno pozivanje osoba (pejdžing), grupe od 9 do 15 za sada nisu definisane, i 16 - Brzo osnovno podešavanje i preklopne funkcije. Osnovna podela funkcija/servisa zasniva se na sledećim kategorijama:

- Primarne funkcije,
- Sekundarne funkcije,
- Dodatne funkcije.

Moguća je i drugačija podela jer postoji određena zavisnost između ove tri grupe funkcija. U nekim slučajevima, iako se ne koristi funkcija jedne grupe, potrebno je koristiti njen kôd radi korektivnog rada druge grupe. Moguća je podela i na takozvane dinamičke i statičke funkcije koja se zasniva na korišćenju kodera na predajnoj i odgovarajućeg dekodera na prijemnoj strani. U etapnom uvođenju RDS za sada se ostaje uglavnom na uvođenju statičkih funkcija.

U zavisnosti od programskih zahteva i mogućnosti moguće je izvršiti i drugačiju podelu funkcija RDS kao na primer:

- Programske funkcije (sada sekundarne),
- Funkcije programskog komfora (sada primarne), i
- Vanprogramske funkcije (sada dodatne).

Programske funkcije (sekundarne)

U prvoj fazi uvođenje RDS ove funkcije u tehničkom smislu nisu prioritetne. Međutim, u dugoročnom razvoju RDS u narednim etapama one će posebno biti značajne sa stanovišta programa i radio-novinarstva.

Uvođenje ovih funkcija zahteva značajnija ulaganja za opremu i studij i na relaciji do predajne tačke.

Uvođenje ovih funkcija pretpostavlja i određene promene, odnosno dogradnju proizvodnje programa u svim njegovim segmentima do prikladnog redefinisanja programskih sadržaja radija. Korišćenje ovih funkcija zavisi od programskih zahteva i mogućnosti.

Do sada su definisani sledeći programski zahtevi programskih (sekundarnih) funkcija:

1. *Informacija o ostalim mrežama* (ON). Ova funkcija omogućuje radio-difuznim organizacijama da daju informacije o svim svojim mrežama, na osnovu saradnje i dogovora i o mrežama drugih radio-difuznih organizacija. Za JRT ova funkcija može biti posebno interesantna s obzirom na organizovanost radio-difuzije i njenu rasprostranjenost uključujući i višejezičnost. Osnovni zadatak ove funkcije je da pomogne automatskom podešavanju na druge mreže, a tu su važne i mogućnosti koje se odnose na alternativne frekvencije drugih mreža, na označavanje programa koji sadrži informacije o saobraćaju, vrste programa i oznaka programske emisije i drugo.

2. *Tačno vreme i datum* (CT). Funkcija koja pored iskazivanja tačnog vremena i datuma na displeju može biti svrstana i u vanprogramske funkcije.

3. *Vrsta programa* (PTY). Ovom funkcijom se istovremeno sa programom šalje odgovarajući kôd vrste programa. Ona razlikuje 31 vrstu programa kao na primer: dečji, obrazovni, muzički po žanrovima itd. Poslednja vrsta programa (sa kodom 31) rezervisana je za „alarm” koji obuhvata vanredne okolnosti u životnoj sredini. U vezi sa ovom funkcijom vode se i najveće

diskusije a ona će imati i najznačajnije učešće u koncipiranju programa. Radna grupa eksperata EBU do sada je predložila sledeće kodove i vrste programa:

Kôd	Program
00	Nema funkcije PTY.
01	Vesti (kratak pregled događaja, činjenica...).
02	Tekući događaji (tematski program širi od vesti, različitih stilova i koncepata prezentacije).
03	Informacije (davanje saveta i informisanje u širem smislu - meteorološki izveštaji, prognoze, medicinski saveti, ekološki itd.).
04	Sport (sve u vezi sa sportom).
05	Obrazovanje (obrazovni programi sa dominacijom pedagoških elemenata).
06	Drama (sve radio-igre i serije).
07	Kultura (sve vrste nacionalne i regionalne kulture, uključujući filozofiju, društvene nauke, jezik, pozorište itd.).
08	Nauka (programi o prirodnim naukama i tehnologijama).
09	Razno (koristi se za lako zabavne emisije, gde dominira govor, a nisu obuhvaćene sa prethodnih osam kodova, kao što je kviz, komedija, satira, i sl.).
10	Pop muzika (komercijalna muzika trenutno popularna).
11	Rok muzika (savremena moderna muzika čiji su kompozitori i izvođači mladi muzičari).
12	M.O.R. (Middle of the Road) muzika, što je zajednički naziv za lako slušljivu muziku nasuprot rok, pop ili klasičnoj muzici, a relativno kraće traje - ispod 5 minuta.
13	Laka klasična muzika (instrumentalna i horska).

- | | |
|----------|---|
| 14 | Ozbiljna, klasična muzika (veliki orkestri, simfonije, velike opere i sl.). |
| 15 | Ostala muzika (muzika koja ne spada u gore navedene grupe. Na primer: džez, bluz, narodna...). |
| 16 do 30 | Još nije dodeljeno u skali kodova. |
| 31 | Alarm (funkcija koja uključuje prijemnik iako je u „stand by” poziciji, u slučajevima kada se predviđaju ili dešavaju opasni događaji kao što su: elementarne i ekološke nepogode, i slično). |

Od ukupno 31 moguće „vrste programa” kodirano je, po prethodnom nabranjanju 15 vrsta (užih programskih funkcija). U njihovoj distribuciji vodilo se računa o svim programskim funkcijama radija i interesima auditorija - od informativnih emisija, preko obrazovnih, kulturnih, servisnih, muzičkih, zabavnih i drugih. U daljem strukturisanju ove funkcije (preostali kodovi od 16 do 30) moguće je poći i od sledećih predloga:

Turizam	Sve informacije i emisije namenjene turistima, stranim i domaćim, o svim turističkim delatnostima, imajući u vidu turističke mogućnosti i ambicije.
Poljoprivreda	Programi (emisije) specijalizovanog sadržaja od značaja za poljoprivrednike, posebno u poljoprivrednim regionima. Od saveta stručnjaka do drugih sadržaja.
Ekonomsko-propagandne poruke	Polazeći od tržišne orijentacije korisno bi bilo uvesti i kôd za EPP. Posebno za one EP poruke koje su u funkciji servisnih informacija građana.
Verski programi	Emisije namenjene zainteresovanom auditoriju. Ove emisije postoje u drugim zemljama a izvesno je da će

	biti i u našoj radijsko-programskoj praksi.
Servisne informacije	Uslužne informacije nekomercijalnog karaktera - servisi vezani za probleme čoveka (psihološki saveti, pravni, saveti za mlade... tzv. „drugarski radio”).
Ekologija	Sve ekološke informacije (emisije) o zaštiti čovekove sredine. Razlikovati „ekološki alarm” mada i on može da po potrebi „ide” kroz ovaj kôd.
Učenje jezika	Aktuelno programsko pitanje - zbog lokalnog, nacionalnog i globalnog razvoja radio-difuzije i svih oblika komunikacija. Obrazovne emisije uz korišćenje i radio-teksta na displeju.
Međunarodne teme	Specijalizovane emisije o svim procesima međunarodne ekonomske, kulturne i druge integracije (regija, Evrope, sveta).
Poslovni program	Vesti, osvrti, preporuke značajne za poslovni svet (berza vrednosnih papira, poslovne ponude i potražnje, berza rada itd.). Imati na umu razvoj privredne inicijative i mogućnosti radio-teksta i transportnog kanala za prenos podataka.
Igre na sreću	Emisije sa informacijama o svim igrama na sreću, kladionicama i sl. Na izgled ova funkcija nema svoju opravdanost ali treba imati na umu potencijalni auditorij.

Ostali kodovi se mogu koristiti prema drugim sadržajima programskog interesovanja.

4. *Oznaka programske emisije (PIN)*. Funkcija koja omogućuje da se određena emisija sluša ili snimi ako se emituje izvan predviđenog vremena. Uvođenje ove funkcije takode nije planirano za prvu fazu RDS.

5. *Radio-tekst (RT)*. Funkcija je namenjena kućnim i prenosnim radio-prijemnicima. Informacije se ispisuju na ugrađenom displeju a mogu biti u vezi sa radio-programom ili ne. Ovo je posebno atraktivna funkcija a njeno uvođenje se očekuje u drugoj fazi RDS.

6. *Kanal za prenos podataka (TDC)* - transparentni kanal. Radi se o funkciji namenjenoj za prenos podataka do posebnih uređaja povezanih sa RDS prijemnikom. Predviđeno je više tipova različitih servisnih usluga. Ova funkcija omogućuje i specifičnu komercijalnu eksploataciju. Na RDS prijemnik se može priključiti i kućni računar a preko njega i korisnik RDS sa bankom, poštom, trgovinom ili nekom drugom javnom službom.

7. *Identifikacija dekodera (DI)*. Za ovu funkciju za sada nema većeg interesovanja a ona omogućuje da dekodek prepozna jedan od 16 načina kodiranja zvučnog programa.

8. *Preklopnik muzika/govor (MS)*. Funkcija koja omogućuje prijemniku da razlikuje muziku od govornog programa. Ni ova funkcija za sada ne izaziva veće interesovanje.

9. *Interna upotreba (IH)* - namenjena je internim potrebama radio-difuznih organizacija koje emituju RDS.

Funkcije programskog komfora (primarne)

Reč je o funkcijama koje su bitne za automatsko podešavanje RDS prijemnika. Moguće ih je unapred uprogramirati u sklopove RDS koda. U ovu grupu spadaju funkcije koje pored ostalog omogućuju automatsko podešavanje prijemnika i to:

1. *Identifikacija programa (PI)*. Namenjena je više prijemniku nego slušaocu. Koristi se za egzaktnu identifikaciju radio-programa. Omogućuje identifikaciju zemlje, tipa programa a u funkciji zone pokrivanja i referentnog broja programa. Kôd je za svaki radijski program drugačiji, a sastavljen je iz identifikacije broja države, kôda regije i šifre za

radijski program. Ovu funkciju moguće je koristiti i u kombinaciji sa funkcijom alternativne frekvencije (AF).

2. *Alternativne frekvencije (AF)*. Spisak frekvencija na kojima je moguće primati isti program sadrži do 25 frekvencija. Na ove frekvencije se prijemnik automatski podešava.

3. *Naziv programa (PS)*. Uz pomoć ove funkcije radio-stanica šalje kratke nazive svog programa a korisna je slušaocu da verifikuje da li je na željenoj stanici - programu. Funkcija omogućuje i ispisivanje podataka na displeju RDS prijemnika i to alfanumeričkim znacima.

4. *Program koji emituje i informacije o saobraćaju (TP)*. Reč je o identifikaciji programa sa saobraćajnim vestima. Funkcija omogućuje i automatsko podešavanje prijemnika na frekvenciju na kojoj se emituje informacija o saobraćaju.

5. *Označavanje da program emituje informacije o saobraćaju (TA)*. Ova funkcija nije samo informativna nego ima određeni uticaj i na prijemnik.

Iz ovog sažetog nabiranja osnovnih funkcija iz grupe primarnih jasno je da je za novinarski radio reč o funkcijama programskog komfora, mada će i ove funkcije i njihova primena imati uticaj na profilisanje programskih sadržaja, programsku disciplinu i drugo.

Vanprogramske funkcije (dodatne)

Ove funkcije koriste RDS kao najpovoljniji transportni medij i nisu direktno vezane za radijski program mada mogu biti vezane za proširivanje radijske delatnosti u jednu celovitiju marketinšku strategiju radija. Moguće je očekivati uvođenje nekih od ovih funkcija sa naglašenim prioritetom s obzirom na mogućnosti komercijalnog plasmana usluga drugim organizacijama (javnim službama, PTT, saobraćajnim organizacijama, zdravstvu i sličnim).

U ovu grupu spadaju:

1. *Radio pejdžing (RP)* koji predstavlja efikasan sistem selektivnog pozivanja i obaveštavanja osoba na

području koje je inače pokriveno radio-signalom. Ova funkcija može da bude ojačana i širim interesovanjem za uvođenje RDS pre svega zbog postojeće izgrađene infrastrukture i velike pokrivenosti teritorije.

2. *Kanal za saobraćajne poruke (TMC)*. Ova funkcija je namenjena pružanju informacija motorizovanim učesnicima saobraćaja. Posebno interesovanje za prenos informacija o saobraćaju pokazuje Evropska konferencija ministara saobraćaja koja je razmatrala jedinstven sistem informisanja o saobraćaju na putevima Evrope pomoću radio-difuznog sistema.

REZIME O RDS

Osnovni cilj RDS je prenos različitih podataka, odnosno informacija, raznim kategorijama korisnika, na izuzetno povoljnoj ekonomskoj osnovi i na već razvijenom i izgrađenom mediju i mreži radio-difuznih predajnika. Rasprostranjenost RDS u vremenu i prostoru kao i efikasnost sistema uvršćuju ga u značajne činioce modernog informatičkog društva. Za radio kao elektronski medij to je kruna u njegovoj elektronskoj evoluciji. Ovaj sistem se može koristiti na svim nivoima društvenih zajednica, a istovremeno može biti povezan i sa drugim informatičkim sistemima. Sistem RDS koncipiran je tako da njegovo funkcionisanje što manje opterećuje programsko i tehničko osoblje radijskih kuća. Neke funkcije se ostvaruju praktično automatski, dok na primer uvođenje radio-teksta (RT) zahteva i pravu redakciju RDS.

Na osnovu dosadašnjih iskustava teško je dati projekciju organizacije, osoblja i redakcijskog organizovanja i rada. Izvesno je da uvođenje RDS u prvoj fazi ne zahteva veće promene u programsko-organizacionom sektoru radija, jer se u većini slučajeva rad tonskih operatora, odnosno režisera i realizatora proširuje jedino na rad sa terminalom, preko koga se uživo ili sa trake emituje dodatna informacija ili se upravlja koderom na predajnom objektu.

Radio kao sredstvo masovne komunikacije primenom RDS probija „zvučnu barijeru sopstvenog zvuka” i postaje pored auditivnog izraza i vizuelni. Proširuje se polje komunikacijskog izraza i percepcijom i sadržinom i prelazi rubikon jednodimenzionalnosti. To ne znači da će radio zameniti ili biti hibrid televizije, štampe i drugih sredstava masovnih komunikacija. Pored zvuka i tišine radio će koristiti i radio-tekst. Moći će da izađe iz tišine u zvuk, iz jednog zvuka u drugi, da uz zvuk šalje nečujnu poruku, ili sve to i zajedno i istovremeno. Dopuniće zvuk i racionalno pisanom porukom. Radio-vest će trajati i duže od trenutnog kontakta sa slušaocem. Ona može prema interesovanju biti i odštampana na odgovarajućem uređaju. Radijske medijske prednosti poput brzine i neposrednosti prenosa događaja u svim odrednicama autentičnosti i aktuelnosti dopuniće se još autentičnijim, aktuelnijim, bržim i kroz vreme i kroz prostor. A jedna od konstanti njegovog postojanja kao što je ekonomičnost, učiniće ga još atraktivnijim.

Upotreba jednostavnog i prepoznatljivog jezika, kratka i kondenzovana poruka, češće i raznovrsnije ponavljanje bitne poruke, korišćenje izražajnih prednosti i vrednosti, uvažavanje tehničkih specifičnosti... doživeće još potpuniji razvoj, kao i druge nove tehničke mogućnosti. Mikrofon će ostati nezamenljiv, ali će ga dopuniti i kompjuter i novi simboli u radiju, pored simbola govora. Javne i opštedruštveno važne informacije praktično će se pomoću RDS posredovati do krajnjeg korisnika bez posrednika. Time će radio postati još demokratskiji i humaniji. Kontakt sa izvorom informacija, događajem, brza kontribucija primarne informacije i brza obrada i difuzija praktično će udvostručiti komunikacijski kanal i njegove mogućnosti. Od jednog istog kanala učiniće više u istom trenutku bez odlaganja. Proširiće se lepeza ponuda, a radio će izaći iz svoje vlastite senke. Time će se i osnovne definicije i pojmovi i u svakodnevnom jeziku, ali i u jeziku stručnjaka, nadograditi i menjati. Klasično poimanje radio-difuzije i radio-difuzne organizacije zasigurno će dobiti novo značenje.

Konačno, prve nove reči: *Radio Data System* (RDS) ne samo da su izgovorene već su postale i stvarnost.

JEDANAEST TEZA O RDS:

1. U susret svim fazama uvođenja RDS izvršiti specijalizovana i kontinuirana istraživanja uditorija, kako bi i u našoj radio-difuziji omogućili potpunije definisanje kako funkcija (vrsta programa, radio-teksta, dodatnih...) tako i drugih strateških opredeljenja.
2. Realizovati dodatna istraživanja za komercijalnu funkciju RDS u cilju njihove prioritete realizacije (radio-pejdžing i druge). Izaći iz tradicionalne filozofije radija i graditi novu celovitu marketinšku orijentaciju radija, ne shvatajući je samo u komercijalnom značenju. Otvoriti i pravna/zakonska i druga pitanja u vezi sa ostalim javnim službama.
3. U pripremi za primenu i uvođenje RDS u svim radio-difuznim organizacijama formirati stručne ekipe sa praktičnim i razvojnim zadacima. Obuhvatiti timove programskog, tehničkog i tehnološkog profila.
4. Značajno je sagledati sve relevantne izvore informacija za funkcionisanje RDS, kao na primer: AMS, hidrometereološke službe, službe javnog saobraćaja, javne sigurnosti i druge.
5. Sagledati neophodne promene u organizovanju redakcija. U prvoj fazi uvođenja RDS nema većih zahteva, a u ostalim fazama će se nametnuti pitanje RDS redakcije, RDS deska i druga.
6. Programsko redefinisane svih programa i programskih struktura u uslovima RDS i njegove masovne primene.
7. Novinar na radiju u uslovima RDS će biti ne samo specijalista sposoban da vlada hardverskim sistemom već i ključni kreator programskih funkcija.
8. Posebno će se aktuelizovati pitanja novinarskih žanrova u funkciji razvoja elektronskog medija i RDS retorike. U tom pravcu su neophodni i odgovarajući eksperimenti kako u radio-difuznim organizacijama tako i u saradnji sa kompetentnim organizacijama.

9. U pripremi za uvođenje RDS potrebno je pored matičnog radija uključiti i lokalni i regionalni imajući u vidu primenljivosti RDS po nizu funkcija na raznim nivoima društvenog organizovanja i potrebu njihove integracije.

10. Korišćenjem displeja u kontinuitetu (radio-tekst) radio bi po prvi put mogao da postane medij i za slušno hendikepirane osobe.

11. Zbog naglog razvoja televizije, „elektronske sestre radija“, do sada je radio u redefinisanju svojih funkcija i programa tumačio sebe i televiziju. Uvođenjem RDS u svet radija, njega ne treba tumačiti, on se mora menjati.

Razvoj radio-difuzije, posebno satelitske, počeo je da prenaglašava globalnost i univerzalnost na štetu užih interesa. Praksa upravo potvrđuje suprotno - da raste interesovanje i za konkretno, svakodnevno, humano i humanističko. I za jedno i za drugo ima mesta i razloga na radiju i u sistemu RDS. Jedino je, i do sada, radio opstajao kao medij sa ljudskim likom.

LITERATURA

Aspekti radija (zbornik), Svjetlost, Sarajevo, 1978.

„Godišnjak JRT“, JRT, Beograd, 1989.

Plenković M., *Suvremena radio-televizijska retorika*, Zagreb, 1989.

„Prvi simpozij JRT o RDS“, Dokumenta, Portorož, 1990.

„RTV - teorija i praksa“, Beograd, br. 50, 1988.

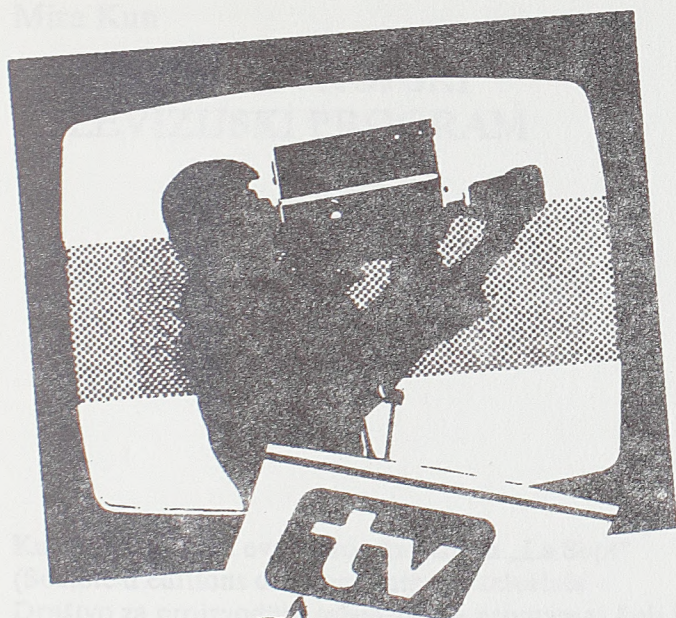
„RTV svet“, Centar RTB za istraživanje, Beograd, 1985.

„Radijski Data System“, RTV Ljubljana, grupa autora, 1988.

„Simpozijum EBU o radiju u osamdesetim godinama“, JRT, Beograd, 1974.

„Uvajanje RDS sistema v Jugoslavensko radiodifuzijo“, Skat Invent, Ljubljana, 1988.

„Zajedničke osnove plana 1986-1990. i osnove razvoja JRT do 2000. godine“, JRT, Beograd, 1986.



televizija

Mira Kun

„LA SEPT” - EVROPSKI TELEVIZIJSKI PROGRAM

Kulturni program evropskog karaktera „La Sept” (Société d'éditions de programmes télévisés - Društvo za proizvodnju televizijskih programa) koji je finansirao francuski kapital FR 3, INA, Radio France i druge radio-televizijske organizacije, počeo je emitovanje svojih programa 1. maja 1989. godine na satelitu TDF 1, od 19.30 do 22.30, a već je 31. maja emitovao program od 15.30 do pola sata posle ponoći.

Ideju o otvaranju ili pokretanju evropskog televizijskog kanala koji bi emitovao programe iz kulture prvi je izložio, još 1985. godine, Pjer Degrop (Pierre Desgraupes) bivši direktor Antenne 2 a tada predsedavajući Evropskog instituta za medije. Degrop je predlagao program u kome bi bilo: 33% filmova, 20% zabavnih emisija, 12% emisija informativnog karaktera, 11% muzike, 10% programa za decu, 8% dokumentarnih emisija, 6% programa iz pozorišta i sporta.¹ Od osnivanja „La Sept” je prikupljao najbolje emisije evropske produkcije ostavljajući ih u dokumentaciji do početka emitovanja.

Postavilo se pitanje da li bi takva vrsta programa okupila televizijski auditorij. Odgovor je pružila

1 „L'Europe des programmes”, „Dossiers de l'audiovisuel”, br. 13, maj-jun 1987, INA, Pariz.

studija Luja Harija (Luis Harris) čiji su rezultati tvrdili da će u dvanaest država Evropske ekonomske zajednice biti dovoljno publike. Istraživanje, obavljeno u ono vreme (rezultati su saopšteni 1986. godine), predviđalo je da će biti oko dvadeset miliona gledalaca, i to uglavnom mladih osoba, koji bi bili zainteresovani za emisije iz oblasti nauke i kulture.

Prvi dani novog TV kanala (u samom početku nazvanom „La Sept” - a pobornici su ga prozvali „Sedam puta bolji”) nisu bili laki.

S proleća 1986. godine na čelo nove televizijske programske kuće postavljen je profesor Žorž Dibi (Georges Duby) iz Kolež de Frans, priznati pisac i istoričar. Od samog dolaska na novu dužnost, zalagao se za emitovanje televizijskog programa izuzetno visokog umetničkog kvaliteta. Govorio je: Založićemo se da emitujemo sadržaje koji poštuju i gledaoce i njihovu kulturu.²

Od 1. maja 1989. godine do početka februara 1990. programe „La Sept” gledalo je nekoliko stotina hiljada gledalaca pretplaćenih na kablovsku televiziju na kojoj su direktno primali satelitske programe TDF 1. Program je u početku objedinjavao umetničke filmove (34%), dokumentarne emisije (31%), emisije zabavnog karaktera - spektakle (21%) i emisije za mlade (14%).³

Širom Evrope raslo je interesovanje za programe „La Sept”. Autorizaciju za prijem programa i za emitovanje putem kabla dobile su Švajcarska, Luksemburg, Danska i Belgija.

