Radijska emisija 21. stoljeća

Modrić, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:886983

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište
Sjever

Završni rad br. 628/MM/2019

Radijska emisija 21. stoljeća

Ivan Modrić, 1657/336

Varaždin, srpanj 2019. godine



Sveučilište
Sjever

Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 628/MM/2019

Radijska emisija 21. stoljeća

Student

Ivan Modrić, 1657/336

Mentor

Nikola Jozić, mag. rel. publ.

Varaždin, srpanj 2019. godine

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

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Ivan Modrić | MATIČNI BROJ 1657/336

DATUM 27.05.2019. | KOLEGIJ Komunikologija

NASLOV RADA Radijska emisija 21. stoljeća

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Radio Show of the 21. Century

MENTOR Nikola Jozić, mag.rel.publ. | ZVANJE predavač

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.dr.sc.Andrija Bernik - predsjednik
2. Nikolina Bolčević Horvatić, dipl. ing., pred. - član
3. pred. Nikola Jozić, mag.rel.publ. - mentor
4. doc.art. Robert Geček - zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ 628/MM/2019

OPIS

U ovom radu će se opisati kratka povijest radija i način na koji je ona utjecala na društvo tog vremena. Objasnit će se današnji položaj radija u usporedbi s drugim medijima i njegov tehnološki razvoj. Na koji način digitalni radio mijenja okolinu i koliko brzo dolazi do prihvaćanja istog. Postavit će se i objasniti problematika današnje organizacije radija, tehnoloških trendova i načini izvođenja radijskih sadržaja. Ovdje je ključno povezati današnju tehnologiju i radio te kako to dvoje zajedno može doprinijeti daljnjem razvoju radija. Glavni dio rada je radijska emisija koja će biti vezana uz napredak radija te smjer u kojem se on razvija kao medij. Emisija će sadržavati razgovor, intervjuiranje i analizu. Kasnije u radu treba objasniti i donijeti zaključke na temelju razgovora ili ankete, zatim objasniti, i po mogućnosti predvidjeti smjer u kojem će radio napredovati u sljedećih deset ili više godina.

ZADATAK URUČEN 15.07.2019. | POTPIS MENTORA

REPUBLIKA HRVATSKA SVEUČILIŠTE SJEVER

Predgovor

Radio je medij koji se počeo razvijati početkom 20. stoljeća. Njegova osnovna zadaće je bila prenijeti informaciju u što kraćem vremenskom razmaku. Odnosno da postigne veću brzinu prijenosa informacija od tiskanih medija. Nije trebalo puno vremena da radio postane ujedno informativni i zabavni medij oko kojeg su se okupljale mase. Kroz sredinu 20. stoljeća pa sve do početka 21. stoljeća, ovaj medij se mijenjao, razvijao, povećavao i smanjivao.

Trend informiranja i zabavljanja radijskih slušatelja se zadržao do danas. Radio je promijenio mnogo oblika zabave i izražavanja. Gledajući na ono što je radio prije bio, neki bi rekli da je danas marginaliziran, prenatrpan reklamama te je smjer u kojem se razvija strogo diktiran od potražnje tržišta, a ne cilja da poboljšava kvalitetu kulturnog i socijalnog života. Drugi bi se složili da je radio upravo tamo gdje mora biti. Prilagodio se kao i ostali mediji te se razvija sukladno s trendovima koje prati radijska publika.

Razvoj radija nije orijentiran samo na grupu ljudi koja ga sluša, već je veliki utjecaj imala glazba odnosno glazbena kultura koja se razvijala i još uvijek se razvija. Nikako ne smijemo izostaviti dva velika rata koji su potaknuli radio da se tehnološki unaprijedi. Napredak je vodio do toga da se danas radio suočava s nedostatkom plasiranja informacija pripremljenih za osjet vida. Dakako, da se čovjek i u tom slučaju snašao te već sada imamo priliku vidjeti radijske emisije snimljene kamerama, iako se uglavnom radi o snimci voditelja i sugovornika kako sjede u sobi za snimanje.

Sažetak

U ovom završnom radu je cilj objasniti i definirati smjer u kojem se radio razvija. Gdje je radio bio u prošlosti, gdje je danas i gdje će biti za desetak godina. Kao pomoć pri otkrivanju pojedinosti o radiju, koristit ćemo se različitim izvorima s interneta, nekoliko literatura u knjižnom obliku te mišljenju malog čovjeka. Taj mali čovjek će biti moji sugovornici u emisiji koja će raspravljati o radiju na temelju iskustva dvaju sugovornika.

Cilja rada je postići objektivnost bez obzira na vlastito mišljenje. Takva zadaća je često teška i zbog toga je potrebno informirati se i prikupiti mišljenja onih koji su posvetili svoje živote promatranju i učenju o medijima. Jedan od tih velikih jest Marshall McLuhan. Uz njega, spomenut će se još nekoliko osoba vezanih uz razvoj radija i pojedinih događaja koji su mijenjali i pomicali granice radija.