Sledećim potezom trebalo bi da se ovaj program združi sa televizijskim kanalima u Nemačkoj: ARD i ZDF. Sedište tog novog programa bilo bi u Strazburu. Za projekat programa „La Sept” interesovanje su pokazale Televizija Španije (TVE) Švajcarske (SSR), Belgije (RTBF) i Švedske (SVT).

Septembra 1989. godine „La Sept” je ukupno raspolagao sa 1 934 sata programa: od toga je 685 sati

2 „Media Bulletin”, jun 1987, tom 4, br. 2.

3 „Figaro”, 6. februar 1990.

bilo dokumentarnih emisija, 449 iz oblasti umetnosti, 418 sati filma, 294 sata dramskog programa i 88 sati programa za mlade.

Posmatrano po poreklu 66,07% programa poticalo je iz Francuske; 24,48% iz ostalih zemalja Evrope, a svega 9,45% emisija bilo je iz vanevropskih zemalja.

„La Sept” pažljivo izabranim emisijama pruža alternativni program drugim satelitskim programima. U 19.30 na programu su dokumentarne emisije u trajanju od 52 minuta. Dnevna programska shema izgleda ovako: 31% dokumentarnih emisija, 21% emisija iz oblasti umetnosti, 17% filma, isto toliko dramskog programa i 14% programa za mlade. Dokumentarnim emisijama „La Sept” želi da obuhvati sve sfere života: politiku (sa portretima Arafata, Benazir Buto i dr.); ekonomiju (Kraj seljaka); istoriju filma (Film našeg vremena); mišljenja (Naknadna razmišljanja) čak i sport sa portretima najpoznatijih ličnosti.

Istorija XX veka, posebno istorija Evrope, tema je dokumentarnih emisija kanala „La Sept”. Ovom prilikom pomenimo samo neke: *Paralelna istorija* - konfrontira francuska i nemačka dokumenta iz vremena Drugog svetskog rata - ili *Istorija nauke*, *Poljska kakvu je nikada nije video Zapad*, itd.

Najbolje predstave poznatih evropskih pozorišnih kuća, pozorišni festivali kao i gostovanja istaknutih umetnika sa drugih kontinenata, realizovana u Evropi, predstavljaju siguran izvor za ostvarenje emisija koje će kasnije emitovati „La Sept”. Što se filmova tiče, emituju se oni koji u poslednje četiri godine nisu prikazivani na televizijskim ekranima. Filmovi se emituju na izvornom jeziku (s tim što program neguje politiku titlovanja - za sada na francuskom jeziku).

„La Sept” proizvodi filmove za mali i veliki ekran. Od 28 filmova koje je finansirao tokom 1988. godine, 11 je prikazano na Kanskom festivalu, 8 na Venecijanskom, 11 na Berlinskom. Za teme dramskih emisija koristi književno, umetničko i istorijsko nasleđe Evrope.

Za mlade od 15 do 20 godina otvorio je prozor u Evropu. Deset časova nedeljno namenjeno je otkrivanju novih talenata. Sedmično se za mlade emituju:

- a) tri magazina (*Dinamo* koji mlade upoznaje sa umetnošću i književnošću; *Zamisli* - hronika o evropskoj omladini; *Megamix* odslikava sve evropske muzičke trendove);
- b) niz naučnih programa;
- c) izbor najboljih televizijskih programa namenjenih koledžima i univerzitetima. Programi za mlade emituju se na nemačkom, engleskom, španskom i francuskom jeziku.⁴

Evropski televizijski program kulturnog sadržaja, zamišljen za emitovanje putem satelita, „spustio se na zemlju”. Od 3. februara 1990. godine „La Sept” je počeo da emituje svoje emisije subotom od 15.00 do 24.00 na FR 3. Direktor programa Žerom Kleman (Jerôme Clément) tom prilikom je izjavio: Što se subotnjeg programa tiče nikada nećemo imati više od 3% do 4% gledalaca. Međutim, mi i ne želimo svoj uspeh da procenjujemo na osnovu pokazatelja AUDIMAT.⁵ Prilikom razmišljanja o programu koji se emituje subotom uveče, kada ostali kanali u Francuskoj uglavnom daju zabavne programe, nastojaćemo da publici sistematično pružamo program visokog kvaliteta.⁶

Početak 1990. godine „La Sept” je počeo da se usmerava na koprodukcije. U tom smislu napravljen je niz ugovora. Najznačajniji u tom momentu bili su ugovori sa „Channel Four” za pripremanje dokumentarnih emisija.⁷ Proizvodi i dokumentarne emisije sa kapitalom grupe Havas, kao i sa kompanijom Air France.⁸

4 „La Sept”, prospekt TV kanala, Pariz, 1990.

5 1% = 494.000 osoba starijih od šest godina („Figaro”, 6.II 1990).

6 „Telerama”, br. 2090, 1990.

7 Saopštenje Mišela Antonioza, pomoćnika generalnog direktora „La Sept” na Festivalu JRT u Neumu, maj 1990.

8 „Le Monde”, 5. maj 1990.

U okviru francuske saradnje sa Istokom, delegacija francuske vlade u kojoj su se nalazili i državni sekretar za međunarodnu kulturnu saradnju Tjeri de Bose, kao i akademik Žorž Dibi, predsednik Nadzornog odbora „La Sept”, posetila je početkom maja 1990. godine Poljsku. Tom prilikom je odlučeno da se programi „La Sept” naizmenično emituju na Prvom i Drugom programu Centralne poljske televizije što je počelo da se realizuje već od 8. maja iste godine. Predsednik poljske nacionalne radio-televizije izrazio je tada želju i spremnost da se u skoroj budućnosti u Poljskoj emituje Treći TV program koji bi bio francuski.⁹

Češkoslovačka televizija od 14. maja 1990. godine takođe emituje programe „La Sept”. Ona to čini na Trećem i na novootvorenom komercijalnom kanalu (zamenjujući neke druge inostrane emisije).¹⁰

Nekoliko dana kasnije, za vreme održavanja Festivala Jugoslovenske televizije u Neumu gospodin Mišel Antonioz govorio je okupljenim televizijskim poslenicima o ovom programu i ponudio saradnju jugoslovenskim televizijskim kućama. U drugoj polovini novembra 1990. godine u Sarajevu je potpisan ugovor između JRT i „La Sept”.¹¹ Ovaj ugovor obavezuje JRT da, bez reklama, dnevno emituje pet sati programa koji će biti obrađen i preveden, s tim što će svaki TV studio samostalno odlučivati kada će i koliko programa emitovati.

⁹ „Le Monde”, 10. maj 1990. „Liberation”, 28. maj 1990.

¹⁰ „Liberation”, 30. maj 1990.

¹¹ „TV novosti”, br. 1353, 30 novembar 1990.

Gordana Đorić

RAZUMLJIVOST TV DNEVNIKA MEĐU UČENICIMA

Živimo u vremenu koje traži velike napore da se prati tehnički napredak, da se shvate društveni odnosi, da se istraje i sačuva integritet ličnosti koja se mnogim obavezama rastače u različitim pravcima. Danas su dobro razvijeni tzv. masovni mediji (radio, televizija, štampa) sa teoretski neograničenim dometom. Njima se prenosi ogroman broj informacija. Međutim, uobičajeno informisanje (koje jeste i treba da ostane najvažniji zadatak tih medija) organizovano je tako da se zapravo slušaocima, gledaocima i čitaocima prepušta da sami selekcionišu ono što će od ponuđenih informacija zapamtiti. Veliko opterećenje predstavlja mnoštvo informacija koje svakodnevno okružuju čoveka. U istom satu ili polustu može se i, skoro mora, čuti i šta se radi na zemljinoj kugli (pa i u vasioni), šta se zbiva u čovekovom organizmu, šta se dešava na prugama i putevima, a mnogo više šta se dešava u političkom životu, ili u nekim drugim sferama života. Paul Langrand o tome kaže: „Pojedinci, kao i društvo, moraju se suočiti sa posledicama snažnog razvoja velikih sredstava informacija. Putem štampe a naročito putem radija i televizije, svi su upućeni u sve značajnije događaje u svijetu. Rat, revolucija, kongres neke partije, ekonomska kriza, nestanak neke uticajne ličnosti, svi događaji za koje se nekad saznavalo van

granica tek posle nekoliko nedelja ili meseci danas bivaju odmah, ako ne doživljeni, a ono poznati gledaocima i slušaocima u većem delu sveta".¹

Budući da oni koji pripremaju informacije i njihovo odašiljanje u etar najčešće nemaju precizne podatke o tome ko, kad, kako i sa kojim ciljem prima informacije (odnosno ne poseduju potpuniju povratnu informaciju od primalaca), oni ne znaju dovoljno o tome kako primalac reaguje.

Nije teško zamisliti u kakvoj se onda situaciji nalazi mlad čovek, srednjoškolac ili još mlađi od njega, ako je već tu pod kišom reči i brojki, a još neformiran i nepripremljen za prihvatanje informacija koje mu se nude sa svih strana, preko školskog programa, štampe, radija, televizijskog ekrana. Pitanje je kakav je njegov odnos prema svetu koji ga okružuje, čiji je on deo, i u kojem on treba da bude aktivni činilac stvarnosti svoje i šire sredine.

Da bi neka informacija postala i ostala dugo zapamćena, tj. da bi postala i ostala deo čovekovog iskustva, mora da za njega ima vrednost, a on da se sa njom suoči i da je razume.

Nama se već duže vreme nameće pitanje koliko ljudi shvataju ono što čuju. Radeći u školi, s mladima, pomišljala sam upravo na te ljude, učenike srednje škole. Tako je i nastalo istraživanje čije rezultate ovde saopštavamo.

Zadatak je bio sledeći: proveriti koliko je učenicima drugog razreda srednje škole razumljiv sadržaj televizijskog *Dnevnika*.

Odabran je jedan običan dan bez izuzetnih događaja.

Učenicima je dat zadatak da 25. oktobra 1989. godine u 19.30 gledaju *Dnevnik* i prateći ga ispisuju reči koje im nisu jasne, koje ne razumeju.

Ispitivanje je izvršeno u OVO „Dušan Trivunac - Dragoš” u Svrlijgu i njime je obuhvaćeno 110 učenika drugih razreda. To su bila 32 učenika II-1 (nadalje odeljenje A) prirodno-matematičkog smera, zanimanja

1 Langrand P., *Uvod u permanentno obrazovanje*, NUBS, Beograd, 1971.

saradnik u prirodnim naukama, 25 učenika II-2 (nadalje odeljenje B) tekstilne stuke, zanimanja konfeksionar, 30 učenika II-3 (nadalje odeljenje C) mašinske struke, zanimanja metalostrugar i 23 učenika odeljenja II-4 (nadalje odeljenje D) mašinskog smera, zanimanja bravar.

KVALITET GRUPE ISPITANIKI MEREN ŠKOLSKIM MERILIMA IZGLEDA OVAKO:

ODELJENJA	A	B	C	D
Srednja ocena odeljenja u prvom razredu	3,76	2,00	2,60	2,27
Srednja ocena odeljenja iz srpskohrvatskog jezika	4,06	2,88	2,48	2,20
Srednja ocena odeljenja iz istorije	4,15	2,77	2,41	2,16

Sem odeljenja A reklo bi se da je prosečan uspeh ispitanika dosta nizak što bi moglo uticati na njihovu sposobnost prihvatanja informacija. S druge strane, srednja ocena iz srpskohrvatskog jezika i istorije po pravilu viša je od opšte ocene odeljenja i to u odeljenju A izuzetno.

Smatramo da i socijalni uslovi, pa i svakodnevno putovanje od kuće do škole izvesnog broja učenika mogu imati značajan uticaj u ovom ispitivanju, pa smo i pored svih teškoća pokušali da proučimo i delovanje socijalnih faktora.

STRUKTURA ODELJENJA PREMA MESTU STANOVANJA:

ODELJENJA	A	B	C	D
Stanuje u Svrlljigu	29	17	20	13
Putuje svakodnevno	3	8	10	10

Kao što se vidi, više od 28% ispitanih učenika svakodnevno putuje u školu gubeći na to ne malo vreme koje bi se moglo upotrebiti za neke druge aktivnosti:

KVALIFIKACIONA STRUKTURA RODITELJA (OCA):

ODELJENJA	A	B	C	D
poljoprivrednici	-	3	1	4
zanatlije	1	2	3	-
NKV radnici	8	17	16	16
KV radnici	2	2	8	2
VKV radnici	12	1	1	-
SSŠ	7	-	-	1
VŠŠ	1	-	1	-
YŠŠ	1	-	-	-

Kvalifikacionu strukturu roditelja, uzimajući samo zanimanje oca, sveli smo na kategorije: poljoprivredni proizvođač, privatni zanatlija, radnik u neposrednoj proizvodnji (NKV, KV, VKV) i van neposredne proizvodnje (SSŠ, VSŠ, VSS). Napominjemo da nismo uzimali u obzir zanimanje majke zbog prilične ujednačenosti njihovih zanimanja (većina majki su domaćice, gde su očevi poljoprivrednici ili privatne zanatlije, a veći broj majki je po zanimanju radnik tamo gde su očevi radnici, a službenik, gde su očevi sa srednjom ili višom i visokom školskom spremom).

Učenicima su tokom dana podeljeni upitnici na kojima će pored nekih drugih odgovora u vezi sa *Dnevnikom* biti upisane i reči koje im se učine nepoznatim, odnosno čije značenje ne poznaju.

Objašnjen im je smisao i cilj ankete i zamoljeni su za pažnju i odgovornost.

Iz upitnika prikupljenih sutradan saznali smo da je 160 reči 574 puta označeno kao „nepoznato”.

SPISAK REČI KOJE SU OZNAČENE KAO „NEPOZNATE”

akumulacija (14), *amandman* (18), *akt* (1), *argument* (28), *anketa* (1), *autoritet* (2), *agent* (2), *akcija* (1), *agitacija* (2), *akontacija* (2), *bankarski konzorcijum* (18), *balista* (3), *birokratija* (6), *birokratija politička* (2), *birokratizam* (1), *birokratska vrhuška* (3), *budžet* (3), *biftek* (4), *bujanska konferencija* (1), *vizija* (2), *vizuelno šarenilo* (1), *vrhuška* (1), *genocid* (3), *galopirajuća inflacija* (1), *delegat* (1), *dezintegracione snage* (1), *dezintegracija* (1), *diferencijacija* (30), *dominantni proces* (2), *dominantni* (1), *demografija* (15), *dominacija* (3), *demokratija* (3), *doktrina* (1), *demografski razvoj* (1), *demografski proces* (1), *društveni poredak* (1), *društvena imovina* (1), *dizajn* (1), *ekstremisti* (3), *ekonomski argument* (2), *emigrant* (5), *emigracija* (2), *ekonomija* (1), *evokacija* (1), *edukacija* (1), *ekonomski razvoj* (1), *zabluda* (1), *indoktrinacija* (4), *integracija* (14), *interakcija* (3), *investicija* (5), *inicijativa* (3), *iredenta* (9), *iredentista* (9), *intenzivno* (3), *inteligencija* (1), *izvod* (1), *iseljavanje* (1), *intelektualac* (1), *javno mnjenje* (1), *javna rasprava* (1), *koordinacija* (1),

konfrontacija (12), konzorcijum (1), konzorcijum bankarski (18), konsolidacija (14), kooperacija (1), konstatacija (1), konstelacija (9), konsultacija (5), komponenta (2), kadrovska politika (3), kadar (2), kontinuitet (2), konstituisanje (3), kriza (1), kontrarevolucija (1), katastrofa (1), konflikt (1), kredit (1), kompleks (1), konstitucija (2), militarne mere (4), militarist (2), multiordinalno (1), manevarski prostor (3), migracija (1), manevar (1), memorijalni kompleks (2), mahinacija (1), manipulacija (3), licitacija (1), Neum (2), nacionalizam (12), nacionalno poverenje (1), nacrt amandmana (2), opoziv (4), oportunizam (29), orijentacija (2), opredeljenje (2), prezentirati (1), prestrukturiranje (10), pretencioznost (1), pamflet (11), prestrukturiranje privrede (2), politika (1), polemika (1), politička birokratija (2), progresivni (1), progresivnost (3), progresivni ljudi (2), politička diferencijacija (2), potlačenost (1), represivno delovanje (4), represalije (12), replika (6), referendum (6), revizija (1), regulator (1), radikalne promene (2), radnička klasa (1), rasterećenje privrede (2), republički sekretarijat (17), razrešen dužnosti (1), retrospektiva (1), represivne mere (1), separatista (22), separatizam (1), statutarne mere (1), statut (1), samodoprinos (9), solidarnost (9), saglasnost (1), stopa rasta (1), stabilizacija (1), struktura (1), svetska solidarnost (1), tom (2), tutorstvo (1), tržišna orijentacija (3), uragan (1), ustav (3), ustavni poredak (3), usaglašavanje (2), ultimatum (1), formulacija (2), frakcija (3), frakcionaška borba (2), frazeologija (2), funkcija (1), funkcionisanje (1), finansije (2), finansijsko poslovanje (1), finansijska pomoć (1), fluktuacija (1), finansiranje (1), futurizam (1), šovinizam (2), i šovinista (1).

FOND REČI I IZRAZA KOJI SU OCENJENI KAO
„NERAZUMLJIVI“ PO ODELJENJIMA IZGLEDA OVAKO:

ODELJENJA	A	B	C	D	UKUPNO
Politički izrazi	86	122	168	65	441
Ekonomski termini	20	16	32	12	80
Ostale reči	12	20	11	10	53
UKUPNO:	118	158	211	87	574

Kao što je i prosečan uspeh pojedinih odeljenja različit, tako je i prosečan broj nepoznatih reči

nejednak. On se kreće u rasponu od 3,69 reči po jednom učeniku u odeljenju *A* do 6,32 u odeljenju *B* i čak 7,03 u odeljenju *C*. Između ovih ekstrema je odeljenje *D* sa 3,78 nepoznatih reči po učeniku. Ovi nalazi ukazuju da poznavanje leksike ove informativne emisije TV Beograd stoji u izvesnoj meri sa prosečnim uspehom koji smo već prikazali - on je, naime, bio najveći (srednja ocena odeljenja u prvom razredu 3.76) u odeljenju *A*, a primetno manji u ostalim (od 2.00 do 2.60). Osim toga, nije isključeno da i izbor smera u školi može da ima uticaja na percepciju leksike i praćenje određenih vidova komunikacije. Najbolje poznavanje, bar prema našem ispitivanju, imali su učenici prirodno-matematičkog smera, koji su imali i najviše srednje ocene iz srpskohrvatskog jezika i istorije, dok su kao nepoznate najviše reči označavali učenici iz ostalih odeljenja odnosno usmerenja. Sve to, međutim, možemo smatrati tek indikatorom stvarnog stanja s obzirom na ograničenost uzorka ispitivanja.

Od ukupnog broja reči označenih kao „nepoznate” 76,82% su politički izrazi, 13,94% su ekonomski termini, dok samo 9,24% otpada na ostale reči, što navodi na zaključak da učenici najmanje poznaju jezik politike, a to nam direktno može ukazati na sve šire pojave nerazumljivosti i nejasnosti govornih poruka sa političkim sadržajem. Ako se tome doda i podatak da je 85% reči stranog porekla, postavlja se opravdano pitanje koliko učenika uopšte razume ovu najgledaniju emisiju, kakav je smisao takve komunikacije i kakvim se jezikom služimo u svakodnevnom životu.

U prilog tome podsetiću ovom prilikom samo na neke od reči koje su učenici najčešće označavali kao „nepoznate”: *diferencijacija* (30), *oportunizam* (29), *argument* (28), *separatista* (22), *amandman* (18), *bankarski konzorcijum* (18), *konsolidacija* (14), *iredenta* i *iredentista* (18), *demografija* (15), *integracija* (14), *konfrontacija* (12), *konsolidacija* (14), *nacionalizam* (12), *pamflet* (11), *represalije* (12), *prestrukturiranje* (10), itd. (Ovakva klasifikacija je vrlo uslovna i kao takvu je moramo i prihvatiti.)

Mnoge od tih reči u televizijskom *Dnevniku* su neophodne i bez njih se ne može, ali u nespretnim rečeničkim sklopovima zamagljuje svoju suštinu. Na drugoj strani koriste se takve reči i izrazi kao što su: *zacrta*, *konstatuje*, *konsoliduje*, *manipuliše*, i mnoge skraćenice (*souri*, *ouri*, *oouri*, *sizovi*), a vrlo često i neke naše obične reči zamenjuju se novim kovanicama, što još više otežava razumevanje teksta emisije, mnogo više od samog nerazumevanja reči.

Imajući sve to u vidu možemo reći da je gotovo sigurna pretpostavka da su učenici „nepoznatim” označavali samo one reči za koje ne bi mogli dati značenje (ako bi bili upitani), a nešto manje sigurna može biti i pretpostavka da verovatno ima još dosta reči, sintagmi i sklopova koji su „ipak razumljivi”, ali ne i sasvim razumljivi. No, naša anketa to ovom prilikom nije mogla registrovati.

Polazeći od ove druge pretpostavke učinili smo sledeću proveru.

Reči koje su samo jednom označene kao „nepoznate” stavili smo u kontekst i tražili da ispitanici:

a) pored strane reči napišu domaću sa istim ili približnim značenjem (sinonime za reči: *konstelacija*, *kadar*, *migracija*, *polemika*, *replika*, *revizija*, *stabilizacija*, *ultimatum*, *frekvencija*, *šovinizam*).²

b) među tri ponuđena odgovora tačno odrede značenje reči (*emigrant*, *delegat*, *akcija*, *doktrina*, *kredit*, *polemika*, *kriza*, *represivne mere*, *statut*, *fluktuacija*);

c) objasne značenje reči (*inteligencija*, *struktura*, *progresivan*, *konflikt*, *dezintegracija*) u datim rečenicama; i

d) odaberu rečenicu u kojoj data reč (*konflikt*, *prezentirati*, *dizajn*, *mahinacija*, *zabluda*) najviše odgovara svom značenju.

² Za identifikaciju mogućih značenja koristili smo se

a) za strane reči: Vujaklija Milan, *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd, 1980.

b) za domaće reči: *Popularna enciklopedija*, BIGZ, Beograd, 1976. i *Pravopis srpskohrvatskoga književnog jezika*, Matica srpska, Matica hrvatska, Novi Sad, Zagreb, 1960.

Za ovu proveru uspeali smo da obezbedimo isti broj ispitanika kao i prilikom prvog anketiranja.

Saopštili smo da nam je ovom prilikom cilj da proverimo koliko im je poznato značenje i upotreba (stranih i domaćih) reči koje su već ranije čuli u informativnoj emisiji Dnevnik koji su pratili na televiziji i da je većina njih smatrala da su i to reči čije značenje poznaju.

Anketa je bila anonimna, a od učenika se zahtevala maksimalna samostalnost i pažljivost u radu.

Da bi se izbegle eventualne greške u radu, učenici su na raspolaganju imali vreme od jednog školskog časa.

Ova provera dala je sledeće rezultate:

TABELA TAČNIH ODGOVORA PO REČIMA I ODELJENJIMA
SA PROCENTOM UČENIKA KOJI SU RAZUMELI
ODGOVARAJUĆU REČ

GRUPA REČI „A“	A	B	C	D	SVEGA	%
<i>konstatacija</i>	12	-	-	-	12	10,90
<i>kadar</i>	3	14	-	3	20	18,18
<i>migracija</i>	27	25	27	17	96	87,27
<i>polemika</i>	20	4	1	2	27	24,54
<i>replika</i>	-	-	-	-	-	-
<i>revizija</i>	5	2	19	7	33	30,00
<i>stabilizacija</i>	-	2	-	-	2	1,81
<i>ultimatum</i>	10	-	-	1	11	10,00
<i>frekvencija</i>	1	-	-	-	1	0,90
<i>šovinizam</i>	1	-	-	1	2	1,81
GRUPA REČI „B“						
<i>emigrant</i>	26	14	10	13	63	57,27
<i>delegat</i>	27	20	22	14	83	75,45
<i>akcija</i>	11	1	5	1	18	16,36
<i>doktrina</i>	9	1	5	6	21	19,09
<i>kredit</i>	15	2	6	7	30	27,27
<i>polemika</i>	28	25	19	19	91	82,72
<i>kriza</i>	16	10	7	6	39	35,45
<i>represivne mere</i>	19	8	22	18	67	60,90
<i>statut</i>	25	15	24	14	78	70,90
<i>fluktuacija</i>	8	2	6	4	20	18,18
GRUPA REČI „C“						
<i>inteligencija</i>	18	-	1	1	20	18,18
<i>struktura</i>	18	5	1	3	27	24,54
<i>progresivan</i>	17	-	1	4	22	20,00
<i>konflikti</i>	17	15	19	15	66	60,00
<i>dezintegracija</i>	8	-	2	2	12	10,90
GRUPA REČI „D“						
<i>konflikt</i>	12	13	21	11	57	51,81
<i>prezentirati</i>	18	1	10	6	35	31,81
<i>dizajn</i>	27	23	23	21	94	85,45
<i>mahninacija</i>	28	17	16	16	77	70,00
<i>zabluda</i>	26	24	23	18	91	82,72

Nerazumljivost odnosno nepoznavanje reči, koje su u prvoj anketi od 110 učenika samo po jednom označene kao nepoznate znatno se povećala.

Značenje reči *replika* ne razume nijedan učenik, samo jedan poznaje značenje reči *frekvencija*, a po dva učenika u čitavoj školi znaju šta znači *šovinizam* i *stabilizacija*, reči tako često, gotovo svakodnevno, upotrebljavane.

Od trideset reči ili izraza, za koje smo zatražili odgovor o značenju u kontekstu, možemo reći da samo za ove reči (*migracija*, *delegat*, *polemika*, *represivne mere*, *statut*, *zabluda*, *mahinacija* i *dizajn*) više od 60% učenika zna pravo značenje. Interesantno je i to da se 23,4% učenika nije opredelilo skoro ni za jedan od predloženih odgovora, a da jedan broj učenika zamenjuje značenje reči. Prema njihovim odgovorima: sportisti su na poslednjoj Olimpijadi *prezentirali* svoju zemlju (69), *krizom* se označava siromaštvo (62), *doktrina* je nagrada za rad doktora (51), *fluktuacija* je bezrazložna promena (45), *kredit* je pismena punomoć (25), *statut* je mermerni kip (23), *mahinacija* je u prošlosti bila ubojito oružje (16), a *zabluda* je ukras u stanu (10).

Moguće je ovde postaviti i pitanje o slučajnosti biranja ponuđenog odgovora, ali se ta slučajnost nije mogla izbeći.

Nismo utvrđivali kako su „reagovali” odlični učenici u odeljenju u odnosu na druge, jer je anketa bila anonimna, ali bi bilo realno očekivanje da su oni „bolje prošli”.

Imajući u vidu rezultate dobijene naknadnom proverom, indirektno se može zaključiti da je onda i ukupna razumljivost i drugih, već spomenutih reči, takođe manja od stanja u anketi, a time je i ukupna komunikativnost emisije smanjena.

ZAKLJUČNE NAPOMENE

broj reči i izraza koji mogu biti nerazumljivi gledaocima *Dnevnika* iz redova mladih, čak i ako se uzme u obzir da varoš Svrljig, gde je ispitivanje vršeno, ne mora biti dobar reprezentant socijalnih sredina sa najviše karakteristika savremenog života našeg društva;

2. Broj nejasnih reči, nepoznavanje njihovog značenja i moguće upotrebe umnogome snižavaju informativnu vrednost praćene televizijske emisije;

3. Ovi rezultati nalažu aktivnost u više pravaca. Najpre postoji mogućnost da škola u okviru redovne nastave, ili kroz posebne forme, radi na savladavanju jezičkih teškoća (tumačenje reči koje mogu biti učenicima nepoznate, obavezno razjašnjenje termina u svakoj nastavnoj oblasti, pravovremeno anketiranje i razjašnjavanje reči i izraza koji to zahtevaju, rad u sekcijama mladih lingvista, stvaranje navika da se ne prelazi preko nerazumljivog i navika korišćenja rečnika, obavezno upotpunjavanje biblioteke rečnicima, leksikonima i drugim priručnicima ove vrste, stvaranje navika kritičkog korišćenja i upotrebe stranih reči kada za to ima domaćih i sl.). Na drugoj strani naše bi istraživanje moglo biti indikacija pozvanijima od nas da se pozabave problemima jezika javnih glasila (i televizije u njihovom sistemu), a radnicima na programu (novinari, urednici, lektori) da vode računa o razumljivosti odnosno nerazumljivosti sadržaja koje emituju. Najzad, i sami bi učenici mogli izvući zaključke o potrebi sopstvenog jezičkog usavršavanja, odnosno povećanja lične spremnosti i sposobnosti za učešće u procesu informisanja.

LITERATURA

1. Todorović Aleksandar, *Sociologija masovnih komunikacija*, Gradina, Niš, 1974.
2. *Jezik u savremenoj komunikaciji* (zbornik radova) Centar za marksizam Univerziteta u Beogradu, 1982.
3. Plavšić S. Prvoslav, „Mladi o govoru i jeziku voditelja RTB”, „RTV - teorija i praksa”, br. 26-27, Beograd, 1982, str. 199-204.

4. Grabnar Boris, „Televizijski jezik“ (prevod sa slovenačkog M. Vitezovića), „RTV - teorija i praksa“, Beograd, 1982, br. 29, str. 155-164.
5. *Aktuelna pitanja naše jezičke kulture* (zbornik referata), Prosvetni pregled, Beograd, 1982.
6. Langrand, P., *Uvod u permanentno obrazovanje*, NUBS, Beograd, 1971.
7. Plavšić S. Prvoslav, „Psiholingvistička analiza Dnevnika TV Beograd“, „RTV - teorija i praksa“, Beograd 1979, broj 14, str. 67-76.
8. Vujaklija Milan, *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd, 1980.
9. *Popularna enciklopedija*, BIGZ, Beograd, 1976.
10. *Pravopis srpskohrvatskoga književnog jezika*, Matica srpska, Matica hrvatska, Novi Sad - Zagreb, 1960.

Nataša Mihajlović

ANALIZA REKLAMNIH PORUKA NA TELEVIZIJI BEOGRAD

Televizijska reklama, zbog orijentacije na tržišni način privređivanja, kao i zbog razvoja i komercijalizacije programa, sve više privlači pažnju proizvođača roba, ljudi zaposlenih u TV mediju, naučnika i istraživača iz različitih oblasti društvenih nauka i drugih. Između ostalih i psihologija, kao primenjena nauka, nalazi sve više mesta u oblasti ekonomske propagande u svim aspektima i fazama - od ideje, preko oblikovanja do plasiranja reklamne poruke. Jedan od zadataka ove naučne discipline su i istraživanja koja se pre svega odnose na ispitivanje stavova prema reklamama privrednika koji naručuju spotove, ispitivanje gledanosti spotova, mišljenja i stavova gledalaca o njima, kao i ispitivanje efekata reklama sa stanovišta prodaje roba i usluga koje se preporučuju.

U toku istraživanja i bavljenja reklamom uopšte, zanemarivan je jedan značajan aspekt - sam sadržaj reklamne poruke na televiziji. U vezi sa tim interesantno je videti koliko se, prilikom emitovanja spotova, koriste u nauci poznate prednosti koje omogućavaju optimalne efekte na gledaoca. Ovo istraživanje je sprovedeno upravo da bi dalo neke odgovore na pitanja koja se mogu postaviti u vezi sadržaja reklama sa stanovišta korisnosti:

1. koliki je broj spotova koji gledaoci mogu da vide u jednom vremenskom intervalu na televiziji,
2. koliko je prosečno trajanje spota,
3. koje vrste su proizvodi i usluge koje se reklamiraju na televiziji,
4. koje je poreklo proizvoda i usluga koje se reklamiraju na televiziji,
5. koje su tehnike zastupljene u pravljenju reklamnih poruka,
6. koje vrste spotova se prikazuju na televiziji i
7. da li su spotovi selektivni ili ne.

Ovo istraživanje je eksplorativnog karaktera i zamišljeno kao snimak sadržaja ekonomsko-propagandnog programa, da bi otvorilo neka nova pitanja i dalo mogućnosti za dalje i dublje proučavanje reklama i njihovih efekata. Sprovedeno je u toku 1989. godine. Iz celokupne ponude ekonomsko-propagandnog programa uzete su za analizu najgledanije emisije u trajanju od mesec dana (oktobar 1989. godine). Vreme emitovanja je 19.15 i 20.00 sati, na Prvom programu TV Beograd. Na osnovu istraživanja programa i auditorija¹ pokazalo se da su ove dve emisije, od svih emisija reklama, najgledanije, jer se emituju u terminu kada se TV program najviše gleda. Metod istraživanja je analiza sadržaja reklamnih poruka na televiziji, a jedinica analize je spot. Reklame su snimljene sa TV programa na video-kasete i materijal je naknadno kodiran.

UKUPAN BROJ I DUŽINA SPOTOVA

U dve večernje emisije reklama koje se emituju pre i posle *Dnevnika 2* Televizije Beograd, u toku mesec dana, prikazan je sledeći broj spotova:

1 „Zastupljenost na programu i odnos gledalaca prema reklamnim emisijama na televiziji”, Izveštaj i analize za posebne svrhe, br. 16, RTV Beograd, 1988, 1989.

Tabela 1

	broj spotova	vreme trajanja
originali	181	1h 4 min. 36s
ukupan broj spotova	1 000	5h 25 min. 24s

Kao što podaci u tabeli 1 pokazuju, u oktobru 1989. godine, u dve večernje emisije reklama prikazano je 1 000 spotova. Od toga je 181 spot originalan, što podrazumeva da je prikazan samo jedanput, i nije uzeto u obzir njegovo repriziranje. Ako ovaj ukupan broj posmatramo raspoređeno po danima, možemo zaključiti da se u proseku emituje 32,2 reklame dnevno u navedenim emisijama, odnosno 16,1 reklama dnevno po emisiji.

Kada posmatramo koliko je samo jednom prikazanih reklama (originala) dnevno, možemo kazati da gledaoci u toku mesec dana vide u proseku 5,8 spotova originala u toku dve večernje emisije reklama. Kada ovaj broj posmatramo po emisiji EP programa, gledaoci vide 2,9 spota dnevno.

Prosečna dužina jednog spota je 21,41 sekunda.

Iz navedenih rezultata vidimo da je broj reklama u dve emisije veoma velik. Bilo bi interesantno sprovesti istraživanje o tome koliko je spotova najbolje prikazati u toku jedne emisije reklama, kao i koja je najoptimalnija dužina jednog spota. Može se postaviti pitanje kako gledaoci reaguju na 16 spotova koji se jedan za drugim prikazuju u toku jedne emisije. Da li oni mogu da obrate pažnju na svaku reklamu, da je zapamte, da li toliki broj spotova „umara“ potencijalnog kupca, koliko ponovljeni spotovi imaju uticaja i kakvog?

VRSTA PROIZVODA KOJI SE REKLAMIRAJU

U ekonomsko-propagandnom programu reklamira se veliki broj proizvoda i usluga, što se može videti u tabeli 2:

Tabela 2

Vrsta proizvoda i usluga	Broj	%
1. časopisi	30	16,6
2. hrana	28	15,5
3. odeća i obuća	27	14,9
4. usluge	15	8,3
5. nameštaj i drvna galanterija	11	6,1
6. kozmetika	10	5,5
7. kulturne manifestacije, koncerti, filmovi	10	5,5
8. nagradne igre	7	3,7
9. kućni aparati i bela tehnika	6	3,3
10. automobili i prateća oprema	5	2,8
11. piće	4	2,2
12. farmaceutski proizvodi	4	2,2
13. ploče, kasete i video-kasete	4	2,2
14. TV katalog	3	1,6
15. humanitarne akcije	3	1,6
16. boje i lakovi	2	1,1
17. poljoprivredne mašine i agrarna hemija	2	1,1
18. TV pretplata	2	1,1
19. poslovni prostor	2	1,1
20. deterdženti	1	0,5
21. crtači pribor	1	0,5
22. foto-oprema i pribor	1	0,5
23. ne može da se klasifikuje	3	1,6
UKUPNO	181	100,0

Navedeni podaci pokazuju da se u toku mesec dana u reklamnim emisijama preporučuju 22 različite grupe proizvoda i usluga.

Na prvo mesto izbijaju časopisi (30) sa preko 16% od ukupno reklamiranih proizvoda i usluga.

Na drugom mestu je hrana (15,5%). U istraživanju koje je sproveo RTV Novi Sad 1985. godine, ²kojese bavilo analizom ekonomsko-propagandnih poruka Televizije Novi Sad, po zastupljenosti u EPP na prva dva mesta su takođe prehrambeni proizvodi i časopisi (štampa), ali je hrana na prvom mestu (23,9%) a časopisi na drugom (12,8%).

Treće mesto u tabeli 2 zauzima odeća i obuća (14,9%), što se moglo očekivati s obzirom na to da se u jesen ta vrsta proizvoda dosta reklamira.

Interesantno je da se dosta reklamiraju kulturne manifestacije, knjige, koncerti, sportske manifestacije. Spotovi koji preporučuju ovakvu vrstu proizvoda i usluga su na visokom sedmom mestu (5,5%).

Na osmo mesto u tabeli 2 izbile su nagradne igre sa 3,7% od ukupno reklamiranih proizvoda i usluga. U novosadskom istraživanju njihova prisutnost je manja (1,1%) Treba napomenuti da je Komisija za EPP pri JRT³ odlučila da od 1. jula 1978. godine počne zabrana emitovanja nagradnih igara na radiju i televiziji zbog podsticanja potrošača na hazard i laku zabavu. Nema podataka o odluci o ukidanju ove zabrane.

Na Televiziji Beograd su se dosta emitovale i reklame koje preporučuju humanitarne akcije (Crveni krst, sakupljanje sredstava za dom za autističnu decu, dobrovoljno davanje krvi). Ovi spotovi su prisutni sa 1,6% od ukupno emitovanih reklama.

Poljoprovredne mašine i agrarna hemija se nalaze na 17. mestu sa 1,1%. U istraživanju u Novom Sadu ovaj procenat je nešto veći, 3,9%, verovatno zbog toga što je Vojvodina orijentisana na poljoprivredu, pa je potreba za tom vrstom proizvoda veća.

Spot koji preporučuje TV pretplatu je na 18. mestu (1,1%), međutim u toku pregledanja reklama moglo se primetiti da je veoma često repriziran, jer je u toku bila akcija službe TV pretplate.

Pri kraju tabele 2 nalaze se proizvodi koji nisu zastupljeni u velikom broju u reklamnim emisijama koje su se emitovale u vreme kada je istraživanje radeno (deterdženti, crtači pribor, foto-oprema i pribor).

Možda bi bilo ineresantno napomenuti da podaci iz istraživanja RTV Novi Sad pokazuju da je reklamiran duvan, doduše u veoma malom procentu (0,8%), a u tabeli 6 možemo videti da nije bilo nijedne reklame duvanske industrije, što je u skladu sa zabranom preporučivanja žestokih pića i cigareta, kao i sa akcijom koja se vodi protiv pušenja.

3 Pijade Kiro, „Idejno-estetski aspekti EPP na radiju i TV i TV prezentacija“, „RTV - teorija i praksa“, br. 10, 1978 (132-135).

POREKLO PROIZVODA KOJI SE REKLAMIRAJU

U ekonomsko-propagandnom programu reklamiraju se proizvodi domaćeg, licencnog i stranog porekla. Njihova zastupljenost na programu je sledeća:

Tabela 3

Redni broj	Poreklo proizvoda	Broj	%
1.	Domaći	161	90,0
2.	Licencni	12	6,6
3.	Strani	6	3,3
4.	Ne može da se klasifikuje	2	1,1
UKUPNO:		181	100,0

Najprisutnije su reklame proizvoda domaćeg porekla sa velikim procentom zastupljenosti od 90,0% što se moglo i očekivati, s obzirom na to da je te robe najviše na tržištu. Reklamiranje licencnih i inostranih proizvoda je zastupljeno u veoma maloj meri. Licencni proizvodi se reklamiraju u procentu od 6,6%, a strani sa 3,3% od ukupno reklamiranih proizvoda. Iako se u poslednje vreme primećuje porast količine uvozne robe, reklame još uvek ne prate tu tendenciju. Kada se govori o ovim reklamama ne smemo zaboraviti da njihovo prisustvo ne zavisi toliko od televizije, koliko od toga da li je proizvođač zainteresovan da ulaže u reklamu na našem tržištu.

ZASTUPLJENOST RAZLIČITIH TEHNIKA IZRADE SPOTOVA U EPP

Kada je reč o tehnikama kojima se prave reklame, možemo ih klasifikovati na sledeći način:⁴

Igrane reklame: ostvaruju se metodom svesnog i organizovanog postavljanja prizora i drugih situacija pred kamerama uz postavljачku igru ljudi ili životinja.

Animacija: snimanje sličicu po sličicu tehničkih, grafičkih, crtanih i lutka elemenata s ciljem da se postigne sinteza pokreta. Treba napomenuti da se u ovom istraživanju isključivo posmatra crtana animacija.

Trik: tehnički zahvat u filmu koji kod gledalaca stvara iluziju vizuelne promene - kretanja, mada ono ne postoji u vremenu i prostoru.

Kombinovane reklame: one koje predstavljaju kombinaciju najmanje dve od pomenutih tehnika.

Zastupljenost tehnika kojima se prave spotovi na televizijskom programu je sledeća:

Tabela 4

Redni broj	Tehnika spota	Broj	%
1.	Igrani	112	61,9
2.	Trik	36	19,9
3.	Animacija	9	4,9
4.	Kombinovani	5	2,8
5.	Ne može da se klasifikuje	19	10,5
UKUPNO:		181	100,0

Najzastupljenija tehnika izrade reklama su igrani spotovi kojih ima gotovo dve trećine (61,9%) od ukupno emitovanih spotova. U istraživanju Službe za istraživanje programa i auditorijuma TV Novi Sad (1985. godine), procenat zastupljenosti igranih reklama je 72,3%, što znači da se igrane reklame u najvećoj meri ne koriste samo u TV Beograd, već i u drugim centrima.

Druge po prisutnosti na TV programu su reklame koje su pravljenе tehnikom trika (19,9%).

Animacija je zastupljena sa 4,9%. U pomenutom istraživanju ovaj procenat je nešto veći (7,6%) ali se može reći da pravljenje reklama tehnikom animacije nije u većoj meri korišćeno u ekonomsko-propagandnom programu.

Kombinovane reklame su u poslednjoj grupi po zastupljenosti sa 2,8% od ukupno emitovanih reklamnih poruka.

Iskustva engleskih propagandista govore da je najoptimalnija tehnika za pravljenje reklama igrana.⁵ Ona omogućava gledaocu (potencijalnom potrošaču)

⁵ Agnew Clark i O'Brien Neil, *Televizijska reklama*, Panorama, Zagreb, 1965, str. 216.

da se „lakše uživi” u poruku, da prihvati proizvod koji se preporučuje. Pokazalo se da je veoma korisna i animacija, jer se tom tehnikom može prikazati skoro sve zamišljeno ili stvarno, a mnogi kvaliteti proizvoda (mekoća, udobnost) mogu se snažnije izraziti animacijom nego snimanjem uživo.⁶ S obzirom na to da su iskustva engleskih propagandista sa ovom tehnikom veoma dobra, naročito za neke vrste proizvoda, kao što je npr. hrana, trebalo bi je više koristiti u ekonomsko-propagandnom programu.

ZASTUPLJENOST RAZLIČITIH VRSTA SPOTOVA U EPP

Kada se govori o vrsti reklama na televiziji, osnovni problem koji se ovde javlja je njihova kategorizacija. Iako ne postoje krute kategorije verovatno će većina odgovarati jednoj od navedenih 8 vrsta:

1. reklama sa spikerom - u njoj se čuje glas spikera ili on govori direktno u kameru pokazujući proizvod na neki način,
2. svedočanstvo - pojavljuje se osoba koja preporučuje proizvod, a kojoj se može verovati (filmska zvezda, lekar...),
3. demonstracija - prikazivanje proizvoda u upotrebi,
4. dramatizacija - proizvod se pokazuje u nekoj vrsti priče,
5. dokumentarna reklama - priča o industriji, fabrici iz koje je potekao proizvod, izveštaj o iskustvima potrošača,
6. reklama-podsetnik - podseća na ime ili slogan proizvoda,
7. pevana reklama - muzika se upotrebljava kao reklamna tehnika,
8. telop - statična slika sa imenom i kratkim tekstom o proizvodu.

Prvih 6 vrsta reklama u ovoj klasifikaciji preuzeto je od Agnew i O'Briena,⁷ a dodate su poslednje dve, što se

⁶ Isto, str. 240.

⁷ Agnew Clark i O'Brien Neil, Isto, str. 223.

pokazalo potrebnim u toku pregledanja reklamnih emisija.

Zastupljenost različitih vrsta spotova (reklama) na ekonomsko-propagandnom programu TV Beograd je sledeća:

Tabela 5

Redni broj	Vrsta reklame	Broj	%
1.	Reklama sa spikerom	79	39,8
2.	Dramatizacija	49	27,1
3.	Demonstracija	18	9,9
4.	Telop	17	9,4
5.	Pevana reklama	8	4,4
6.	Reklama-podsetnik	6	3,3
7.	Svedočanstvo	6	3,3
8.	Dokumentarna reklama	5	2,8
UKUPNO:		181	100,0

Najprisutnija vrsta reklame je ona sa spikerom (39,8%). Jedan od razloga što se ova reklama često upotrebljava je i taj što je najjeftinija i relativno jednostavna. Njena dobra strana je što je neposredna, intimna, direktno se obraća potrošaču (spiker direktno govori potrošaču o proizvodu).

Druga po prisutnosti je dramatizacija. Ovakva vrsta se često koristi kada se snima tehnikom igranog filma (kratki igrani film kao priča o proizvodu). S obzirom na to da je igrana reklama najzastupljenija na programu, procenat od 27,1% dramatizovanih reklama nije iznenađujući.

Demonstracija je prisutna u veoma niskom procentu (9,9%). U odnosu na prve dve vrste reklama vidi se velik pad prisutnosti demonstracije (tabela 5).

Telop je zastupljen sa 9,4% od emitovanih reklama, što je nešto manje nego u navedenom istraživanju RTV Novi Sad, gde je ovaj iznos 13,6%. Kako ova razlika nije velika može se zaključiti da TV centri Novi Sad i Beograd imaju približno slično korišćenje telopa kao vrste reklame u ekonomsko-propagandnom programu.

Pevana reklama je sasvim malo zastupljena na programu (4,4%) iako se ona pokazala kao veoma

dobra za reklamiranje robe široke potrošnje (sapuni, bombone, prehrambeni proizvodi).⁸

Reklama-podsetnik (3,3%) nije u velikom broju prisutna u emisijama EP programa, što se moglo i očekivati, jer je to vrsta spota kojom se samo želi da podseti na ime ili slogan proizvoda.

Svedočanstvo kao vrsta reklame pokazalo se kao veoma dobro u inostranim iskustvima - smatra se da preporuka autoriteta mnogo utiče na prodaju proizvoda, naročito ako je u kombinaciji sa demonstracijom.⁹ Međutim ova vrsta reklame je veoma malo zastupljena na našem ekonomsko-propagandnom programu (svega 3,3%).

Spot koji se najređe koristi u reklamnim emisijama je dokumentarna reklama (2,8%). Teškoća prilikom pravljenja ove vrste reklama je u tome što je teško održati je jednostavnu i celovitu i gotovo uvek ima mnogo više toga što bi se moglo reći. Vremensko ograničenje zahteva da se nađe osnovna misao koje se treba držati. Zbog teškoća u izradi ovakve vrste reklame (kratki dokumentarni film) ona nije više zastupljena u reklamnim emisijama na televiziji.

Kada se govori o vrsti reklame sa stanovišta efikasnosti i optimalnosti, inostrani propagandisti izdvajaju demonstraciju proizvoda u upotrebi. Smatraju da je ova vrsta reklame tako važan element da bi ga trebalo uvrstiti u svaku reklamnu poruku, to je najsigurniji način da se nešto proda.¹⁰ Kao veoma dobra i korisna vrsta reklama navodi se i svedočanstvo, naročito ako proizvod preporučuje autoritet.¹¹ Treba napomenuti da se pod autoritetom ne podrazumevaju samo ličnosti iz javnog života (glumci, pevači...), već i poznati lekari, modni kreatori ili ljudi drugih profila i struka koji mogu biti pozvani da preporučuju određeni proizvod. Ove dve vrste reklama koje spadaju u najefikasnije, trebalo bi više koristiti u ekonomsko-propagandnom programu.