Uz teoretiziranje i argumentirano razmišljanje, dodat će se i neizostavni dio radija. Tehnički aspekt bez kojeg radio ne bi postojao. Promijene u spektru emitiranja, snage odašiljača te ostali problemi tehničke prirode koji su utjecali i koji će utjecati još mnogo godina na radijsko emitiranje.

Ključne riječi ovog rada su: medij, radio, intervju, emisija, glazba, povijest, zvuk, sluh, 21. stoljeće.

Abstract

The goal of this thesis is to define and explain direction in which the radio is developing. Also where was the radio before, today and where it will be in ten years. To help us with discovering the details about radio we have to use different sources from the internet, few literatures and opinion of a small man. Small man will be represented by guests in radio in which we will debate about their experience and opinion about this medium.

We must achieve objectiveness and avoid personal opinion. That task is often hard to accomplish and that's why we have inform ourselves and gather lots of knowledge from those who dedicated their lives to observing and learning about medium. One of those is Marshall McLuhan. Besides him, we will talk about other persons who were also building and developing radio through years.

With theorizing about radio we will add the part that is crucial to radio emitting. That part is technical part. Changes in emitting spectre, power of transmitters and other technical problems which affected and will change the way radio waves are transmitting in the years to come. Key words are: medium, radio, interview, radio show, music, history, sound, hearing, 21. Century.

Popis korištenih kratica

AM Amplitudna modulacija

FM Frekvencijska modulacija

DAB engl. Digital audio broadcasting
Digitalan radijski prijenos

VR Virtualna stvarnost

3D Trodimenzionalno, treća dimenzija

5D Petdimenzionalno, peta dimenzija

CD Kompaktni disk, optički zapis

HRT Hrvatska radiotelevizija

HR Hrvatski radio

HNK Hrvatsko narodno kazalište

Sadržaj

1. Uvod 11
2. Radio 13
2.1. Povijest radija 13
2.2. Radio danas 18
2.3. Digitalno doba 19
2.4. Tišina na radiju 20
3. Radijska emisija 22
3.1. Intervju 23
3.1.1. Tema razgovora 23
3.1.2. Izbor sugovornika 25
3.2. Pitanja 26
3.3. Naziv emisije 28
3.4. Plan emitiranja emisije 28
4. Praktični dio 30
5. Analiza rezultata 31
5.1. Analiza razgovora prvog sugovornika 31
5.2. Analiza razgovora drugog sugovornika 32
6. Zaključak 33
7. Literatura 36

1. Uvod

Da bismo govorili o radijskoj emisiji, gotovo je nemoguće ne dotaknuti se radija kao osnovnog alata koji nam omogućuje prenošenje bilo kakvog radijskog formata. Od već spomenute radijske emisije, do reklama na radiju, glazbe, anketa i još nekih formata koji su predstavljeni na radiju ili će tek biti predstavljeni. Radio, odašiljač, prijamnik. Čovjek, govornik, slušatelj. Kao veliki dio izuma koje je čovjek uspio osmisliti i stvoriti, i ovaj izum prati analogiju odnosa između ljudi i potrebu da se prenese poruka.

Godine 1977. teoretičar, gotovo najbitniji čovjek za razvoj medija, Marshall McLuhan, za jedan intervju govori kako čovjek koji čita ima sposobnost razumijevanja više značenja jedne riječi jer je prilikom čitanja prisiljen na promišljanje o tekstu koji čita, te naravno, o samoj riječi (McLuhan, 1977). Ta aktivnost čini čitatelje poprilično uspješnima prilikom brzog donošenja odluka ovisno o dokumentu ili ugovoru koji čitaju. S obzirom na to kakvim nas čini čitanje knjige, gotovo je nemoguće ne zapitati se kako na nas utječe slušanje radija. Koje promjene potiče u nama i koliko nas čini boljima u svakodnevnim aktivnostima. Usporedba između čitanja i slušanja je svakako teško dosežna. Prilikom čitanja, sami određujemo tempo koji nam odgovara. Prilikom slušanja, ta privilegija nam je oduzeta, također nam ta privilegija diktira koliko vremena ćemo potrošiti razmišljajući o sadržaju koji slušamo. Još zanimljivija, pa čak i zastrašujuća, jest činjenica da radio ne emitira sadržaj prema pojedincu, već prema skupini pojedinaca koji imaju različiti ukus, zanimaciju, različitu količinu strpljenja.