8 Agnew Clark i O'Brien Neil, *Isto*, str. 236.

9 *Isto*, str. 237.

10 *Isto*, str. 223.

11 *Isto*, str. 223.

SELEKTIVNOST SPOTOVA

Kada govorimo o selektivnosti reklame podrazumevamo sledeće:

Neselektivne reklame su one koje su namenjene (odnosno proizvodi koji se reklamiraju) svim potrošačima bez obzira na uzrast, pol, zanimanje i sl.

Selektivne reklame su one koje su upućene jednom krugu gledalaca, u ovom slučaju to su muškarci, žene i deca.

Strogo selektivne reklame su one koje reklamiraju proizvode koji su namenjeni jednom veoma uskom krugu gledalaca sa specifičnim potrebama, npr. bolesnima, poljoprivrednicima i sl.

Kada se posmatra selektivnost spotova u reklamnim emisijama, rezultati istraživanja pokazuju sledeće:

Tabela 6

Redni broj	Reklama	Broj	%
1.	Neselektivna	101	55,8
2.	Selektivna	77	42,5
3.	Ne može da se klasifikuje	3	1,6
UKUPNO:		181	100,0

Neselektivnih spotova (55,8%) ima više nego selektivnih (42,5%), ali razlika nije velika.

Kada posmatramo spotove koji su namenjeni užem krugu gledalaca, potrošača, njihovu selektivnost možemo posmatrati na sledeći način: da li su namenjeni deci, ženama, muškarcima ili su strogo selektivni.

Rezultati istraživanja pokazuju sledeće:

Tabela 7

Redni broj	Selektivne reklame	Broj	%
1.	Strogo selektivna	38	49,4
2.	Namenjena deci	19	24,6
3.	Namenjena ženama	15	19,5
4.	Namenjena muškarcima	4	5,2
5.	Ne može da se klasifikuje	1	1,3
UKUPNO:		77	100,0

Najviše je strogo selektivnih spotova (49,4%), a na drugo mesto dolaze reklame namenjene deci (24,6%). Proizvodi namenjeni ženama reklamiraju se u 19,5% od ukupnih selektivnih reklama. Najmanji broj proizvoda je namenjen muškarcima, svega 5,2 % od ukupnog broja selektivnih reklama.

Ako posmatramo kategoriju strogo selektivnih spotova, možemo formirati osam vrsta reklama po selektivnosti, odnosno prema potrošačima kojima su preporučivani proizvodi namenjeni:

Tabela 8

Redni broj	Strogo selektivna reklama	Broj	%
1.	Namenjena ljudima sa zdravstvenim problemima	8	21,0
2.	Namenjena poslovnim ljudima	7	18,4
3.	Namenjena ljubiteljima muzike	7	18,4
4.	Namenjena vozačima	6	15,7
5.	Namenjena ljubiteljima sporta	3	7,9
6.	Namenjena ljudima koje zanima politika	3	7,9
7.	Namenjena poljoprivrednicima	2	5,4
8.	Namenjena TV pretplatnicima	2	5,4
UKUPNO:		38	100,0

Najzastupljenija (21%) je kategorija namenjena ljudima sa određenim zdravstvenim tegobama (oboljenja sinusa, dijabetes, problemi oštećenja i opadanja kose...). To su proizvodi farmaceutske industrije koji se ne mogu ubrojiti u lekove, ali su neka vrsta pomoći u rešavanju ovih problema.

U 18,4% strogo selektivnih reklama nalaze se spotovi namenjeni poslovnim ljudima (veliki računarski sistem, „Biznis magazin”, kancelarijski pribor...).

U jednakom procentu (18,4%) učestvuju i reklame koje preporučuju koncerte, ploče i sl. ljubiteljima muzike.

Vozačima su namenjene reklame automobila, prateće opreme i pribora (15,7%).

Reklame sportske opreme i sportskih manifestacija su emitovane za ljubitelje sporta (7,9%), a isti procenat je i spotova koji, zainteresovanim za političke prilike u zemlji, preporučuju časopise specijalizovane za ovu vrstu problema.

Poljoprivrednicima se nude poljoprivredne mašine, alatke i agrarna hemija u reklamama koje su prisutne u 5,4% strogo selektivnih ekonomsko-propagandnih poruka.

TV pretplatnicima, odnosno gledaocima televizijskog programa koji treba da postanu TV pretplatnici, nudi se kvalitetniji program ukoliko budu redovno izvršavali svoje obaveze prema televiziji. Prisutnost ovih reklama je 5,4% od strogo selektivnih spotova.

Kao što smo mogli videti iz prikazanih rezultata, najveći broj reklama je neselektivan, odnosno nije namenjen specifičnim potrošačima. Iskustva inostranih propagandista jasno govore o tome da kvalitetna reklama, ukoliko se želi da bude efikasna (da se pomoću nje proda što veći broj proizvoda) treba da bude namenjena što užem i specifičnijem krugu potrošača.¹² S obzirom na to da je na TV Beograd najveći broj neselektivnih reklama, ovu praksu bi trebalo izmeniti, naročito kada se pitanje konkurencije na tržištu postavi kao osnovno.

ZAKLJUČAK

Na osnovu dobijenih rezultata istraživanja „Analiza reklamnih poruka na Televiziji Beograd”, mogu se izvući sledeći zaključci:

1. Podaci istraživanja pokazuju da se u jednoj televizijskoj emisiji, od onih koje su istraživane, u proseku emituje 16 reklamnih poruka. Razmatrajući taj podatak sa stanovišta efekata, možemo se osloniti na jednu granu psihologije koja se bavi percepcijom, pažnjom i pamćenjem. U ovoj oblasti postoje mnoga istraživanja koja se bave mogućnošću zapamćivanja smislenog i besmislenog materijala sa različitim vremenskim distancama. Naravno, zbog specifičnosti ekonomsko-propagandnog programa ta istraživanja se ne mogu direktno preneti na ovaj teren, ali mogu

¹² Barton Roger (Barton Rodžer), *Uspešna ekonomska propaganda*, Privreda, Zagreb, 1964.

poslužiti kao osnova za proučavanje broja i dužine spotova sa stanovišta njihove efikasnosti.

Razmatrajući tu činjenicu mora se, uz ostalo, uzeti u obzir podatak da su među 16 emitovanih spotova bila, u proseku, samo 2,9 spota originala.

2. Kada je reč o prosečnom trajanju reklamne poruke od 21,41 sekunde takođe je teško, kao i u prethodnom slučaju, izreći sud o tome da li je ta dužina najoptimalnija sa stanovišta efekata spota. Prilikom raspravljanja o odgovarajućoj dužini spota mora se imati u vidu da zapažanje i zapamćivanje podataka iz spota zavisi kako od njegove dužine, tako i od forme, sadržaja, načina izlaganja itd., a u ovom slučaju, kao i u prethodnom, od ponavljanja istog spota. Ovaj problem, kao i prethodni, zaslužuje posebno ispitivanje.

3. U vreme ispitivanja ekonomsko-propagandnog programa, na TV Beograd su reklamirane 22 grupe različitih proizvoda i usluga. Interesantno je da se najviše preporučuje kultura u širem smislu, na prvo mesto izbijaju časopisi, ispred robe široke potorošnje, a dosta često se reklamiraju kulturne manifestacije, koncerti i filmovi.

4. Najzastupljenije su reklame koje preporučuju proizvode i usluge domaćeg porekla, po prisutnosti slede spotovi licencnog, pa stranog porekla. Iako se na tržištu može naći dosta proizvoda iz uvoza, reklame još uvek to ne prate, što je, verovatno, izraz stanja na domaćem tržištu, odnosno odsustva dugoročnih aranžmana, pa samim tim i odsustva potrebe za stalnom propagandom.

5. Kada posmatramo tehnike kojima se pravi ekonomsko-propagandni program, najviše je igranih spotova, zatim onih koji su rađeni tehnikom trika. Na trećem mestu su animirane reklame (crtani film), a poslednji po zasupljenosti su kombinovani spotovi. U reklamnim emisijama se najviše koristi ona tehnika koja se smatra veoma dobrom, međutim ne smemo zanemariti animiranu reklamu, koja se u iskustvu inostranih propagandista pokazala veoma korisnom, naročito za pojedine vrste proizvoda (hrana, piće...).

6. Vrste reklamnih poruka na TV Beograd su sledeće: na prvom mestu po zastupljenosti su reklame sa spikerom, zatim dramatizacija, na trećem mestu je demonstracija sa velikim padom prisutnosti u odnosu na prve dve vrste reklama. Slede telop, pevana reklama, reklama-podsetnik. Dve vrste spota koje su najmanje zastupljene na ekonomsko-propagandnom programu su svedočanstvo i dokumentarna reklama.

Iako se u emisijama najviše koristi reklama sa spikerom koja se pokazala korisnom zbog prisutnosti i neposrednosti u komunikaciji sa potrošačem, trebalo bi obratiti pažnju na svedočanstvo i demonstraciju. Ove dve vrste spotova inostrani propagandisti posebno preporučuju kao naročito efikasne u prodaji proizvoda i usluga.

7. Kada posmatramo selektivnost reklama možemo videti sledeće: najprisutnije su neselektivne reklame, a selektivne se nalaze na drugom mestu, mada njihova prisutnost nije mnogo manja od neselektivnih spotova.

Selektivne reklame se raspoređuju na sledeći način: najviše ima strogo selektivnih spotova (namenjenih najužem krugu potrošača), zatim reklama namenjenih deci, pa ženama. Najmanje je reklama koje preporučuju proizvode isključivo za muškarce.

U strogo selektivnim reklamama su se pojavile sledeće grupe potrošača kojima su namenjeni proizvodi koji se preporučuju: na prvo mesto su izbile reklame namenjene ljudima sa zdravstvenim problemima. Slede spotovi za poslovne ljude, na trećem mestu su reklame namenjene ljubiteljima muzike, po zastupljenosti su dalje spotovi za vozače, ljubitelje sporta, ljude koje zanima politika. Na poslednja dva mesta po prisutnosti su reklame namenjene poljoprivrednicima i TV pretplatnicima.

Broj neselektivnih i selektivnih reklama je približno isti u ekonomsko-propagandnom programu, ali bi ipak trebalo voditi računa da su najefikasnije one koje su namenjene užem krugu potrošača, mada je ovakav način izrade propagandne poruke nesumnjivo skuplji.

Kao što se može videti, ovo istraživanje je obuhvatilo izvestan broj tema i problema koji se, svaki ponaosob, mogu detaljnije ispitati. Na osnovu rezultata istraživanja date su i neke preporuke koje se pre svega odnose na izradu što kvalitetnijih i što optimalnijih reklamnih poruka. U ispitivanju sadržaja ekonomsko-propagandnih poruka težilo se da se načne jedna tema, danas veoma aktuelna, i da se da osnovno polazište za probleme koje treba dalje ispitivati u ovoj oblasti, radi što kvalitetnijeg i efikasnijeg prezentovanja roba i usluga na tržištu i TV auditoriju.

Dimitrije Buntić

PREVOD STRANOG FILMA I PREVODILAC FILMA

Kontinuirano usavršavanje prevodilaca inostranih televizijskih emisija pred kraj XX veka potrebnije je nego ikada ranije jer je sadašnje vreme doba bujanja skoro svih nauka. Prevodioci se u svom radu susreću sa terminima koje nisu imali prilike da sretnu i nauče za vreme redovnih studija što nesumnjivo otežava njihov posao čineći ga posebno odgovornim jer, za neke pojmove, prevodioci često prvi uvode termine u naš jezik. Zbog toga nije neobično što se prevodioci smatraju večitim učenicima jer oni neprekidno prelistavaju enciklopedije, sveznanja, rečnike kako bi što vernije i tačnije preslikali tekst originala.

Prevođenje je, u našoj obrazovnoj praksi, bilo zanemarivano kao zastarela gramatičko-prevodna metoda, a prednost je davana direktnoj metodi koju su nedovoljno upućeni proglašavali za revolucionarnu inovaciju. Vremenom se došlo do saznanja o potrebi da se prevođenju ponovo odredi dužno mesto u učenju stranih jezika. Jer, „široko je rasprostranjeno mišljenje da se prevođenjem sa stranog na maternji jezik i obrnuto, razvijaju i bogate izražajna sredstva maternjeg jezika a, u isti mah, stiče se uvid u karakteristično funkcionisanje sistema i maternjeg i stranog jezika.”¹

1 Vojvoda C., „Riječ-dvije o prevođenju u nastavi stranog jezika”, „Pedagoška stvarnost”, Novi Sad, 1970, br. 5, str. 275.

Prateći prevode filmova na programima Televizije Beograd došli smo do izvesnih zaključaka i želimo da ukažemo na neke specifične probleme, nedoumice i promašaje koji nam mogu koristiti da se kritički postavimo prema njima.

1. Jedan od problema, koji smetaju lingvistima, stručnim znalcima stranih jezika, jeste nedovoljno ili nespecifično prevodiočevo znanje maternjeg jezika a ono je uslov za uspešno prevodenje, dakle, ne samo znanje stranog, već i maternjeg jezika. Neki prevodioci znaju solidno strani jezik jer su možda odrasli u inostranstvu i tamo se školovali, ali nisu imali prilike da sasvim savladaju maternji jezik. Služba koja angažuje prevodioce stoji na stanovištu da prevodilac sjajno zna strani jezik i dotle nema ničeg spornog. Muka se javlja kada treba da se pokaže i znanje maternjeg jezika, a stručnjaci zaključče da je ono klimavo i nepotpuno. Prvenstveno dolazi do izražaja nepoznavanje razuđenih rodbinskih odnosa, tj. imena, naziva članova, razgranate srpske patrijarhalne porodice. Ti odnosi još su prisutni u svesti iako se porodica, uglavnom, otopila. U nekim zapadnoevropskim jezicima izgubilo se bogatstvo naziva usled ranijeg raspada šire porodice te su i nazivi izbledeli, zakržljali i sveli se, na primer u engleskom na *aunt* i *uncle*, koji u srpskohrvatskom imaju tri različite, jasno izdiferencirane semantičke vrednosti. Stoga, ako pročitamo *tetka* i *teča* u prevodu, nismo sigurni, bez potpunijeg konteksta, o kome se radi. Isto tako, francusko i englesko *cousin* - rođak, u srpskohrvatskom samo je bleđa, nejasna oznaka izdanka na razgranatom stablu šire porodice.

Čitajući na ekranu ... *tast gospode Renije veoma je bogat...* (TV, 9.12.1986), zaključujemo da prevodilac ne zna da gospode mogu imati samo svekra. Sličnu grešku pravi i prevodilac jednog francuskog filma u kome mladić kaže svome prijatelju, upoznavajući ga sa starijim gospodinom, *Jacques, c'est mon beau-père* i mi pročitamo „Žak, ovo je moj svekar”. Jasno je da bi ovo mogao biti i očuh, ali nam očuh ne bi zapao za oko. U jednoj epizodi italijanske serije *E la vita continua...*

(TV, 16.1.1986) saznajemo da Saverio hoće da se pokaže pred svekrom i svekrvom. Pošto je Saverio muškarac, nema dileme da se radi o tastu i tašti. U italijanskom *suocero* i *suocera* pokrivaju znatno šire semantičko polje, jer imaju oba značenja. Sličnih grešaka u imenovanju po muškoj ili ženskoj liniji, ima još u ovoj seriji. Jedna protagonistkinja kaže *mio cognato* (što može značiti „moj zet” ili „moj dever”) a prevodilac je prebacio na muški kolosek i kaže „moj šurak”. On bi morao znati da samo muškarac može imati šurjaka (šuraka) ili pašenoga, ali žena - nikako.

2. Do izražaja dolazi neznanje pojedinih izraza. Za prevodioca sa engleskog *wish bone* znači „pileće kosti”, a to je „jadac” (TV, novembar 1986).

S obzirom na bogatstvo jezika u poslovicama, izrekama, idiomima, njih treba pronaći u srpskohrvatskom i izvršiti zamenu. Moramo imati na umu da njih treba prevoditi samo izuzetno kada u maternjem jeziku ne postoji ekvivalent. Prevodilac često pribegava doslovnom prevodu. Za engleski *She spit me in the eye* (TV, 25.12.1987) prevodilac je ponudio „pljunula mi je u oko” iako imamo „pljunuti u lice”. Jedan junak se oseća *as a frog in water* (TV, 6.12.1987), a prevodilac će prevesti opet bukvalno „kao žaba u vodi” umesto „kao riba u vodi”. U ovim slučajevima poruka nije izneverena, ali je prevodilac uneo u srpskohrvatski nešto što mi nemamo, ali nije strano našem jezičkom osećanju.

3. Na izgled sitne greške javljaju se usled previđanja stvarne situacije, realnog konteksta. Na filmu, u ruci, lepo se vidi mali kovčeg, kao kutija, junakinja kaže *nice bag*, a gledaoci na ekranu čitaju „lepa torbica”. Da li prevodilac nije gledao film, već samo slušao? (TV, 19.6.1987). *Schoolmistress* (TV, 6.3.1988) uporno se prevodi sa „učiteljica” iako se radi o nastavnici koja predaje odraslim momcima i devojkama, a ne maloj deci.

Dalje, gost izlazi iz kuće i kaže domaćinu *Good day*, a na ekranu prevod glasi „Dobar dan”. Očigledno je da se radi o „dovidenja”. Sledeći primer ukazuje na teškoću

da se utvrdi značenje reči bez poznavanja stvarne situacije koja u filmu nije jasna. U razgovoru sa suprugom i prijateljem (TV, 20.12.1987) jedna dama kaže *My late husband was...*, a prevodilac „moj poslednji muž bio je...” Kako *late*, između ostalog, znači: a) *former, recent (and still living)* i b) *former, recent (and not now living)*,² nismo ubeđeni da li je muž „pokojni” ili „poslednji” (razveden, ali još uvek živ). I pored konteksta nismo sigurni da li je prevodilac u pravu ili ne.

Kada devojka pruža ruku ka mladićevom licu i kaže *Je veux ton alliance*, odlučno i kratko, na ekranu čitamo „Hoću savez s tobom” (za borbu protiv mafije, na jugu Italije), ne možemo se oteti utisku da ona hoće njegov venčani prsten, tj. da se uda za njega. Naša traganja za ovom dilemom potvrđuju ne baš mnogo ubedljivo, da je njoj do braka, a ne do rata. Gest prema mladom čoveku mogao bi dati odgovor samo govornom subjektu iz te kulture. Pokret mlade devojke rukom predstavlja vanligvistički kontekst, semantički izdiferenciran i nosi određeni značenjski naboj.

She used me (TV, 21.3.1988) prevedeno je doslovno „ona me je upotrebila”, a trebalo bi „ona me je zloupotrebila” što se jasno može zaključiti iz situacije.

4. Kalkiranje je česta pojava u našoj prevodilačkoj filmskoj praksi. *Descriptive geometry* za prevodioca je „deskriptivna geometrija” - pravi homonimski kalk. Očigledno je da se prevodilac ne bavi matematikom. Inače, ne bismo ni primetili da je bilo pravilno „nacrtana geometrija”. *The Land of Cockaigne* (TV, 29.8.1988) prevelik je zalogaj za prevodioca koji kaže da je to „zemlja Kokein”. *Land* je preveo, a *Kokein*, ne znajući šta znači, uneo u srpskohrvatski kao neposrednu pozajmicu,³ ali sa morfološkom adaptacijom. Engleski je *Land of Cockaigne* kalkirao

2 A.S. Hornby, *The Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, London, 1970, str. 549

3 Klajn I., „Uticaji engleskog jezika u italijanskom”, Filološki fakultet, 1971, str. 182.

prema starofrancuskom *Pays de Cocagne*,⁴ a srpskohrvatski je dobio iz persijskog, preko turskog, kao „zemlja dembelija”. Reč je, znači o „zemlji dembeliji”.

We need a dynamiter (TV, 6.4.1988) „potreban nam je dinamiter” kaže prevodilac, umesto „dinamitaš”, noviji kalk, ili „miner” stariji kalk prema francuskom leksemu. Prevodilac se dvoumi između ova dva: više puta upotrebljava „dinamiter”, a samo jedanput „dinamitaš”.

U restoranu gost traži jelovnik i pita: *Non avete la lista?*, a prevodilac nam servira: „Nemate listu?” pribegavši pozajmici.

Diabolic mind control (TV, 30.1.1988) ne zadaje mnogo glavobolje prevodiocu. On se odlučuje za „dijaboličnu kontrolu mozga”, a to je homonimsko-sinonimski kalk. Smatramo da bi u srpskohrvatskom moglo proći kao „satanska ili đavolja kontrola mozga”. Možda bi *control* bolje odgovaralo „vladavina” ili „moć”?

A horse with white stockings (TV, 26.12.1987) za prevodioca je „konj sa belim čarapama”. Ovaj doslovni prevod za nas je neprihvatljiv, stran našem jezičkom osećanju, jer je to „putasti” ili „putonogi konj”. Doduše, u srpskohrvatsko-engleskom rečniku Mortona Bensona nalazimo i pojam „čarapast” konj.

5. Jedan od čestih nesporazuma između prevoda i originala tiče se prevodiočevog poistovećivanja površinske i dubinske strukture. Sličnost ili identičnost oblika paralelnih leksema istog porekla u dva jezika, ali različitog semantičkog kvaliteta,⁵ navodi prevodioce da te lekseme poistovećuju i po dubini. Prevodilac naseda negativnoj interferenciji maternjeg jezika, smatrajući da internacionalizmi imaju identična značenja, identičnu dubinsku strukturu. Od ovakvih zabluda nisu pošteđeni čak ni iskusniji prevodioci. Greška može biti posledica poznavanja više jezika, jer prevodilac, za

4 Onions C.T., *The Oxford Dictionary of English Etymology*, Oxford University Press, London, 1966, str. 186.

5 Finlay I., *Translating*, London, 1971, str. 112.

trenutak, može izgubiti iz vida kojim se jezikom bavi. Greške ove prirode poznate su, u lingvistici, pod nazivom „lažni prijatelji”.

Iz navedene serije *E la vita continua...* saznajemo da je jedan fašista pobjegao *verso la cantina*, a radi se o podrumu u seoskom dvorištu. Prevodilac nam nudi „kantinu”, možda nije video film, nego samo semantičko polje rata i vojnika povezao sa semantičkim poljem kasarne i kantine?

Jugoslovensku decu, koja prosjače i krađu po Italiji, (TV, 7.5.1985) italijanski nadležni organi zovu *nomadi*, a naš prevodilac odmah, kao iz topa „nomadi”. Kako su u srpskohrvatskom *nomadi* stočarska plemena, leksem potpuno neutralnog značenja, prevodilac nam ne prenosi poruku da se radi o skitnicama, o ljudima koji nemaju stalno mesto boravka *senza una fissa dimora*, ali bez negativnog, pejorativnog značenja. U srpskohrvatskom ta naša deca su džeparoši, lopovi, obijači stanova i prodavnica po Italiji, sa jako negativnim semantičkim sadržajem. Pojam „nomada” odmah asocira na časni svet stočara koji lutaju prostranstvima u potrazi za sočnijim pašnjacima. *Nomadi* su iz grčkog jezika dojezdili do srpskohrvatskog, sačuvali neutralno značenje, a u italijanskom su ostali litalice, ali bez stoke.

Visoki oficir u seriji *Sever-Jug*, kome u vojsci nude da bude *brigadier*, brigadni general, komandant brigade, doživljava, u rukama našeg prevodioca, semantičku degradaciju, jer ga srozava na „brigadira”.⁶ Ovo je primer „lažnog prijatelja” jer semantičko polje engleskog leksema *brigadier* ne pokriva semantičko polje leksema „brigadir” u srpskohrvatskom. Prevodilac se poveo za pozajmicom „brigadir”, ali je srećna okolnost što nas kontekst upućuje na semantičko polje vojne terminologije, a ne na bigadire i brigadiste na omladinskoj radnoj akciji.

Sledeća greška ne smeta onima koji nisu upućeni u precizno imenovanje činova i funkcija u armiji. Kada se s ruskog „komandir bataljona” doslovno prenese na srpskohrvatski, reagovaće samo oni koji poznaju hijerarhijske odnose. Komandir u srpskohrvatskom komanduje nižim jedinicama - do čete i baterije, a komandant - bataljonom i višim jedinicama. Ovakvim prevodom mogao bi biti pogođen neki sujetni komandant koji bi u tome video degradaciju kao što je vidi lingvistika u navedenom primeru. Prevodilac je upotrebio „komandir bataljona”, izvršio ekstenziju, proširivanje semantičkog polja srpskohrvatskog leksema i saznao parcijalnog „lažnog prijatelja”.

Sintagmu *geroj francuskoj kampanii* (TV, 25.12.1987) prevodilac je dekodirao i na srpskohrvatski enkodirao sa „junak francuske kompanije”. Dobar primer morfološko-semantičke kontaminacije različitih leksema, homofona u ruskom jeziku, *kampánija* (ratni pohod, kampanja) i *kompánija* (društvo, udruženje). Izgleda da prevodilac poznaje samo „kompaniju”, ali ne i Napoleonov pohod, francusku kampanju.

ZAKLJUČAK

Zalažemo se za dobre prevode, za usavršavanje prevodilaca i za stručnu kritiku prevedenih stranih emisija i filmova. Loši prevodi, moramo priznati, mogu biti korisni radi aktiviranja pažnje lingvističkih stručnjaka koji gledajući i slušajući strane filmove proveravaju i usavršavaju svoja znanja, a i nesvesno preuzimaju ulogu nezvaničnih redaktora.

LITERATURA

1. Cusatelli G., *Dizionario Garzanti della lingua italiana*, Garzanti, Milano, 1970, str. 1990.
2. Dubois J., *Lexis, dictionnaire de la langue française*, Larousse, Pariz, 1975, LXXI + 1050.
3. Finlay I., *Translating*, London, 1971, str. 177.
4. Hornby A.S., *The Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, London, 1970.

5. Klaić B., *Rječnik stranih riječi*, Matica hrvatska, Zagreb, 1983, str. XV + 1456.
6. Klajn I., „Uticaji engleskog jezika u italijanskom”, Filološki fakultet, Beograd, 1971, str. 307.
7. Ljohina i Petrova, *Slovar inostrannih slov*, Gosudarstvennoe izdateljstvo inostrannih i nacionalnih slovarej, Moskva, 1955, str. 857 (5. izd.).
8. Onions C.T., *The Oxford Dictionary of English Etymology*, Oxford University Press, London, 1966, str. 1025.
9. Vankov Lj., „Les éléments français en bulgare”, „Revue des Etudes Slaves”, tom XLVI 1967, str. 123.
10. Vojvoda S., „Riječ-dvije o prevodenju u nastavi stranih jezika”, Pedagoška stvarnost, Novi Sad, 1970, str. 268-279.
11. Vujaklija M., *Leksikon stranih reči i izraza*, Prosveta, Beograd, 1980, str. 1051.

Blagoje Danilović

OSVETA TONSKE KAMERE

Iz televizijske prakse

Preokupirani savremenom TV tehnikom mladi televizijski novinari često osećaju neodoljivu želju da što pre sa tonskom kamerom (filmskom ili elektronskom, svejedno) pođu na teren uvereni da je to najvažnije za uspešno obavljanje zadataka na terenu. Takvi na teren odlaze (često bez beležnice i olovke), a što je najžalosnije, i bez sluha za ekipni rad, preterano samouvereni da će se na terenu osećati „kao riba u vodi”. Kadri su da kažu da će jednu TV vest (ili izveštaj) lako napraviti, zanemarujući proverenu istinu: „Televizijska informacija je rezultat kolektivnog rada”.¹ Oni koji tu istinu ne uvažavaju (ima i takvih koji su se u to uverili), kasnije imaju podosta praktičnih problema u montaži i u televizijskom novinarstvu uopšte. Stoga bi TV novinarima na ovo trebalo blagovremeno ukazivati.

Odista, kako se sve ovo, a posebno upotreba TV tonske kamere, može osvetiti mladom novinaru? Jednostavno - obiljem tonskog materijala iz kojeg je (kao po nepisanom pravilu) u filmskoj ili elektronskoj montaži teško „isplivati”, pogotovo ako se na terenu ne vode beleške o relevantnim podacima za strukturisanje vesti

1 Stevan Landup, *Slika u televizijskoj informaciji*, Biblioteka RTV - teorija i praksa, Beograd, 1986, str. 6.

i ne snime neophodni nemi kadrovi. Sve to uz stalno utrkivanje s vremenom da se materijal pripremi za TV *Dnevnik* još više otežava rad u bilo kojoj montaži.

Naime, bez obzira da li se montira vest i pokriva živom slikom od 40 sekundi ili razgovor od tri minuta, novinar će biti na istoj muci. Znatno većoj, ako urednik zahteva 40 sekundi montiranog materijala, a novinar je razgovarao i snimatelj snimio, recimo, pet minuta! Jer, kao što se obično događa, ponesen mikrofonom i kamerom (dakle tonskom kamerom i neodoljivom željom da se slika), takav reporter je prvo rekao gde se nalazi, s kim razgovara, postavio prvo pitanje sagovorniku, prekinuo ga na pola odgovora i odgovor nastavio umesto sagovornika, postavio treće pitanje i kao preambiciozni novinar na kraju završio razgovor. Takav konkretan slučaj dogodio se novinaru TV Priština sa petogodišnjim iskustvom, koji je trebalo da napravi izveštaj o snežnoj blokadi Štrpca, sela pod Šar-planinom. Razgovor o ovom odsečenom kosovskom selu vođen je s predsednikom mesne zajednice u kancelariji i - gotovo neverovatno - nije snimljen nijedan nemi kadar za pokrivanje razgovora. Sve je nažalost, što je neshvatljivo, zaboravljeno, a ne bismo smeli zanemariti da je bitka za svaki kadar (na terenu) velika i da „svaki reporter nastoji da što vernije i objektivnije dočara tok i atmosferu na događaju”,² a ona se može voditi samo kolektivnim radom na terenu.

Navedene „sitnice” uočene su popodne istog dana u montaži (sat-dva uoči emitovanja TV *Dnevnika*) i zbog toga u ovoj emisiji nepotpuni izveštaj o blokadi Štrpca nije mogao biti emitovan, jer nije bilo važno da se vide novinar i sagovornik, već selo odsečeno snežnom blokadom. Sutradan je Štrpce izgledalo drugačije - preko noći je duvao jugo, osvanuo je sunčan dan, sneg je kopnio, a o vejavici ni pomena. Dakle, to su bili novi detalji koji su snimljeni toga dana, korišćeni za ilustraciju razgovora s predsednikom mesne zajednice o snežnoj blokadi Štrpca. Doduše, novinar je pokušao na

kraju rubrike da naglasi da je sada situacija već drugačija, jer sneg od prethodnog dana kopni i s obzirom na položaj Štrpca nema opasnosti od poplava, ali to zaista nije bilo ono pravo.

UMESTO ZAKLJUČKA

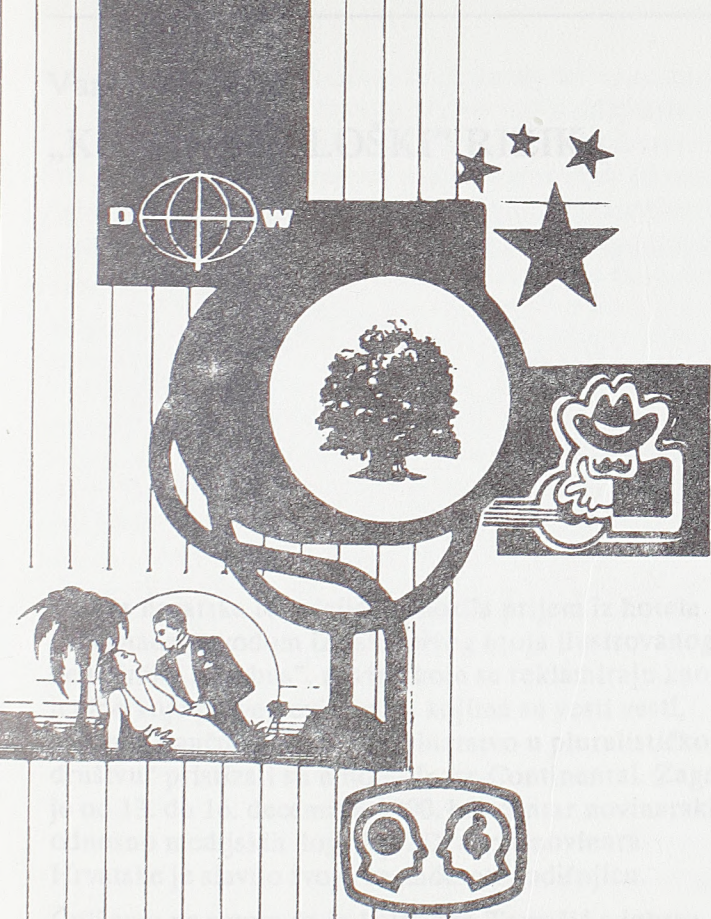
Prvo, tonska kamera se nije osvetila „nadarenom” novinaru samo zato što ju je upotrebio, nego što je zapostavio pripremu za njeno korišćenje. Jer, novinar pravi plan snimanja - barem spisak kadrova sa najkarakterističnijim detaljima (snežna blokada i sneg dubok do krovova kuća, umesto seoskog puta neprohod itd.) kojima se pokriva reporterski tekst i postiže vizuelni kontinuitet slike na mestima rezova.

Drugo, razgovor se vodi ispred panorame zavejanog sela (ako je vejavica - po vejavici), što sve dočarava atmosferu sela u snežnoj blokadi. I zašto razgovor voditi samo s predsednikom mesne zajednice a ne i s nekim, pre svega, ugroženim žiteljima. Da li je to u novinaru preovladao birokratizovan duh: pronaći funkcionera, da li je i time bio zaokupljen osim savremenom televizijskom tehnikom? Slično se pita i gledalac koji želi da vidi i prave sagovornike i podjednako adekvatnu sliku!

Treće, na terenu se uvek razgovara i beleže relevantni podaci i onda kad se radi tonskom kamerom (elektronskom ili filmskom svedno). Pre odlaska na teren potrebno je da, pre svega, novinar animira filmskog snimatelja za prilježniju saradnju, da mu ukazuje veće uvažavanje, da to bude i obostrano, naravno. Da je i toga bilo možda bi se novinar setio i foto-aparata koji bi poneli (u susret lepotici od planine, kakva je Šar-planina, ne ide se bez fotografskog aparata) pa bi tako napravili nekoliko fotografija kojima bi (kad su već zaboravljeni živi nemi kadrovi) „priču” vest o snežnoj blokadi. Odnosno, slajdovima bi ilustrovali tu vest (ili izveštaj), što se, inače, čini sa televizijskim vestima, kao što su slično postupali foto-reporteri u danima radanja

foto-žurnalizma u Nemačkoj.³ To bi bilo prihvatljivije i srećnije rešenje, jer bi tako toga dana emitovali aktuelnu informaciju o snežnoj blokadi Štrpca, koja je već sutradan bila bajata i „raskravljena” pridodatom pričom o snegu koji kopni, dakle, ništa od strahovite vejavice koja kočičevski zloslutno zavija i snega do krovova kuća odsečenog sela pod Šar-planinom.

3 Gisele Freund, *Fotografija i društvo*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb 1981, str. 105.



dogadaj

Vanda Krajinović

„KOMUNIKOLOŠKI” RIZIK

Dok je hrvatska televizija prenosila prijem iz hotela Esplanada povodom izlaska prvog broja ilustrovanog nedeljnika „Globus”, novina koje se reklamiraju kao jedine koje prave novinari i u kojima su vesti vesti, učesnici naučnog skupa „Novinarstvo u pluralističkom društvu” pristizali su u hotel Inter-Continental. Zagreb je od 13. do 16. decembra 1990. bio centar novinarskih, odnosno medijskih događaja. Društvo novinara Hrvatske je slavilo svoju osamdesetogodišnjicu.

Čuli smo na skupu da je 1910. ban Tomašić odobrio pravo da se odštampa objava o postojanju organizovanog novinarskog staleža ali da u štampariji gde je trebalo da se to odštampa nisu poverovali u ovo odobrenje. Sada je bio red na nas da poverujemo da se nalazimo u pluralističkom društvu i da između profesora, uglavnom sa fakulteta političkih nauka gde se kod nas uči žurnalistika, i novinara može da se uspostavi nova veza. Ma koliko da su neki profesori i organizator skupa dr Mario Plenković insistirali na već „tradicionalnom zajedničkom radu”, osećala se lagana neverica među novinarima koji su zastupali svoju „najavljenju viziju pluralizma koju im niko nije poklonio”. Nastavnički kadar naše komunikologije, odnosno naši zaposleni istraživači u sistemu „javnog informisanja” koji imamo, su u čitavoj Jugoslaviji dugo

godina imali ulogu svedoka skoro *ontološkog* poimanja novinara „kao društveno-političkog radnika na visovima samoupravljanja” kako je neko napomenuo. Profesori marksizma koji su predavali „teoriju komunikacija” i „masovne medije” poznati su po svom nerazumevanju liberalnih tradicija. Sada su sami sebe ohrabrivali zagovarajući „ustavni patriotizam” već prvog dana u sekciji „Interdisciplinarni i metažurnalistički aspekti novinarstva”.

Ovoliki trošak i trud organizatora možda nije trebalo traćiti na „aspekte i aktuelne probleme” koji su se samo pominjali bez uspostavljanja preciznih komunikacija na nivou uključivanja empirijskih prilaza našem razdvojenom poretku, u skoro svim dimenzijama pored svakako najvažnijih koje su ekonomska i zakonodavna praksa medija. Kod nas se i dalje ne proučava ekonomija medija, kao što se ne istražuje ni politika naših pravilnika i programskih shema, planiranje kao politika, i sve one kritičke teorije koje od uspostavljenih doktrina prave bar svima poznate konvencije o kojima zatim može da se raspravlja. Kod nas je planiranje u domenu medija prepušteno utilitarnom *ad hoc* sporazumevanju među medijskim šefovima koji iz gomila kompromisa prave privremene programe JRT.

Takvo planiranje je dovelo bar do jednog dela odgovornosti za stanje u kome se nalazimo. Možda ova tema naše profesore i istraživače ne inspiriše, kao što ih ni svetske teorije ne dovode do našeg gorućeg pitanja medijskog vlasništva?

Posle mnogo ponavljanja jedne odomaćene formule o komuniciranju u masovnim medijima „svih sa svima za sve...” a bez definisanja ikakvog zakona tržišta informacijama, ostali smo sa poznatom terminologijom „osnivača” i eventualnom državnom televizijom za koju se i dalje ne zna sa kojim procentom u njoj učestvuju kapitali ili kapital vlasnika, pretplatnika, sponzora, a koliko su prisutne svote od reklama ili od „samodoprinosnih ulaganja građana”? Fenomen prelivanja od siromašnih ka bogatima, strukturalne i funkcionalne nepoznanice naših glomaznih medijskih

mašina koje građanima ne nude ni osnovne organograme o sebi, osnovno obrazovanje o medijima koje i dalje nemamo, i slične teme koje bi morale da se čuju, nisu ni dodirnete.

Kako će naši medijski auditoriji da se uklope u evropska kretanja? Da li je pluralizam samo nešto što se dozvoljava?

Otvaranje banaka podataka kao što je informacijski servis koji je osnovala Zagrebačka banka DD i „Privredni vjesnik” sa ključnim pojmovima o, na primer, upravljanju investiranjem je svakako pomak. Još kada bi saznali kako će nepostojeće regulative da se stvore za koje su nam, što se mene tiče, audiovizuelni saveti i svakako ministarstvo za komunikacije potrebniji od postojećih sekretarijata za javno informisanje? Zar ne bi i kod nas studenti mogli da se bave novim medijskim tehnologijama izvan fakulteta za teorije politike? Zašto se o konkretnim medijima i radu sa njima najmanje uči, a jasno je da na svetskom tržištu najbolje prolaze kreativci?

Kako da poverujemo da će, kako kažu profesori, ovi trenutni obrasci opet samo biti prolazni a da ne znamo zašto su uopšte ovakvi i gde nas kao takvi vode?

Često se čulo da će „borba sa mrtvim svetom trajati još decenijama”, ali šta su za nas u tom kontekstu prioriteta istraživanja to opet nije bilo izrečeno. Za profesora Firdusa Džinića sada je privatna svojina baza nacionalnog i javnog interesa, a kako će teći neka eventualna privatizacija medija nije ni nagovešteno. Ako je „izvanredno stanje u kome se nalazimo odavno normalno”, kako to vidi profesor Rodin, šta su predlozi za izlaženje iz njega za teoretičare? Novinari su postavljali direktna pitanja na koja nisu dobijali odgovore.

Da li možemo da se zadovoljimo objašnjenjem profesora Emila Vlajkija „da samo prelazimo iz jednog u drugo predgrađansko društvo”? Pogotovo kada se prisetimo njegovih kritika naših još postojećih građanskih institucija kako ih je zvao u fazi tumačenja samoupravljanja. Da li možda i univerziteti učestvuju u

toj „ekspres nacionalnoj emancipaciji bez oslobađanja puteva kapitalu”? Za profesora Kujundžića novinar će biti budući „dirigent i komunikolog kada budemo prevazišli anarhiju u kojoj se nalazimo”.

Svakog dana bar jednom se javljao za reč novinar Gaši iz Peći. Do poslednjeg dana je tražio da se uputi protestno pismo vladi SFRJ u vezi sa otpuštenim radnicima na Kosovu. Do kraja se nije saznalo šta je o tome rešeno.

Za to vreme zbornik nije pristizao iz štamparije.

Učesnici nisu mogli da vide tekstove koji su poslani dva meseca unapred. Pluralizam je izgledao sve više kao viđen na televiziji. Dan posle skupa predsednik Tuđman je razgovarao sa vođama opozicije i gledaoci su mogli prvi put da se u to uvere medijski. Koliko je to značilo za silazak pluralizma do društva? A koliko za komunikacijske funkcije društva u kome se tek budi pluralistička kultura?



vremeplov

„LJUDI GOVORE”

Već trinaest godina traje serija dokumentarnih emisija Televizije Beograd Ljudi govore. Zahvaljujući autorima, pratimo sudbinu ljudi koji su deo naroda i njegove istorije. Kao Pimen u Borisu Godunovu, beleži ekipa od emisije do emisije, doslovno, sudbinu ove zemlje. Živi ovaj narod, ratuje i priča. Stvaraoci su još 1981. uspeli da snime, sada već pokojnog, Mališu Beševića. Jedan ljudski vek dovoljan je da se ispiše i istorija jednog naroda. Ovom prilikom sećanja Radiše-Mališe Beševića preseljavamo u našu rubriku. Emisiju su autori naslovili: Trideset hiljada dana i noći Mališe Beševića.

Radio-televizija Beograd

Kulturno-obrazovni program

Opšteobrazovna redakcija

Snimano aprila 1981, emitovano: 19. oktobra 1981. u 18.15

Dokumentacija RTB:TK-6088/81, sep. mag., color

Scenario: Nedeljko Ješić

Mika Milošević

Urednik: Nedeljko Ješić

Filmski snimatelj: Dragan Stefanović

Tonski snimatelj: Dragan Selaković

Montažer: Aristeia Vuletin

Reditelj: Mika Milošević

TRIDESET HILJADA DANA I NOĆI MALIŠE BEŠEVIĆA

Ovo je selo Viča u srezu dragačevskom, deset kilometara udaljeno od Jelice ispod Vučjaka. Ovde se ovo mesto Viča bavi voćarstvom. Ovde je u Viči bilo 1927. godine sedam pekmezara, samo u Viči, peko se pekmez. Posle je nastupio krompir. Narod je ovaj vredan i vrlo radan.

Ja se zovem Mališa Bešević. Rođen ovde u Viči, srez dragačevski, 14. januara 1896. godine. Majka, kad sam bio mali, mi je tepala „moj mališa“, i tako sam dobio ime Mališa od nje. A inače meni nije pravo ime Mališa nego Radiša. Posle u ratu, kad smo odstupali preko Albanije, Radiša je nestao preko zvaničnih knjiga, arkiva je nestala, nestalo je i Radiše.... ja nisam dospeo na Krf tamo kao Radiša, nego sam tamo došao kao Mališa, i kao Mališa otišao i za Bizertu. Iz Bizerte sam otišao u Sidi Fatel, u bolnicu na lečenje. O lečenju, kada mi je prvo otvorena karta za lečenje, oni su me pitali. „Kako ti je ime?“, ja sam kazao: „Ime mi je Mališa Bešević, tako iz Viče, odatle iz Srbije“. I tako je odatle pošlo Mališa, iz Sidi Abdela.

...Posle završetka balkanskih ratova sa Turcima i Bugarima, došao je 13. jul 1914. godine. Te noći oko pola noći objavljena je mobilizacija. Pandur Radomir Kovačević pošlo je brodom i počeo da zove jednog po jednog. Mi smo poustajali, ja sam usto. On zove svakog i kaže: „Odmah dok svane da budete u Viči na zbornom mestu“. I moj tata je ustao; on je bio u komori te je spremio kobilu - trebo je da spremi samar i sve što treba za komoru. Ja sam usto, doveo kobilu pa smo svi spremali. Majka je spremala torbe, spremala leba, s leba. Brat, i on isto tako, ide i on, mobilisat je kao prvi poziv.

I tako, kad je svanulo u selu nije imalo niđe nikakvog muškarca, sve su žene i deca bila. Vratili su volove i polazili tamo, deca kvrče, sve se ono dalo u pisku, kao da je pusto selo, narod otišao sav, koje je moglo otišlo je.

Posle izvesnog vremena rat je otpočeo i ja sam mobilisan kao poslednja odbrana sa volovima Miksila Maričića. I otišao sam preko Duškovaca tamo na Šargan planinu - vuko topove, pomagao vojsci. Čak smo išli do Han-Pijeska tamo.

Posle toga velikog i dugog ratovanja naši su pobedili na Kolubari.

Moj brat je poginuo 9. septembra u selu Pričeviću u Kolubari, a tata se vratio posle završetka te ofanzive kući.

Onda je nastalo, pošto smo pobedili, išćerali Švabe, nastalo je primirje. Ljudi, iako su bili na vojnoj dužnosti, dolazili su kućama na odsustvo, kosili i sadili sve do u jesen 1915. godine. Oko polovine oktobra 1915. Švabe su odozgo navalile. I mi smo tada čuli da ćemo biti mobilisano i poslednje godište devedeset šeste, mi koji smo rođeni devedeset šeste.

Moj otac i mama su navalili na mene da se pre odlaska u rat oženim, a devojaka ima dosta, da bi imao ko kod kuće da radi. Ja sam ih poslušao, oženio se. Ali odmah posle moje ženidbe pozvat sam u komandu, okružnu komandu u Čačak. Odmah sam se spremio i otišao u Čačak. Iz Čačka posle proziva, otišli smo za Rašku, pa za Vučitrn, i došli u Prištinu. U Prištini video sam prvi avion i tu smo se obučavali 12 dana.

Iz Prištine krenulo je nas oko trinaest i nekoliko hiljada sa jednim malim barjačićem preko Save rijeke u Prizren, pa odatle na Mavrove hanove, u borbu sa Bugarima, koji su otuda napali.

Posle završene borbe tu sa Bugarima mi smo otišli u Strugu. Iz Struge smo krenuli za Albaniju, na Ćukus gore. Do Ćukusa su mogli da idu izbeglice sa konjima i volovima, i tako i mi smo išli pomešani s njima. Ali od Ćukusa počeli smo i mi da se porazboljevamo, a ovi izbeglice ostajale su kojede po putu. Tu sam video jednu veliku strahotu, umiranje naroda bez ikakve pomoći.

Preko Albanije je bilo tako teško da leba nismo videli do Tirane. Nigde. Glad je najteže satirala naše vojnike.

Lipsivali su uveče đe su zanoćivali - sutradan po desetinu njih je bilo umrlo.

Došli smo nekako do Tirane. U Tirani smo primili po jednu porciju brašna. Pa smo došli u Drač, i tu se ukrkali u lađu i došli na Krf 7. januara šesnaeste godine.

Pošto na Krfu nije imalo mesta u bolnici, to su me premestili na ostrvo Vido. Kad sam došao na ostrvo Vido, izašli smo tamo. Video sam velike bolnice od šatora. U tim šatorima sve bilo je popunjeno bolesnicima. I takođe je prazno mesto upražnjeno, tu smo mi dobivali mesto koji novi dolazimo. Inače drugih kreveta, ni lečenja ni lekove nije bilo nikakvih.

Do podne su dolje na pristanište išla puna nosila s onim koju su umrli i vraćala se prazna gore, a predveče bi to lađa kupila i nosila, bacala te leševe u more.

Na Vidu je bilo teško, jer kad legnemo uveče šušte vaške, napadaju na oči, na usta, gde god uopšte stignu i ostavljaju gnjide. Ja sam čak kad sam išao te se sunčao gore na ostrvu brijegu, vadio vaške iz žvala, iz usana, bele vaške, nisu kao one crne vaške.

Tu kad sam bio, na tome ostrvu, jednoga dana pozvali su nas na komisiju. „Izlazite” - kaže - „vamo”. Tamo je bio jedan stočić i za njim dva-tri lekara, više nije bilo. U jednoj kutijici bile su neke numere. Prilazili smo tuna i oni su nekom dali numeru, a nekom nisu doveli numeru. Meni nisu dali, ali ja sam se vratio na zadnji deo reda pa ponovo se malo doterao kad sam došo na red i dali su i meni tu numeru. Velim: ako mi treba da imam; ako mi ne treba, ja je mogu baciti. I tako je sutradan kad je bilo oko pola noći procurilo da ovi što su dobili numere idu sa ostrva Vida na lečenje nekuda, a oni koji je nisu dobili ostaju tu da izumru, jer lekove nema niti tu ima čega drugog.

Sutradan su pozvali: „Ajde, ko ima numere”. Kad smo pošli tamo, to je bilo najveći prizor koji je čovek mogao videti: sve što je bilo tu živo to je ustalo upola, neki su izišli iz svojih šatora napolje najedanput, sve je kukalo zašto oni ostaju a ovi drugi idu.

Mi smo sišli dolje. Ko ima numeru sedaj u čamac. A malo dalje velika lađa sa dva sprata, s krstovima.

Ulazimo u lađu. I kad smo se utovarili, lađa je krenula preko mora.

Tamo, kad sam ja bio u lađi, probudio sam se i pogledao u moje nokte, kad moji nokti plavi. Ja sam najedanput pomislio kako je moja majka kad je išla tamo, obilazila bolesne i vraćala se kući, rekla za jednoga: „Jok, Mališa, od njega nema ništa, nokti su mu poplavili, on će da umre“. Meni je bilo odjedanput teško. Samo da mi je da izidem iz lađe. A za smrt nisam ni mislio nikako. Pa sam upitao onoga Francuza, bolničara što nas prati: koliko dana ima još da budemo u lađi? On je kazao: „Tro žur“, i pokazao prstima. „Tro žur, tro žur“. I ja sam ućutao. Išli smo dalje. Davao mi je on neku limunadu te sam pio.

Kad smo izišli tamo u Bizerti iz lađe, iznijeli su mene, spustili dolje na balkon. Donosili su nam cigare. Tu sam jednu cigaru prvi put popužio.

Odatle su nas prevazišli u Sidi Abdela. Kad su nas prebacili tamo na lečenje, tamo su nas mnogo dobro gledali, davali nam punu hranu, pun rasion, davali nam i vina, davali nam četvrtkom po jednoga labuda te smo pojeli. A vagali su nas svakog dana. Tako su nas gojili za front Francuzi. Gledali su nas dobro, i tako.

Ali mi kad bi preko dana izišli da se malo sunčamo, izašli bi na obalu morsku i tamo znamo odakle sunce dolazi, izgrijava izjutra, da je tamo naša Srbija. Otuda su se začele i pesme, počelo je da se peva: „Tamo daleko, vidite onamo preko mora, tamo je naša Srbija, naša ljuba, naša deca, tamo je majka Srbija“.

Pošto smo se dobro oporavili u bolnicama, ja sam iz Bizerte krenuo za Solunski front lađom predveče. I tamo - kud se išlo ja ne znam, to se krilo zbog Samarena - došli na Solunski front, u Mikru. Iz Mikre smo raspoređivani gore, tamo de su vojnici izginuli po četama.

Ja sam došo gore kod drugova i oni su, drugovi, lepo me primili. Oni su već tu proveli godinu i po dana. Meni je preostalo godina i po, a inače tri godine se bilo na Solunskom frontu. I svi smo željeli samo ofanzivu. Samo smo ofanzivu za slobodu čekali. To je se krila

ofanziva od nas sviju. Niko nije mogao da zna kad će biti. Ali smo u punoj nadi i punoj čežnji iz dana u dan čekali, pa čak smo imali i znake kad smo počeli da govorimo o ofanzivi i samo u ofanzivi. Poznali smo kad će da bude po tome kada su počeli džipovi svakoga dana da dogone municiju na položaj. I granate, i ovu pešadijsku, sve je dogonjeno gore. Onda smo znali da se ofanziva već priprema i da će biti. Pitali smo nadležne, a oni su iz komore uvek govorili: pa ovo, pa ono, ali već smo znali da će to skoro.

Koliko je naša bila žudnja za našom otadžbinom posle toliko vremena, to niko od nas nije mislio o smrti. Niko nije govorio da se to gine i da je to rat, nego svi smo tako hteli, samo da idemo u Srbiju. Kao da ćemo proći tamo ehej.

I tako iz dana u dan, sve smo više bili uzrujaniji, sve uzrujaniji. I tako jednom, ponoć je bila, kažu: „Sutra počinje ofanziva”.

Mi smo mislili da ćemo odjedanput jurnuti. Ne, kad je sutra počelo, kad je svanulo, kad je bilo šest sati, sva oruđa koja imaju i mi s puškama, sve je to počelo da puca i dejstvuje na njihove položaje. Kako se to kaže, bombardovanje u tepih. Svako mesto tamo na njihovom položaju mora biti pogođeno granatom, da tamo više ne postoji živa, da nema mesta de nije granata udarila ili drugo oruđe.

Od dvanaest sati prekinuo je neprijatelj da puca. On se nije više otuda javljao ni da je živ. Onda su tamo izišle prve patrole naše i dale su znakove da na prvim linijama njihovog položaja nema žive duše.

I onaj ko je živ, on je opijen i ne zna ništa više, ni de mu je puška, ni glava, ni leđa.

Onda smo jurnuli iz šančeva bez obzira na bilo šta samo da idemo za Srbiju. Juriš! Svi su jurili. Zaustavljali su nas komandiri čete, vikali „Nemojte, nemojte trčati, polako”! Čak komanda francuske je naredila da ublažimo ofanzivu. Ali ko je mogao Srbinu da ublaži kad ide kući! Sve je to jurilo. Ja čak nisam ni mislio da otuda može kakav kuršum doći.

I mi smo za dan zduvali čak dolje do Crne Reke, odatle drugi dan ajde dalje... Niko nas više nije mogao ustaviti. Jurili smo najvećom brzinom i tukli neprijatelje. On nije imao kad čak ni da se okrene...

I tako, rat se završio, ali ja sam osto u Kosovskoj Mitrovici radi daljeg održavanja reda. Ali kući da me puste nikako. A pismo nisam dobio niti znam što se radi kod moje kuće. Na kraju došlo mi da idem kući, pa ako mi komandir ne odobri ja ću da idem sam, i bez dozvole. I onda sam presreo komandira i kazao mu: „Idem kući, da me pustiš”. On mi je reko: „Ne mogu da te pustim zato što ne rade vozovi, nema prevoza, još nije vreme mirno”. I stiša me. A opet malo posle sam mu rekao da ću da idem bez obzira i da ću pobeći, i da će on snositi žrtvu jednu, zbog mene. On je onda kazao da dođem doveče u kancelariju. I ja sam došo. Dao mi je krijući dozvolu.

Ja sam izjutra poranio u 4 sata i kreno iz Kosovske Mitrovice. Peške. Prvih časova putovao sam 7 kilometara na sat, pa sam posle pred Rašku putovao na 5 kilometara i stigao sam u Orašac, ispred Kraljeva. Tu sam prenoćio. Odatle sam pošao niz Ibar, kroz klance, i došo sam u Bogutovačku Banju. Iz Bogutovačke Banje sam krenuo kući poprečke, za Kaonu. Kad sam došo u Kaonu već mi se rađale misli kako ću doći kući, kako će mi biti lepo, kako ću tamo videti roditelje, i tu moju ženu koju sam ostavio petnaeste godine i koja mi je rekla kad smo se razdvojili i poljubili da ona neće moći dočekati da me vidi više, za što sam ja džako na nju, jer to ne smije ni da se govori, a i majka je rekla da se ne smije plakati. Ali ona nije mogla, no plače i kaže: „Ne mogu dočekati da te vidim”. I tako...

Ja sam onda kreno iz Kaone dalje i došo sam do Morave. Mrak se bližio a voda nadošla jer se sneg kopnio. Kad sam naišo na reku, voda se svukla na uzinu i bila je jaka i mutna. Zar sam ja gledao na tu vodu onda?! Šta je to za mene voda? Nisam ni razmišljao. Ja sam udario na onu maticu i u tom momentu mlatnuo sam rukama po vrbovom granju i onamo izišo, i posle se pitam kako sam mogo tu da nastradam. Išo sam kući dalje, ništa me nije ometalo, bio sam silan i jak tako, i

samo mislim kako ću kad dođem kući da vidim te moje mile i drage.

Kad sam došao blizu kuće, naišao sam na neka kola, to je bilo zadnja dvokolica. Obišao sam ih i došao sam na kapiju. Kapija je bila otvorena kao da je razvaljena. Došao sam pred kuću, stao kod šljive pred kućom i pogledao kroz prozor. Tamo je čkiljilo nešto u sobi, sijala se žar iz šporeta. Ja sam došao na vrata kućna, otvorio vrata, malo zastao pa ušao unutra. U tom momentu pomolila se na sobnim vratima mašala luča i neka žena crvena u licu ispala pred moje oči. Ja sam prišao blizu i reko joj: „Jesi li ti moja majka”? Ona me je samo smotala oko vrata. I tako me uvela, ušao u sobu i spustila me na krevet te sam seo.

Pogledao sam po sobi, nema niko više sem nje. Pitam se u sebi će su ostali. Bio mi je došao stric, iz rata, s kojim smo živeli u zajednici, pa su otrčali da mu jave. U tom međuvremenu zakrtonilo je dete više šporeta i počelo da plače. Upitao sam majku: „Šta je ovo”? „Pa” - kaže - „eto, rodilo se, Milivoje se oženio” - to mi bio brat od strica - „pa se rodilo dete”. A ja sam razmišljao da je to moja žena rodila, ostala toliko godina, sama nema čoveka, ne zna ni da li ću doći, ne zna o meni ništa pa je rodila. Pa mi se stvarala misao šta da radim. I doneo sam odluku: ništa, jer je rat za sve to kriv...

I tako smo prešli na drugu priču. Ja nisam smeo odmah da pitam majku: pa kud je ona, će je, pa šta je? Velim da je tu otišla neđe, ili u rod, ili tako nešto. Iz tog našeg razgovora majka je videla da mene nešto štulja i će je meni pamet, odnosno pogled, na drugoj strani vide da tražim nešto, pa mi reče: „Sine moj, Stanka ti je umrla jesenas kada su vladale ove velike bolesti ovde”.

Šta sam mogo da kažem, nisam kod moje majke mogo da klonem, no sam uzdržao se od plača i učinio kao da ništa nije ni bilo. Svi moji snovi koje sam ja gredom mislio, kako ću doći kući, kako će mene Stanka izuti obuću, kako će me okupati, kako ćemo spavati - nestali su i sve je to bilo toliko teško da nisam mogo da prebolim. Malo sam se uzdržavo, ali sam ipak puštio suze. Ali sam video kod majke neprijatnost i prekratio

sam. Dobro, u redu, šta je bilo - bilo. Posle su došli ovi iz komšiluka tūna i poveo se razgovor o drugim stvarima.

A meni je došlo samo da odatle idem, iz sobe te, nekud. Otišo sam tamo u zgradu, đe smo ja i žena moja spavali, i lego sam na isti krevet. Naravno, cele noći nisam mogao da zaspim. Ujutru sam usto i rano sam hteo da se vratim u svoju komandu...

Demobiliso sam se 23. aprila 1920. godine. Onda je trebalo kod kuće početi iznova, sve obnoviti ratom upropašćeno i raditi. Ali, prvo je bilo, u prvom redu, da se oženim. I tako sam i učinio: oženio sam se odmah i doveo ovu moju Desanku, sa kojom živim i danas danji. U braku smo nas dvoje živeli mnogo dobro i izrodili smo porod, šestoro dece. I danas ih imamo četvoro; dvoje mi je slučajem nastradalo: sin mi je poginuo kod Trsta u ratu, a ćerka mi je jedna poginula u avliji od nesretnog slučaja, tako da nam je ostalo četvoro dece.

I mi imamo danas preko šeset godina bračnog života i živimo mnogo dobro.

... Četeres prve godine, kada je Nemac iznenada napao našu Jugoslaviju, ja sam čuo ovde kod kuće te vesti, pa sam odjedanput otišo u opštinu. Sećam se dobro, bila je nedelja. Da vidim šta se to dolje radi. Bilo je puno sveta, došli crkvi, i onda smo počeli razgovarati o tome. Došo je jedan čovek iz opštine, delovođa, i kaže: „Od jutros smo s Nemcima u ratu”. Mi smo se odjedanput začudili i počeli o tome da diskutujemo i razgovaramo. Posle jedan sat stiglo je iz Čačka nekoliko ljudi, a među njima i neki moj komšija, kovač Sekula. Pitam ga: „Šta si došo ti, Sekula?” „Ma nama” - kaže - „u Čačku ništa, dolje je nastupilo svo jedno rasulo. Ne zna se ništa, konjica odstupa u neredu, vojska se zastura, bacaju vojnici puške, što se čuda radi, sve je to uzburkano”.

Mi smo se odjedanput na njega ustremili: „Lažeš, ti si pobego!... lažeš, ti si pobego”. On kaže: „Evo ovih drugova još sa mnom, nisam ja sam”.

Odma smo ga stavili kod delovođe - on je zvao načelnika da mu kaže da ovoga buntovnika ukloni odatle, da ne buni nazad, jer nismo verovali u to.

Kakvo rasulo! Kad oćeš, načelnik spava. Onda sam steko ubeđenje da se načelnika i ne tiče za to ništa.

I onda vidim da zbilja postoji neka izdaja, neka čuda i tako dalje.

Posle, kad je se digo narod na ustanak, i ja sam se opredelio i pomago sam narodnooslobodilački ustanak, sve do oslobođenja našeg kraja. Kad je 1941. stvarana narodna vlast ovde u Dragačevu, mene su onda izabrali na zboru za predsednika Narodnooslobodilačkog odbora u Viči. Na toj dužnosti sa mojim odborom odmah sam počeo da radimo: prikupljali smo hranu, odeću i sve što se može za front. U tome smo učinili mnogo!

Sve je to tako trajalo dok nisu Nemci navalili od Kaone i opet došli ovamo. Partizani su odstupili i otišli za Bosnu. Posle je nastupilo zlo vreme za nas odbornike koji smo saradivali sa partizanima, pogotovu za mene koji sam se i opredelio za tu narodnooslobodilačku borbu, jer sam vidio pravdu na toj strani. Nazvali su me kao partizana, kao komunistu, i jedva sam nekako izvuko glavu te sam pomoću ljudi ostao živ.

Krajem 1944. godine, decembra meseca, bilo je oslobođenje. I onda je trebalo, po oslobođenju, da odmah se postave narodne vlasti. I onda je sazvat zbor, došli su iz Guče rukovodioci i postavili su vlast. Izabrali su mene tada za presednika, upravo nastavio sam dužnost jer sam četres prve godine kao presednik izabrat, pa sam samo nastavio. I bio sam sve do pedeset četvrte godine presednik neprekidno, osam godina sam bio.

Za prvo vreme kad smo došli - naravno, zemlja je bila razrušena, narod je bio gladan, bez puteva, mostovi su propali, sve je to bilo teškoća - mi smo se odmah dali da prvo opravimo puteve i da dobavimo narodu leba. Odmah smo se stavili i pozvali narod na izgradnju puteva. Naime, podelili smo put: ja sam uzo deonicu, radi primera, 27. marta i sa mojom decom sam istuko kamena na putu, veći domaćini su imali i po šest metara da istuku kamena na putu. I izgradili smo put.

Odmah zatim otpočeli smo da gradimo, da uvodimo centralu. Jedan inženjer iz Čačka dao nam plan, a mi njemu dali drva. Tako, videli smo da na Belici možemo da podignemo centralu. Trebalo nam je tuna cement, a treba nam i žica. I ja i Mlađa, učitelj pokojni, otišli smo u Beograd kod ministra Stambolića i kazali mu šta oćemo da radimo. Oni su to jedva doćekali. I tamo smo kod njega rućali i dali su nam vagon cementa i kažu nam: „Koliko vam treba, mi ćemo dati, doterati na mesto u Viću”. Onda otišli smo kod Carevića, isto ministra tamo, i on nam je preko Jagodine odobrio i dao svu žicu koja nam je bila potrebna za centralu... To je bilo jedno ćudo, jedan veliki uspeh.

Mi smo došli u Viću, a oni su nam doterali ovaj materijal. I mi smo se onda rastrćali, poćeli centralu na ovoj Belici da gradimo. I uveli smo svetlo. Dolazili su novinari, svi sa strane, sve se ćudilo. Guća pred nama nije imala svetlo, a mi smo u Vići imali svetlo. I prvo prelo bilo je u Marića sobi, de smo se okupili te su pod sijalicama žene prele.

Pored toga što smo izgradili put, doveli smo i autobus iz Čačka sa 25 sedišta, koji je išo izjutra i vraćo se. Za banku išo je ćovek u Čaćak i vraćo se u Viću. Napravili smo tu jednu malu garažu za autobus.

Eto tako, nešto razmišljm o ovoj prošlosti, i tu sam se nešto preraćunao i vidim: imam 85 godina, odnosno osamdeset šesta svoga života, a ako bi nešto preraćuno, to mu izade nekako oko 31 iljada dana i noći moga života, kako ja ćivim.

Eto to bi bio moj ćivot. Za to svo vreme moga ćivota, posle tih teških ratova i muka, dva svetska rata velika, teškoća, deca su sva otišla, ja i baba već 15 godina kako ćivimo sami. Rekoćh baba, a ja je zovem mlada, jer drugu ja nemam, to je moja mlada pa i nek je sto godina da ćivim to ostaje moja mlada do ćivota.

Lako je mladima i ako se svaćaju. Ja to iz moga iskustva znam. Ali teško onome ko ostari a nema svoga druga, pa bilo to muško ili žensko. Najviše nas sada obraduje kad nam deca doću, kad se iskupe kod kuće, pa napravimo tuna jedan lepi rućak, večeru, noće,

ispričamo se, i tako, donesu nam poklona. I mi njima damo opet, tako, torbu sira, kajmaka, jaja, i tako. I oni i ne znaju koliko nam je žao kad naiđu veći praznici ako nam nisu došli da nas vide šta radimo. Tih dana, kad dođu, najbolje se provedemo.

Svijet je napredan i sve je u redu i nadamo se da će nam biti godina rodna. A znate šta znači za nas seljake, u ovim ovde pasivnim krajevima, a i za svakoga u cijelom svijetu, kad rodi godina. Kad rodi godina, to je vesela kuća, vesela stoka, vesela živina i sve je veselo, veseo i narod. Tada svi rade dobro. A kad toga nema, prestaju i mašine, prestaje sva parava i umovi. Kad je gladan stomak, nema sreće, nema slobode, nema zdravlja, nema ništa, sve prestaje. A ovako, kad rodi voće, kažem vam, ima i rakije, ima i para, ima i zdravlja, ima svega i svi smo veseli i zdravi. Samo jedino nek ne bude, deco, rata, rata da ne bude...



prikazi

JEDAN MODEL ISTRAŽIVANJA KOMUNIKACIJE

*Zora Otálora, Prvoslav S. Plavšić i Branislav
Mijatović, Međuljudsko ponašanje u TV
programu za decu, Centar RTB za istraživanje
programa i auditorijuma, Beograd, 1990*

Nije uobičajeno da se rad takvog teorijsko-metodološkog utemeljenja i produbljenog problemskog vidokruga objavi u tekućoj ediciji istraživačke službe nekog radio-televizijskog centra. Na nevelikom broju strana autori izveštavaju, kroz ravan šireg kulturno-civilizacijskog konteksta, o prvoj fazi projekta uspostavljenog u saradnji Austrijske akademije nauka i Centra RTB za istraživanje, kojim se izučava posredovanje kriterija vrednosti međuljudskog ponašanja na televizijskom programu za decu i omladinu u interkulturalnom poređenju Beča i Beograda.

S obzirom na proces posredovanja vrednosti, za istraživače je glavno pitanje da li prikazivanje na televiziji utiče na vrednosne stavove koje deci i omladini nameće njihova sredina i da li se takav uticaj može dokazivati empirijskim eksperimentom. Svoje teorijsko polazište, težeći ka interdisciplinarnoj zaokruženosti, obrazlažu iz pregleda prethodnih radova o deci i televiziji, gde se pre svega ispituju agresija, delovanje reklama, učenje iz emisija i prijem televizije u porodičnom okružju. Podrobnije razmatraju problematiku vrednosti sa aspekta razvojne psihologije i psihoanalize, kao i jezički nivo posredovanja vrednosti. Udovoljavajući zahtevu samog ispitivanja

međuljudskog ponašanja, usvojen je i određeni model socijalizacije, dok je oslonac interkulturalnog poređenja nađen u morfološkim studijama bajki i mitova.

Sa kvalitativnim pristupom uz pomoć matematičkog aparata, osnovu analitičkog modela čini trodimenzionalna matrica u čijoj se konfiguraciji identifikuju akteri, aktivnosti i akcije. Empirijska evidencija uspostavljena je na uzorku po 32 emisije dečjeg programa bečke i beogradske televizije tokom 1987. godine ako podležu merilu o posredovanju vrednosti u međuljudskom ponašanju.

Već se u strukturi uzorka, uključujući razmenu i nabavku iz drugih zemalja, očituju bogatiji izbor i produkcija TV Beograd. Globalna analiza zastupljenosti tri dimenzije otkriva da se u beogradskom programu isti broj aktera nalazi u većem broju aktivnosti i akcija, što upućuje i da je Beograd komunikativno aktivnija sredina na osnovu „imanentnog kulturalnog izbora” dečjih emisija. Počev upravo od ovakvih podataka procenjivali bi se, po istraživačima, perceptivni i receptivni uslovi prijema određenih programa u auditoriju.

Komunikološka interpretacija rezultata najpre utvrđuje neke podudarnosti, a zatim i značajne razlike između dva grada. Pošto se istim brojem aktera u Beču objašnjava veći, dok u Beogradu manji broj interakcija, postoji u prvom gradu veća akciona saturacija kod manjeg broja aktera. Iz različitih učestalosti tipova aktera u interakcijama zaključuje se da uređivanje u TV Beograd računa s višim dostignutim stepenom socijalizacije kod mladih gledalca ili teži podsticanju njenog bržeg razvoja. Praktična vrednost nalaza, smatraju istraživači, znatna je ukoliko se uz pomoć analitičkog modela planiraju produkcija i repertoar dečjih programa, a iz dobijenih rezultata ocenjuje uspeh u podsticanju odgovarajuće socijalizacije dece.

Razućenost komunikacione situacije u beogradskim emisijama potvrđuje se i u ostalim podacima o zastupljenosti pojedinih aktera. One se od bečkih

izdvajaju ne samo povećanim brojem aktivnosti nego i smanjenom koncentracijom akcija kod pojedinih aktivnosti. U beogradskim emisijama prisutne su sve kategorije aktivnosti predviđene modelom i njihovi relativni iznosi zastupljenosti veći su u dve trećine slučajeva. Ipak, protumačeni u ravni vernijeg praćenja psihosocijalnog razvoja mladih, podaci o interakcijama potkrepljuju sumnju u primerenost izbora programa dečjim mogućnostima prijema u oba grada, mada, s obzirom na dinamiku i neposrednost ljudskog opštenja, više odgovaraju raznovrsne i komunikaciono bogatije emisije iz Beograda.

Sa psihoanalitičkog i razvojnog aspekta istraživači drže da su ravnomernija podela interakcija usled veće zastupljenosti kategorija aktivnosti i komunikaciono bogatstvo sadržaja u beogradskim emisijama donekle analogni komunikacionoj povezanosti u svakodnevnom životu, pa i da je komunikaciona interakcija više na ceni u Beogradu nego u Beču. Svesni da se problemi u vaspitanju, naravno, ne rešavaju televizijskim programom, istraživači veruju da se poštovanjem adekvatnih identifikacionih modela može izbeći zasićenje problematičnih struktura i pripremati program kojim će se pratiti psihički razvoj deteta.

Autori predočavaju razrađen model komunikacione analize predviđajući primenu i na druge emisije i igrane forme. Time se podrazumeva dovoljna opštost elemenata i kategorija modela, pa bi iz takve univerzalnosti izbor dečjeg programa za verifikaciju bio slučajan, pristrastan po naklonosti za predmet a ne specifikaciji samog modela. Ali kako je teorijsko-metodološka osnova njegova i izvedena dobrim delom upravo za takvu uzrasnu skupinu i kako se dečji program ne definiše samo publikom - koju autori inače stavljaju u prvi plan pozivanjem na zahtev konstruktivne identifikacije - nego i kategorijalnim sistemom aktera i aktivnosti, područje primene se univerzalizuje do granica starosne pripadnosti. Nije jasno kako bi eventualna transformacija modela za proučavanje medijskog sveta odraslih prebrodila napetost prelaska sa forme i matematičkih relacija na

kategorijalna značenja za publiku čija se socijalizacija odvija u drukčijem programskom kontekstu.

Širina primene modela zasniva se na automatizmu, što proističe iz visokog stepena apstrahovanja sadržaja od interpretacije u dimenziji estetskih odlika i kulturno-umetničkog vrednovanja. Ipak, model nije sveden na formu, pošto je ukorenjen u sadržinu komunikacije, koju čine odnosi strukturalnih elemenata i u kojima se organizuje njen opšti smisao, bez obzira na pojedinačna značenja konkretnih veza sižejnih događanja. U tom pogledu se čini pogodnim analizovati igranu programsku tvorevinu, možda, za decu, pojednostavljene fabule. Ali, primarno svojstvo igranog programa sastoji se u njegovim estetsko-umetničkim pretenzijama, ma koliko one bile određene elastičnim medijskim konceptom. Stoga ostaje pitanje da li je moguće razumeti komunikaciju igranog programa bez takvog vrednovanja, koje model ne implicuje, niti preuzima jer, pored njihove transpozicije u ravan medijskih obrazaca i izražajnosti, igrana televizijska tvorevina zadobija svoj status tek posredstvom određenih estetsko-umetničkih kriterija.

No, bitna problematičnost modela ispoljava se u njegovoj instrumentalizaciji za kritiku programske prakse i međukulturalno upoređivanje sa stanovišta punoće i potpunosti komunikacije, kao i efektivnosti i procesualnosti socijalizacije. Zaključke iz empirijske evidencije istraživači često formulišu kao pretpostavke, sa puno ograda i opreznosti, što je pre izraz naučne ozbiljnosti nego stvarnih sumnji. Oni osećaju i uostalom eksplikuju granice svog modela, čijim se prekoračenjem ove pretpostavke, u čiju moguću verifikaciju imaju poverenje, iskazuju samo kao nedovoljno potvrđene. Zahtev za daljom empirijskom evidencijom više je retorički, budući da umesto na eventualno opovrgavanje poziva na odlučnije potvrđivanje. Ocene strukturalnih i kategorijalnih vidova komunikacije u programskim delima imaju za nužno zaokruženje diskusiju o kulturnim odlikama koje, posredovanjem pojma „imanentnog kulturnog izbora” radi analoških interpretacija, povezuju obrasce

kulture i opštenja u medijskom sadržaju i društvenoj sredini. Nesumnjivo je da nam nalazi u korist beogradske televizije prijaju, pa i da se ustanovljene komunikacijsko-kulturne razlike dva medijsko-društvena kruga mogu procenjivati i izvan kvantifikovanih analitičkih postupaka. Ali govorom o svojstvima programa još uvek ostajemo na području fiktivnih dela čija medijska uslovljenost postojanja i prezentacije ne poništava njihova određenja kao tvorevina imaginacije. Njihova analogija sa stvarnošću, dakle društvom i kulturom, osciluje između konvencionalnosti i neizbežnosti. Štaviše, druge stvaralačko-medijske konvencije, operacionalizovane bilo didaktički (kada su deca u pitanju), bilo žanrovski i slično, deformišu eventualnu društveno-kulturnu analogiju. Prema tome i zaključci na njoj zasnovani imaju polazište koje se samo neprestano dokazuje i dovodi u sumnju. Ovu dozvoljenu sumnju autori i nehotice pomeraju prema polju istraživačkih procedura, na kome će je dosta lako i raspršiti.

Naime, nadmoćnost istraživača u teorijsko-metodološkim obrazloženjima, s ležernošću gotovo lakonskih formulacija, protivrečna je odluci da se šire navede istraživačka dokumentacija o signiranju emisija. Sama sažetost obrazloženja i istraživačkih razmatranja jedna je od prednosti knjige. Nema nepotrebnih ponavljanja, sa opštim mestima i poznatim citatima. Racionalnost u izlaganju ideja i polazišta dovedena je do jezgrovitosti i strogosti naučnog opštenja, čak i po cenu da neki matematički, psihoanalitički i strukturalistički navodi nisu bliski čitaocu, u kakve se ubraja i pisac ovog prikaza. Prepuštanje dela prostora dokumentaciji, čini se predupređuje bezrazložni upit o ispravnosti analitičkih procedura i tumačenje empirijske građe.

Slobodan Canić

Gordana Mavrić
BIBLIOGRAFIJA

časopisa „RTV - teorija i praksa”
od broja 51-52 do broja 59-60

UVODNE NAPOMENE

Određenja pojmovne i klasifikacione aparature uspostavljena u Uvodnim napomenama Bibliografije 1975-1985. ovog časopisa (br. 41) i dopunjena u bibliografskom pregledu brojeva 42-50 (br. 51-52) dosledno se primenjuju u „obradi” tekstova od dvobroja 51-52 do 59-60. Pošto smo prihvatili razrađen i primenjen klasifikacioni model predmetnih grupa i podgrupa i načelo raspoređivanja tekstova po preovlađujućoj predmetnoj usmerenosti, nećemo se zadržavati na eksplikaciji modela.

Međutim, već u postavci predmetnog registra naglasili smo da se ne opredeljujemo za zatvoren klasifikacioni sistem, već da postavljamo otvorenu strukturu koja treba da prati, kako u suštini ekstenzivnu i fleksibilnu uređivačku politiku, tako i pomeranje težišta teorijskog, stručnog pa i prakseološkog izraza na stranicama časopisa.

Dinamičko praćenje predmetne usmerenosti napisa u časopisu iz protekle dve godine omogućilo nam je da uočimo, na izvestan način, dve preovlađujuće tendencije, samo na prvi pogled protivurečne, a uslovno nazvane „globalizacija” (u pristupu komunikacijskim procesima i razmatranim aspektima medijskog iskustva i pravaca razvoja) i „lokalizacija”

(paralelni interes za radio i televizijske stanice manje snage i specifičnih funkcija). Predmetno određenje napisa prve grupe bilo je moguće u okviru postojeće strukture registra, dok smo za drugu „otvorili” posebnu, novu grupu i nazvali je LOKALNA RADIO-DIFUZIJA (XX). U njoj će naći svoje mesto tekstovi koji iz bilo kog aspekta obrađuju problematiku radio i TV stanica lokalnog (odnosno gradskog ili regionalnog) usmerenja.

Na 1566 stranica poslednjih deset brojeva časopisa objavljeno je 116 napisa na kojima je bilo angažovano čak 114 autora.

PREDMETNI BIBLIOGRAFSKI PREGLED

C. 12.12.1942 - U. 1942/1943

1. RADONJIC, Mirislav

OPREMA I RADIJE U ZVUKU, Srpska Hronika i
kultorna misl, Beograd-Novi Sad, Zvezdica dečje
kult. 1942. Priloge „Pet godina starostne radije“
izdaje Narodni Proljetak - 1942, br. 33, str.
231-232.

2. ČAJEVSKI, Rado

TELEFONIRANJE VESTIMA. Prevod s engleskog
Mila R. Žilavski. 1939, br. 53-56, str. 159-190.
(Pregled i vidi i Vlasti poslovanje)

3. DOŠKOVIC, Miro

RADIO-DRAMA KAO UMETNOST RADIJA.
1939, br. 57, str. 7-20.

4. OSTALI TEKSTOVI KOJI SE ODnose NA RADIO I DRAMU

5. LADJAL, Radoslav

POETIKA RADIO-DRAME I DRUGA DELA - 1939,
br. 52, str. 111-112. (Pregled i vidi i
Radio i dr. Aleksandrović Obilježeno)

I. DRAMA NA RADIJU I TELEVIZIJI

C. IZ DRAMA - O DRAMAMA

1. RADONJIĆ, Miroslav

OPREDMEĆENI ZVUK, Srpska čitaonica i knjižnica Irig, Radio-Noví Sad, Zmajevé dečje igre, 1988. Prikaz „Pet godina slušanja radija” sačinio Radomir Putnik - 1988, br. 53, str. 251-253.

2. ČAJEVSKI, Pedi

TELEVIZIJSKA VEŠTINA. Preveo s engleskog Milan N. Živković - 1989, br. 55-56, str. 189-196. (Predgovor TV drami *Veliki poduhvat*)

3. ĐORĐEVIĆ, Mira

RADIO-DRAMA KAO UMETNOST RADIJA - 1989, br. 57, str. 7-20.

D. OSTALI TEKSTOVI KOJI SE ODOSE NA RADIO I TV DRAMU

4. LAZIĆ, Radoslav

POETIKA RADIO-DRAMSKOG DELA - 1988, br. 53, str. 115-131. (Razgovor sa književnikom i rediteljem Aleksandrom Obrenovićem)

5. ĐURĐEVIĆ, Đorđe

NEPREKIDNA STVARALAČKA ŽETVA -
1990, br. 58, str. 21-27.

6. LAZIĆ, Radoslav

POETIKA RADIO-DRAME - 1990, br. 58, str.
125-130. (Razgovor sa Borislavom Mrkšićem,
rediteljem i dramaturgom)



II. ELEMENTI REALIZACIJE DELA

B. TV REŽIJA

1. LAZIĆ, Radoslav

TELEVIZIJSKA REŽIJA I NJENA ESTETIKA
- 1989, br. 55-56, str. 179-188. (Razgovor s
televizijskim rediteljem Stankom Crnobrnjom)

C. REŽIJA U VIŠE MEDIJA

2. LAZIĆ, Radoslav

FENOMEN REŽIJE. U TRAGANJU ZA
ESTETIKOM REŽIJE, Književna zajednica,
Novi Sad, 1988, str.151. Prikaz „O režiji” sačinio
Srđan Šerer - 1989, br. 55-56, str. 235-238.

D. OSTALI ELEMENTI REALIZACIJE DELA

3. LAZIĆ, Radoslav

ESTETIKA RADIO-DRAMATURGIJE I
REŽIJE. Prevela sa slovenačkog Miljenka
Vitezović - 1989, br. 54, str. 193-207. (Razgovor s
rediteljem i dramaturgom Radio-Ljubljane
Igorom Likarom)

IV. JEZIK I GOVOR NA RTV

1. DAMJANOVIĆ, Ratomir

JEZIK KOJI GOVORIMO NA RADIJU - 1988,
br. 53, str. 39-56.

2. ANTONIĆ, Ivana

JEZIČKE OSOBENOSTI JEDNOG TIP
INFORMATIVNOG TEKSTA - 1990, br. 59-60,
str. 71-99.



V. ISPITIVANJA

A. ISPITIVANJA

1. MAVRIĆ, Gordana

DVA PRISTUPA ISTOM PODATKU:
„RELATIVNA ZASTUPLJENOST” I „ODZIV”
- 1988, br. 51-52, str. 112-122.

2. KRAJINOVIĆ, Vanda

REAKCIJE GLEDALACA U BRITANIJ I
FRANCUSKOJ NA PROCES PROMENA KA
EVROPSKOJ SATELITSKOJ TELEVIZIJI -
1988, br. 51-52, str. 123-136.

3. SIMPSON, Philip

PARENTS TALKING TELEVISION, Comedia
Publishing Group, London, 1987. Prikaz
„Televizija u britanskoj porodici” sačinio
Slobodan Canić - 1988, br. 51-52, str. 157-159.

4. MURATOV, Sergej

O TAKTU I TAKTICI NA TELEVIZIJI. Prevela
s ruskog Milica Glumac-Radnović - 1988, br. 53,
str. 95-111.

5. KRAJINOVIĆ, Vanda

TELEVIZIJSKO ISTRAŽIVANJE I
PROGRAMIRANJE KOD NAS - 1988, br. 53,
str. 169-182.

6. DIRAN, Žak

ISTRAŽIVANJA BEZ GRANICA - EVROPSKI
TV AUDITORIJ. Prevela s francuskog Mira Kun
- 1989, br. 55-56, str. 83-95.

7. MILJKOVIĆ, Ljubinko

IMPLICITNO I EKSPPLICITNO U
ISTRAŽIVANJU AUDITORIJUMA - 1989, br.
55-56, str. 159-164.

8. PERKOVIĆ, Nevenka

RAZVOJ RTV MEDIJA I ISTRAŽIVANJA U
EVROPI - 1989, br. 55-56, str. 165-175.

9. PLAVŠIĆ, Prvoslav S.

SVETSKI PROGRAM ZA DOMAĆE
GLEDAOCE - 1990, br. 59-60, str. 25-37.

10. KUN, Mira

PROGRAMSKA ISTRAŽIVANJA
SATELITSKE RADIO-DIFUZIJE U RTB -
1990, br. 59-60, str. 38-46.

11. PERKOVIĆ, Nevenka

UČEŠĆE ŽENA U EMISIJAMA
„AKTUELNOSTI” TELEVIZIJE BEOGRAD -
1990, br. 59-60, str. 100-107.

12. MILJKOVIĆ, Ljubinko

MOGUĆNOSTI ANALIZE ISKAZIVANJA
PODATAKA SONDAŽE - 1990, br. 59-60, str.
108-120.

VI. IZ ISTORIJE RADIO-TELEVIZIJE

A. IZ ISTORIJE RADIJA

1. SAMARDŽIĆ, Mirjana

„DIAPAZON”. Priredila Ružica Varda - 1988,
br. 53, str. 233-242. (Emisija „Diapazon
Slobodana Selenića”)

2. KONSTANTINOVIĆ, Radomir

„LIPTONOV ČAJ”. Priredila Ružica Varda -
1989, br. 54, str. 208-232.

3. JOVANOVIĆ, Arsenije i DEPOLO, Neda

„LAŽA I PARALAŽA NOĆI”. Priredila Ružica
Varda - 1990, br. 59-60, str. 181-210.

B. IZ ISTORIJE TELEVIZIJE

4. REDAKCIJA

ŠTA SMO OD TELEVIZIJE OČEKIVALI I
ŠTA NAM JE ONA DALA. Anketu vodila Ana
Šomlo - 1988, br. 51-52, str. 10-37. (U anketi
učestvovali: Svetolik Mitić, Firdus Džinić, Žika
Bogdanović, Mario Faneli, Jovan Šćekić, Jelašin
Sinovec, Željko Marjanović, Rajko Cerović, Pero

Radović, Ildi Ivanji, Jelisaveta-Beti Gobecki,
Stanko Crnobrnja, Eleonora Prohić i Raša
Popov)

5. CRNOBRNJA, Stanko

TEORIJA PRVE TELEVIZIJSKE
GENERACIJE - 1988, br. 51-52, str. 53-64.

6. IVIĆ, Petar

TELEVIZIJA U SFERI PRAVA - 1988, br.
51-52, str. 86-94.

7. ĐUKIĆ, Radivoje-Lola

SKLEROTIČNI MEMOARI, Novo delo,
Beograd, 1987. Prikaz „Sklerotični memoari
reditelja” sačinio Radoslav Lazić - 1988, br.
51-52, str. 160-162.

8. SIMIĆ-MITROVIĆ, Darinka

„PAD BASTILJE”. Priredila Ružica Varda -
1989, br. 55-56, str. 199-217.

9. LUKIĆ, Lika

„UČESNIK I SVEDOK”. Priredila Ružica Varda
- 1989, br. 57, str. 161-180. (Učesnik emisije je
Kosta Andeli Radovani)

10. ANDRIĆ, Vladimir

„DAJ MI KRILA JEDAN KRUG”. Priredila
Ružica Varda - 1990, br. 58, str. 133-165.



VII. KOMUNIKOLOGIJA

A. TEKSTOVI IZ OBLASTI KOMUNIKOLOGIJE

1. SPLIHAL, Slavko

RADIO KAO SREDSTVO KOMUNIKACIJE -
1988, br. 53, str. 7-24.

2. KORAĆ, Nada

VIZUELNI MEDIJI I RAZVOJ MIŠLJENJA:
POGLED U BUDUĆNOST - 1988, br. 53, str.
135-149.

3. ĐORĐEVIĆ, Toma

KOMUNIKACIJA - MEHANIZAM
OBLIKOVANJA MOTIVACIJA ZA RAD -
1989, br. 54, str. 134-143.

4. KRAJINOVIĆ, Vanda

NOVINARSTVO I JAVNA SFERA U NOVOM
MEDIJSKOM DOBU - 1989, br. 54, str. 144-149.

5. TOPOLOVAČKI, Milan

PRED SLIKOM VREMENA, TRAKTAT O
TELEVIZIJI, Biblioteka RTV - teorija i praksa,
Beograd, 1988. Prikaz „O televiziji - televizično”
sačinio Mario Plenković - 1989, br. 54, str.
233-236.

6. TOPOLOVAČKI, Milan

PRED SLIKOM VREMENA, TRAKTAT O
TELEVIZIJI, Biblioteka RTV - teorija i praksa,
Beograd 1988. Prikaz „Milan Topolovački 'Pred
slikom vremena'” sačinio Radomir Životić -
1989, br. 54, str. 237-243.

7. KRSMANOVIĆ, Vlatka

KOMUNIKACIJSKE PERSPEKTIVE RADIJA
- 1989, br. 55-56, str. 7-21.

8. STANOJEVIĆ, Borislav

TELEVIZIJA I STVARNOST - 1989, br. 55-56,
str. 109-115.

9. KRAJINOVIĆ, Vanda

DEKLARACIJA PRAVA EVROPSKIH TV
GLEDALACA - 1989, br. 55-56, str. 131-145.
(Eureka TV gledalaca, Pariz, septembar 89)

10. DŽINIĆ, Firdus

NOVI VIDEO-MEDIJI I PONAŠANJE
TELEVIZIJSKE PUBLIKE - 1989, br. 55-56, str.
146-156.

11. TREJSI, Majkl

POPULARNA KULTURA I EKONOMIJA
GLOBALNE TELEVIZIJE. Prevela s engleskog
Julija Vučić - 1989, br. 57, str. 45-85.

12. NEMANJIĆ, Miloš

PAKT ZA BUDUĆNOST - 1989, br. 57, str.
183-191. (Ekonomija, kultura i komunikacije u
sinтеzi)

13. STANKOV, Siniša

ISKUŠENJA MEDIJSKOG VREMENA - 1990,
br. 58, str. 48-67.

14. PLENKOVIĆ, Mario

SAVREMENA RADIO-TELEVIZIJSKA
RETORIKA, Stvarnost, Zagreb, 1989, str.229.

Prikaz „Efikasnost dijaloških žanrova” sačinio
Marko Sapunar - 1990, br. 58, str. 172-176.

15. FRISEN, Valerija

„TEŠKO” GLEDANJE KAO DRUŠTVENI
ČIN. Izabrala i prevela s engleskog Nevenka
Perković - 1990, br. 59-60, str. 47-68.

16. KRAJINOVIĆ, Vanda

TEORIJSKI OKVIRI POJMA MEDIJSKE
„POPULARNE KULTURE” - 1990, br. 59-60,
str. 123-139.

17. VREG, France

DEMOKRATIČNO KOMUNICIRANJE,
Založba Obzorja, Maribor, 1990, str. 348. Prikaz
„Komunikacija po mjeri pluralističkog društva”
sačinio Mario Plenković - 1990, br. 59-60, str.
213-217.

B. PRIKAZI ČASOPISA

18. *

„INTER MEDIA”, br.3, London, 1988. Prikaz
sačinila Julija Vučić - 1988, br. 51-52, str.
163-164.

19. *

„RTV - TEORIJA I PRAKSA” NA
ENGLESKOM JEZIKU, BR. 3. Prikaz
specijalnog izdanja sačinila Julija Vučić - 1988,
br. 53, str. 254-255.

20. *

„PRZEKAZY I OPINIE”, jul-decembar, 1988,
br. 3-4 (53-54). Prikaz sačinila Ljubica Rosić -
1989, br. 55-56, str. 239-245.

VIII. KOMUNIKOLOGIJA U SFRJ

D. OSTALI TEKSTOVI O KOMUNIKOLOGIJU U SFRJ

1. PLAVŠIĆ, Prvoslav S.

PEDESET BROJEVA ČASOPISA „RTV -
TEORIJA I PRAKSA” - 1988, br. 51-52, str. 5-9.
(Izlaganje na svečanosti povodom izlaska
jubilarnog broja časopisa 14. novembra 1988.
godine u Centru RTB za istraživanje)

2. MAVRIĆ, Gordana

BIBLIOGRAFIJA ČASOPISA „RTV -
TEORIJA I PRAKSA” OD BROJA 42 DO
BROJA 50 - 1988, br. 51-52, str. 165-228.

3. PLENKOVIĆ, Mario

PRILOG STRUKTURIRANJU
KOMUNIKOLOGIJE U JUGOSLAVIJI - 1989,
br. 57, str. 89-99.



IX. RAZGOVORI SA RTV STVARAOCIMA

1. ŠOMLO, Ana

BITI I OPSTATI NA TELEVIZIJI - 1988, br.
51-52, str. 149-156.



X. RTV ESTETIKA

1. BALVANOVIĆ, Vladimir

TELEVIZIJSKE PERSPEKTIVE. Izabrao i priredio Radoslav Lazić - 1988, br. 51-52, str. 38-52.

2. LAZIĆ, Radoslav

RADIOFONSKA ESTETIKA,
DRAMATURGIJA I REŽIJA - 1990, br. 59-60,
str. 149-164. (Razgovor sa Mirom Đorđević,
profesorom Filozofskog fakulteta u Sarajevu)

3. LUKIĆ, Sveta

NOVI MEDIJI - NOVA UMETNOST, Sloboda,
Beograd, 1989. Prikaz „Sažimanje medija”
sačinila Ana Šomlo - 1990, br. 58, str. 169-171.



XI. RTV I MUZIKA

B. TELEVIZIJA I MUZIKA

1. STANOJEVIĆ, Borislav

MISIJA TELEVIZIJE: OPERA ILI OPERETA -
1990, br. 58, str. 41-47.

C. OSTALI TEKSTOVI O MUZICI

2. SIMIĆ-MITROVIĆ, Darinka

DA CAPO ALL INFINITO, Radio-Beograd,
Beograd, 1988. Prikaz „Kapitalni historijski
dokument” sačinio Mario Plenković - 1988, br.
53, str. 245-246.

3. SIMIĆ-MITROVIĆ, Darinka

DA CAPO ALL INFINITO, Radio-Beograd,
Beograd, 1988. Prikaz „Još jedan uspešan korak”
sačinio Srđan Barić - 1988, br. 53, str. 247-250.

XII. RTV I OBRAZOVANJE

A. RTV U OBRAZOVANJU I NASTAVI

1. KOVAČ, Jelena

RADIO-DRAMA U NASTAVI - 1988, br. 53,
str. 57-64.



XIII. RTV I UMETNOST

A. TELEVIZIJA I FILM

1. ZAJC, Melita

TELEVIZIJA I FILM OSAMDESETIH.

Priredio Radoslav Lazić. Prevela sa slovenačkog
Miljenka Vitezović - 1988, br. 51-52, str. 78-85.

2. DAKOVIĆ, Nevena

SOCIOLOŠKI I ESTETIČKI ASPEKTI

RECEPCIJE FILMA - 1988, br. 53, str. 150-161.

3. STANKOV, Siniša

SINKRETIČKO I MEDIJSKO - 1989, br. 55-56,
str. 96-108.

4. VALIĆ, Dubravka

SOCIO-POLITIKOLOŠKE IMPLIKACIJE

FILMSKOG MEDIJA - 1989, br. 57, str. 99-113.

C. TELEVIZIJA I POZORIŠTE

5. LAZIĆ, Radoslav

O MULTIMEDIJALNOJ UMETNOSTI - 1989,
br. 57, str. 131-141.

D. OSTALI TEKSTOVI O RTV I UMETNOSTI

6. BOŽILOVIĆ, Nikola

KREATIVNO RAZMIMOILAŽENJE FILMA,
POZORIŠTA I TELEVIZIJE - 1988, br. 51-52,
str. 137-148.

7. BARONIĆ, Vartkes

„VIDEO-DANCE 88” - 1988, br. 53, str.
228-230. (Prvi međunarodni festival
video-koreografije, Nim, oktobar 1988)

8. KOŽUL, Ljubinko

TV LICA, Biblioteka RTV - teorija i praksa,
Beograd, 1989. Prikaz „Televizijska ikonografija”
sačinio Radoslav Lazić - 1989, br. 55-56, str.
232-234.

9. KRAJINOVIĆ, Vanda

PROMENE U PREDSTAVLJANJU
UMETNIKA I UMETNOSTI U MASOVNIM
MEDIJIMA - 1990, br. 58, str. 101-107.



XV. RTV TEHNOLOGIJA

E. OSTALI TEKSTOVI O RTV TEHNOLOGIJI

1. TODOROVIĆ, Aleksandar

MAGNETOSKOPI DANAS - FORMATI I
DILEME - 1988, br. 51-52, str. 95-111.

2. KOJOVIĆ, Milutin

PRENOS SIGNALA RADIO-DIFUZNIM
PROGRAMA U ŠIROKOPOJASNIM
KOMUNIKACIONIM MREŽAMA SA
INTEGRISANIM SERVISIMA - 1989, br. 54,
str. 150-159.

3. ŠESTERIKOV, Borislav

MAC/PAKET ZA DBS SERVIS - 1989, br. 54,
str. 160-170.

4. ŠESTERIKOV, Borislav

EVOLUCIJA TELEVIZIJE VISOKE
DEFINICIJE - 1989, br. 55-56, str. 116-128.

5. FLORNOJ, Don i NEDELJKOVIĆ, Mihajlo

ALTERNATIVNE RADIO-DIFUZNE
TEHNOLOGIJE - 1989, br. 57, str. 145-150.

6. IGNJATOVIĆ, Zdravko
SVETLOST KAO VIZUELNA
KOMPONENTA TELEVIZIJSKOG MEDIJA -
1989, br. 57, str. 151-157.
7. TOPALOVIĆ, Milan
KOMPOZITNI ILI KOMPONENTNI STUDIO
- 1990, br. 58, str. 111-121.
8. ŠESTERIKOV, Borislav
AUTOMATSKO SNIMANJE
TELEVIZIJSKOG PROGRAMA NA
VIDEO-RIKORDERU - 1990, br. 59-60, str.
143-146.



XVI. RTV U SVETU

1. RADOJKOVIĆ, Miroljub
DEREGULACIJA RTV MREŽA U EVROPI -
1988, br. 51-52, str. 65-77.
2. ŠČEKIĆ, Jakša
EVROPA PRELAZI NA TV SATELITE - 1988,
br. 53, str. 79-89.
3. JOVANOVIĆ, Raško V.
FRANCUSKI RADIO DANAS - 1989, br. 55-56,
str. 35-47.
4. NEDELJKOVIĆ, Mihajlo
TELEVIZIJA I NOVI MEDIJI U JAPANU -
1990, br. 58, str. 68-86.



XVII. VREDNOVANJE I TENDENCIJE U RAZVOJU MEDIJA

A. SA DOMAĆIH I MEĐUNARODNIH RTV FESTIVALA

1. MALAVRAZIĆ, Đorđe
„PRIX ITALIA” - 1988, br. 53, str. 219-227.
2. MALAVRAZIĆ, Đorđe
„PRIX ITALIA” '89 - 1989, br. 57, str. 192-204.
3. ĆIRIĆ, Emina
NEUM 90 - U POTRAZI ZA IDENTITETOM -
1990, br. 58, str. 31-40.
4. MALAVRAZIĆ, Đorđe
„PRIX ITALIA” 1990 - 1990, br. 59-60, str.
167-178.

D. TENDENCIJE U RAZVOJU MEDIJA

5. REDAKCIJA

RAZVOJ RADIJA - RAZGOVOR NA
OHRIDU 89. Priredio Mihailo Tošić - 1989, br.
54, str. 5-34. (U razgovoru za Okruglim stolom o
razvoju radija učestvovali: Igor Savić, Nada

Pašić, Čedo Pecelj, Mihailo Tošić, Aleksandar
Mlač, Živko Nedelkovski, Zoran Udovičić i
Ratomir Damjanović)

6. JAKUBOVIČ, Karol

GLEĐANJE U KRISTALNU KUGLU: RADIO
U NOVOJ MEDIJSKOJ ERI. Prevele s
engleskog Julija Vučić i Danica Dobrosavljević -
1989, br. 54, str. 35-59.



XVIII. STRUKTURA RTV PROGRAMA

A. O PROGRAMIMA

1. DANILOVIĆ, Blagoje
KORIŠĆENJE ZVANIČNIH SAOPŠTENJA -
1988, br. 53, str. 90-94.
2. SILOBRČIĆ, Dobroslav
DIJALOŠKI NOVINARSKI ŽANROVI na
radiju i televiziji - 1988, br. 53, str. 161-166.
3. JOVANOVIĆ, Raško
DRUGI FESTIVAL DOKUMENTARNE
RADIOFONIJE (FEDOR) U BEOGRADU -
1989, br. 54, str. 67-81.
4. OTAŠEVIĆ, Branka
NAŠA TELEVIZIJA NA PRAGU
DEVEDESETIH - 1989, br. 54, str. 91-103.



5. SILOBRČIĆ, Dobroslav

TELEVIZIJSKI INTERVJU - 1989, br. 54, str. 104-116.

6. OBRADOVIĆ, Daniela

BRAZILSKA TV NOVELA NA
JUGOSLOVENSKOJ TELEVIZIJI - 1989, br. 54, str. 117-123.

7. KOŠNIČAR, Sofija

MUZIČKI VIDEO-SPOT U PROGRAMU
TELEVIZIJE - 1989, br. 54, str. 171-192.

B. O EMISIJAMA

8. JOVANOVIĆ, Raško V.

DOGAĐAJI NA RADIO-TALASIMA (VII) -
1988, br. 53, str. 65-75.

9. PEČAUER, Marko

PROZOR U SVET POLITIČKOG - 1988, br. 53,
str. 183-205. (Konstrukcija realnosti u
austrijskom, italijanskom i slovenačkom TV
dnevniku)

10. STEFANOVIĆ, Ivana

O DELU „LINGUA /PHONIA/ PATRIA” -
1989, br. 54, str. 60-66.

11. DANILOVIĆ, Blagoje

TELEVIZIJSKI DNEVNICI U ZAMCI
DEZINFORMACIJE I PATETIKE - 1989, br. 54, str. 124-133.

12. ĐURĐEVIĆ, Đorđe

KOLOPLETI GOVORA I ZVUKA (I) - 1989,
br. 55-56, str. 22-34.

13. ĐURĐEVIĆ, Đorđe

KOLOPLETI GOVORA I ZVUKA (II) - 1989,
br. 57, str. 28-42.

14. TURČAN, Jaroslav
„ŠVENK” TELEVIZIJE NOVI SAD - 1989, br.
57, str. 117-127.
15. JOVANOVIĆ, Raško
DOGAĐAJI NA RADIO-TALASIMA (VIII) -
1990, br. 58, str. 7-20.
16. TURČAN, Jaroslav
EMISIJA „ŽIVETI BEZBEDNO” TELEVIZIJE
NOVI SAD - 1990, br. 58, str. 89-98.
17. ĐURĐEVIĆ, Đorđe
KOLOPLETI GOVORA I ZVUKA (III) - 1990
br. 59-60, str. 7-22.



1. PLENKOVIĆ, Mario

GRADSKI RADIO: DA ILI NE - 1988, br. 53,
str. 25-38.

2. ĐURĐEVIĆ, Đorđe

FESTIVALSKA LICA I NALIČJA - 1988, br. 53,
str. 209-212. (O emisijama sa Devetog festivala
Udruženih radio-stanica Srbije)

3. SLAVKOVIĆ, Dušan

KVAZINOVINARSTVO I
KVAZILITERATURA - 1988, br. 53, str.
213-218. (O emisijama sa Devetog festivala
Udruženih radio-stanica Srbije)

4. ŠULMAN, Mark

RADIO I KULTURNI IDENTITET:
ZAJEDNICA I KOMUNIKACIJA U
HARLEMU, SAD. Prevela s engleskog Julija
Vučić - 1989, br. 55-56, str. 48-80.

5. PINTO, Rikardo

EROTIČAN SISTEM. Prevela s engleskog Julija
Vučić - 1989, br. 57, str. 21-27. (Lokalne
radio-stanice i budućnost koja ih čeka)

XXI. OSTALI TEKSTOVI

B. OSTALI TEKSTOVI O RADIJU

1. BJELAJAC, Branko

ZNAČAJ ORGANIZATORA NA RADIJU -
1989, br. 54, str. 82-90.

C. OSTALI TEKSTOVI

2. DAKOVIĆ, Nevena

PRVA EVROPSKA LETNJA FILMSKA
ŠKOLA - 1989, br. 55-56, str. 221-225.

3. GRUPA AUTORA

ELEKTRONSKO NEBO BEOGRADA,
Istraživački tim Arhitektonskog fakulteta,
Beograd, 1988. Prikaz „Komunikacije i prostor”
sačinio Vladimir A. Milić - 1989, br. 55-56, str.
229-231.



ABC REGISTAR AUTORA

ANDELI RADOVANI, Nikša

1983, br. 37, str. 167-180 (VI B*);

ANDRIĆ, Vladimir

1990, br. 58, str. 123-165 (VI B);

ANTONIĆ, Toma

1990, br. 59-60, str. 71-89 (TV);

BALVANOVIC, Vladimir

1988, br. 51-52, str. 38-52 (X);

BARIC, Stasa

1988, br. 53, str. 247-250 (XI C);

BARONJAN, Vasko

1988, br. 53, str. 228-230 (XIII D);

BELAJAC, Boris

1988, br. 54, str. 82-90 (XXI C);

BODANOVIC, Tasa

1982, br. 51-52, str. 17-18 (VI B*);

BOZIC, Vuk

1988, br. 51-52, str. 137-148 (XII D);

CANIC, Miroslav

1988, br. 51-52, str. 157-179 (V A2);



ANĐELI RADOVANI, Kosta

1989, br. 57, str. 161-180 (VI B*);

ANDRIĆ, Vladimir

1990, br. 58, str. 133-165 (VI B);

ANTONIĆ, Ivana

1990, br. 59-60, str. 71-99 (IV);



BALVANOVIĆ, Vladimir

1988, br. 51-52, str. 38-52 (X);

BARIĆ, Srđan

1988, br. 53, str. 247-250 (XI C);

BARONIJAN, Vartkes

1988, br. 53, str. 228-230 (XIII D);

BJELAJAC, Branko

1989, br. 54, str. 82-90 (XXI C);

BOGDANOVIĆ, Žika

1988, br. 51-52, str. 17-18 (VI B*);

BOŽILOVIĆ, Nikola

1988, br. 51-52, str. 137-148 (XIII D);



CANIĆ, Slobodan

1988, br. 51-52, str. 157-159 (V A);

CEROVIĆ, Rajko

1988, br. 51-52, str. 23-25 (VI B*);

CRNOBRNJA, Stanko

1988, br. 51-52, str. 31-32 (VI B*);

1988, br. 51-52, str. 53-64 (VI B);

1989, br. 55-56, str. 179-188 (II B*);



ĆIRIĆ, Emina

1990, br. 58, str. 31-40 (XVII A);



ČAJEVSKI, Pedi

1989, br. 55-56, str. 189-196 (I C);



DAKOVIĆ, Nevena

1988, br. 53, str. 150-161 (XIII A);

1989, br. 55-56, str. 221-225 (XXI C);

DAMJANOVIĆ, Ratomir

1988, br. 53, str. 39-56 (IV);

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

DANILOVIĆ, Blagoje

1988, br. 53, str. 90-94 (XVIII A);

1989, br. 54, str. 124-133 (XVIII B);

DEPOLO, Neda

1990, br. 59-60, str. 181-210 (VI A);

DIRAN, Žak

1989, br. 55-56, str. 83-95 (V A);

DOBROSAVLJEVIĆ, Danica

1989, br. 54, str. 35-59 (XVII D*);



ĐORĐEVIĆ, Mira

1989, br. 57, str. 7-20 (I C);

1990, br. 59-60, str. 149-164 (X*);

ĐORĐEVIĆ, Toma

1989, br. 54, str. 134-143 (VII A);

ĐUKIĆ, Radivoje-Lola

1988, br. 51-52, str. 160-162 (VI A*);

ĐURĐEVIĆ, Đorđe

1988, br. 53, str. 209-212 (XX);

1989, br. 55-56, str. 22-34 (XVIII B);

1989, br. 57, str. 28-42 (XVIII B);

1990, br. 58, str. 21-27 (I D);

1990, br. 59-60, str. 7-22 (XVIII B);



DŽINIĆ, Firdus

1988, br. 51-52, str. 16-17 (VI B*);

1989, br. 55-56, str. 146-156 (VII A);



FANELI, Mario

1988, br. 51-52, str. 18-19 (VI B*);

FLORNOJ, Don

1989, br. 57, str. 145-150 (XV E);

FRISEN, Valerija

1990, br. 59-60, str. 47-68 (VII A);



GLUMAC-RADNOVIĆ, Milica

1988, br. 53, str. 95-111 (V A*);

GOBECKI, Jelisaveta-Beti

1988, br. 51-52, str. 30-31 (VI B*);

GRUPA AUTORA

1989, br. 55-56, str. 229-231 (XXI C*);



IGNJATOVIĆ, Zdravko

1989, br. 57, str. 151-157 (XV E);

IVANJI, Ildi

1988, br. 51-52, str. 27-30 (VI B*);

1988, br. 53, str. 233-242 (VI A*);

IVIĆ, Petar

1988, br. 51-52, str. 86-94 (VI B);



JAKUBOVIČ, Karol

1989, br. 54, str. 35-59 (XVII D);

JOVANOVIĆ, Arsenije

1990, br. 59-60, str. 181-210 (VI A);

JOVANOVIĆ, Raško

1988, br. 53, str. 65-75 (XVIII B);

1989, br. 54, str. 67-81 (XVIII A);

1989, br. 55-56, str. 35-47 (XVI);

1990, br. 58, str. 7-20 (XVIII B);



KOJOVIĆ, Milutin

1989, br. 54, str. 150-159 (XV E);

KONSTANTINOVIĆ, Radomir

1989, br. 54, str. 208-232 (VI A);

KORAĆ, Nada

1988, br. 53, str. 135-149 (VII A);

KOŠNIČAR, Sofija

1989, br. 54, str. 171-192 (XVIII A);

KOVAČ, Jelena

1988, br. 53, str. 57-64 (XII A);

KOŽUL, Ljubinko

1989, br. 55-56, str. 232-234 (XIII D*);

KRAJINOVIĆ, Vanda

1988, br. 51-52, str. 123-136 (V A);

1988, br. 53, str. 169-182 (V A);

1989, br. 54, str. 144-149 (VII A);

1989, br. 55-56, str. 131-145 (VII B);

1990, br. 58, str. 101-107 (XIII D);
1990, br. 59-60, str. 123-139 (VII A);

KRSMANOVIĆ, Vlatka

1989, br. 55-56, str. 7-21 (VII A);

KUN, Mira

1989, br. 55-56, str. 83-95 (V A*);

1990, br. 59-60, str. 38-46 (V A);



LAZIĆ, Radoslav

1988, br. 51-52, str. 38-52 (X A*);

1988, br. 51-52, str. 78-85 (XIII A*);

1988, br. 51-52, str. 160-162 (VI A);

1988, br. 53, str. 115-131 (I D);

1989, br. 54, str. 193-207 (II D);

1989, br. 55-56, str. 179-188 (II B);

1989, br. 55-56, str. 232-234 (XIII D);

1989, br. 55-56, str. 235-238 (II C*);

1989, br. 57, str. 131-141 (XIII C);

1990, br. 58, str. 125-130 (I D);

1990, br. 59-60, str. 149-164 (X);

LIKAR, Igor

1989, br. 54, str. 193-207 (II D);

LUKIĆ, Lika

1989, br. 57, str. 161-180 (VI B);

LUKIĆ, Sveta

1990, br. 58, str. 169-171 (X*);



MALAVRAZIĆ, Đorđe

1988, br. 53, str. 219-227 (XVII A);

1989, br. 57, str. 192-204 (XVII A);

1990, br. 59-60, str. 167-178 (XVII A);

MARJANOVIĆ, Željko

1988, br. 51-52, str. 22-23 (VI B*);

MAVRIĆ, Gordana

1988, br. 51-52, str. 112-122 (V A);

1988, br. 51-52, str. 165-228 (VIII D);

MILIĆ, Vladimir A.

1989, br. 55-56, str. 229-231 (XXI C);

MILJKOVIĆ, Ljubinko

1989, br. 55-56, str. 159-164 (V A);

1990, br. 59-60, str. 108-120 (V A);

MITIĆ, Svetolik

1988, br. 51-52, str. 11-16 (VI B*);

MLAČ, Aleksandar

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

MRKŠIĆ, Borislav

1990, br. 58, str. 125-130 (I D*);

MURATOV, Sergej

1988, br. 53, str. 95-111 (V A);



NEDELKOVSKI, Živko

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

NEDELJKOVIĆ, Mihajlo

1989, br. 57, str. 145-150 (XV E);

1990, br. 58, str. 68-86 (XVI);

NEMANJIĆ, Miloš

1989, br. 57, str. 183-191 (VII A);



OBRADOVIĆ, Daniela

1989, br. 54, str. 117-123 (XVIII A);

OBRENOVIĆ, Aleksandar

1988, br. 53, str. 115-131 (I D*);

OTAŠEVIĆ, Branka

1989, br. 54, str. 91-103 (XVIII A);



PAŠIĆ, Nada

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

PECELJ, Čedo

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

PEČAUER, Marko

1988, br. 53, str. 183-205 (XVIII B);

PERKOVIĆ, Nevenka

1989, br. 55-56, str. 165-175 (V A);

1990, br. 59-60, str. 47-68 (VII A*);

1990, br. 59-60, str. 100-107 (V A);

PINTO, Rikardo

1989, br. 57, str. 21-27 (XX);

PLAVŠIĆ, Prvoslav S.

1988, br. 51-52, str. 5-9 (VIII D);

1990, br. 59-60, str. 25-37 (V A);

PLENKOVIĆ, Mario

1988, br. 53, str. 25-38 (XX);

1988, br. 53, str. 245-246 (XI C);

1989, br. 54, str. 233-236 (VII A);

1989, br. 57, str. 89-99 (VIII D);

1990, br. 58, str. 172-176 (VII A*);

1990, br. 59-60, str. 213-217 (VII A);

POPOV, Raša

1988, br. 51-52, str. 33-37 (VI B*);

PROHIĆ, Eleonora

1988, br. 51-52, str. 32-33 (VI B*);

PUTNIK, Radomir

1988, br. 53, str. 251-253 (I C);



RADOJKOVIĆ, Miroljub

1988, br. 51-52, str. 65-77 (XVI);

RADONJIĆ, Miroslav

1988, br. 53, str. 251-253 (I C*);

RADOVIĆ, Pero

1988, br. 51-52, str. 26-27 (VI B*);

REDAKCIJA

1988, br. 51-52, str. 10-37 (VI B);

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D);

ROSIĆ, Ljubica

1989, br. 55-56, str. 239-245 (VII B);



SAMARDŽIĆ, Mirjana

1988, br. 53, str. 233-242 (VIA);

SAPUNAR, Marko

1990, br. 58, str. 172-176 (VII A);

SAVIĆ, Igor

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

SELENIĆ, Slobodan

1988, br. 53, str. 233-242 (VI A*);

SILOBRČIĆ, Dobroslov

1988, br. 53, str. 161-166 (XVIII A);

1989, br. 54, str. 104-116 (XVIII A);

SIMIĆ-MITROVIĆ, Darinka

1988, br. 53, str. 245-246 (XI C*);

1988, br. 53, str. 247-250 (XI C*);

1989, br. 55-56, str. 199-217 (VI B);

SIMPSON, Philip

1988, br. 51-52, str. 157-159 (V A*);

SINOVEC, Jelašin

1988, br. 51-52, str. 21-22 (VI B*);

SLAVKOVIĆ, Dušan

1988, br. 53, str. 213-218 (XX);

SPLIHAL, Slavko

1988, br. 53, str. 7-24 (VII A);

STANKOV, Siniša

1989, br. 55-56, str. 96-108 (XIII);

1990, br. 58, str. 48-67 (VII A);

STANOJEVIĆ, Borislav

1989, br. 55-56, str. 109-115 (VII A);

1990, br. 58, str. 41-47 (XI B);

STEFANOVIĆ, Ivana

1989, br. 54, str. 60-66 (XVIII B);



ŠČEKIĆ, Jakša

1988, br. 53, str. 79-89 (XVI);

ŠČEKIĆ, Jovan

1988, br. 51-52, str. 19-21 (VI B*);

ŠERER, Srđan

1989, br. 55-56, str. 235-238 (II C);

ŠESTERIKOV, Borislav

1989, br. 54, str. 160-170 (XV E);

1989, br. 55-56, str. 116-128 (XV D);

1990, br. 59-60, str. 143-146 (XV E);

ŠOMLO, Ana

1988, br. 51-52, str. 10-37 (VI B*);

1988, br. 51-52, str. 149-156 (IX);

1990, br. 58, str. 169-171 (X);

ŠULMAN, Mark

1989, br. 55-56, str. 48-80 (XX);



TOŠIĆ, Mihailo

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);

TODOROVIĆ, Aleksandar

1988, br. 51-52, str. 95-111 (XV E);

TOPALLOVIĆ, Milan

1990, br. 58, str. 111-121 (XV E);

TOPOLOVAČKI, Milan

1989, br. 54, str. 233-236 (VII A*);

1989, br. 54, str. 237-243 (VII A*);

TREJSI, Majkl

1989, br. 57, str. 45-85 (VII A);

TURČAN, Jaroslav

1989, br. 57, str. 117-127 (XVIII B);

1990, br. 58, str. 89-98 (XVIII B);



UDOVIČIĆ, Zoran

1989, br. 54, str. 5-34 (XVII D*);



VALIĆ, Dubravka

1989, br. 57, str. 99-113 (XIII A);

VARDA, Ružica

1988, br. 53, str. 233-242 (VI A*);

1989, br. 54, str. 208-232 (VI A*);

1989, br. 55-56, str. 199-217 (VI B*);

1989, br. 57, str. 161-180 (VI B*);

1990, br. 58, str. 133-165 (VI B*);

1990, br. 59-60, str. 181-210 (VI A*);

VITEZOVIĆ, Miljenka

1988, br. 51-52, str. 78-85 (XIII A*);

1989, br. 54, str. 193-207 (II D*);

VREG, France

1990, br. 59-60, str. 213-217 (VII A*);

VUČIĆ, Julija

- 1988, br. 51-52, str. 163-164 (VII B);
- 1988, br. 53, str. 254-255 (VII B);
- 1989, br. 54, str. 35-59 (XVII D*);
- 1989, br. 55-56, str. 48-80 (XX*);
- 1989, br. 57, str. 21-27 (XX*);
- 1989, br. 57, str. 45-85 (VII A*);



ZAJC, Melita

- 1988, br. 51-52, str. 78-85 (XIII A);



ŽIVKOVIĆ, Milan N.

- 1989, br. 55-56, str. 189-196 (I C*);

ŽIVOTIĆ, Radomir

- 1989, br. 54, str. 237-243 (VII A);

BIBLIOTEKA RTV

- TEORIJA I PRAKSA

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 Miletić
- 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.
- ВУК, ТЕЛЕВИЗИЈА, ФОТОГРАФИЈА, Љубинко Кожул
- TV LICA, Ljubinko Kožul
- ЈЕЗИЧКИ ПРИРУЧНИК, Павле Ивић, Иван Клајн, Митар Пешикан, Бранислав Брборић

„RTV - teorija i praksa” izlazi 4 puta godišnje. Povremeno i na engleskom. Uplata pretplate i pojedinih brojeva na tekući račun 60806-603-24812 (Društveno preduzeće RTB sa p. o., za časopis „RTV - teorija i praksa”).

Distribuciju časopisa i izdanja Biblioteke vrši Knjižara „SALON KNJIGE” u Beogradu, Kosovska 37. Telefon: (011) 321-250

Adresa: Redakcija „RTV - teorija i praksa”

11000 Beograd, Kneza Miloša 7

Telefon (011)345-260



Izdaje
Radio-televizija
Beograd
Takovska 10