Radio sa svojim radijskim sadržajem raste i razvija se od 1906. godine pa sve do danas. Neizbježan napredak koji je više od polovice tog vremena bio uvjetovan uglavnom komercijalnim potrebama tek je nedavno počeo dosezati svoj vrhunac. Ili ipak ne, neki bi rekli. U ovom radu nastojat ću proučiti i dokazati da naš svijet polako, ili već neko vrijeme, stagnira. Prije navedeni intelektualac 20. stoljeća, Marshall McLuhan, ističe sedamdesetih godina kako djeca teško zadržavaju koncentraciju zbog brzih sadržaja koji se emitiraju kroz televiziju puni subliminalnih poruka (McLuhan, 1992). Taj utjecaj medija koji je bio sve više i više koncentriran marketinškim porukama na televizijskim ekranima, ima cilj stjecanja pozornosti gledatelja i prodaje što većeg broja proizvoda. Takav utjecaj je bio slabiji na radiju budući da informaciju upijamo slušnim putem. Mi, kao vizualna bića, sadržaj uglavnom konzumiramo vidom. Naš sluh, naš dodir, njuh i ostali podražaji, pomažu osjetu vida kako bi lakše došli do svih potrebnih informacija koje će činiti cjelinu u našem mozgu. Iz tog razloga McLuhan dijeli medije na tople i hladne. Radio navodi kao primjer hladnog medija i televiziju kao primjer toplog medija. Pedeset godina kasnije stvari izmiču kontroli te razvoj medijskog sadržaja, koji je još uvijek diktiran komercijalnim potrebama, više nema prostora za razvoj.

Ponovo se korisnici medija vraćaju nekim starim vrijednostima i tehnologijama. Naravno, tržište ih prati. Dobar primjer za to su gramofonske ploče. Nakon što su gotovo izašle iz uporabe, moglo bi se reći iz mode, te iste ploče su danas počele ponovno dobivati važnost na glazbenom tržištu. Kad govorimo o radiju, teško je sa sigurnošću govoriti o jednom tipu trenda koji se vraća zbog zasićenosti tržišta. Radio je medij za koji ne možemo reći da pada, ali niti da raste. Poput svjetla koje osvjetljava radni stol da bismo mogli nešto raditi na njemu, radio je danas poprimio oblik pomagala koje je uz nas kad se vozimo u autu, kad kuhamo, kad obavljamo neki zadatak. Gotovo je nemoguće naći se u javnoj ustanovi u kojoj ne svira radio. Ordinacije, uredi, čekaonice, trgovine i slični prostori često nepisanim pravilom moraju imati uključen radio u pozadini da onima koji su se našli na tim mjestima vrijeme brže prođe. S obzirom na takva saznanja radio se nalazi u lošoj poziciji. Za napretkom nema potrebe jer malo ljudi posveti svoje vrijeme radijskom sadržaju. Budući da govorimo o uglavnom neprofitabilnom mediju, prenatrpanom reklamama, radijski prostor često ostaje prepušten komercijalnim standardima i gubi na kvaliteti. Tek poneki kulturni radiji u vlasništvu država mogu doživjeti procvat i raditi na razvoju kulturnog i kvalitetnog sadržaja koji će uljepšavati i podizati kvalitetu života pojedinca.

Glavna tema ovog rada, radijska emisija, smještena je unutar sadržaja koji se pojavljuje na radiju. Moja uloga neće biti opisivanje radijskih žanrova jer su oni već bili i biti će opisivani. Nakon uvoda u radijsku emisiju, zadaća ovog rada će biti napraviti materijal radijske emisije u obliku intervjua s dvije osobe. Kroz pripremu za razgovor s gostima cilj je pokazati neke od potrebnih vještina koje bi jednog dana mogle biti ključne za opstanak radija. Naravno, govorimo o već postojećim žanrovima i tehnologijama na radiju s naprednijim metodama i novim idejama. Sa sugovornicima će se raspravljati o radijskoj drami i klasičnoj glazbi te na koji način bi bilo moguće povezati takve elemente s mladim slušateljima i približiti radio istima.

Kroz povijest radija, opisat će se razvoj ovog medija. Nakon upoznavanja s radijom usmjerit ćemo se na konkretan problem radijske emisije te kako se pripremiti na intervju, koje komunikacijske probleme očekivati od sugovornika, kako pripremiti pitanja za njih i s obzirom na njihovu struku pristupiti problemu. Ovaj rad će se u manjoj mjeri doticati tehničke problematike radija i radijske emisije uz nastojanje da se ne upuštamo u prevelike dubine pri objašnjavanju tih istih problema.

Literatura za završni rad je uglavnom na engleskom jeziku. Razlog tome je bila teška dostupnost literature na hrvatskom koja povezuje radio i 21. stoljeće u smislu modernih ideja i rješenja koja prate radio i njegov razvoj. Tako će za ovaj rad biti korišten materijal iz dvije knjige o napretku radija u današnje vrijeme, knjige koje je napisao Marshall McLuhan, te poneki YouTube videozapisi intervjua ljudi poput već navedenog McLuhana. Uz to mnogo drugih internetskih izvora te članaka iz knjiga.

2. Radio

Mudra izreka koja je bila više puta citirana od različitih ljudi, a neki vjeruju da je Konfucije autor, govori kako moramo učiti o prošlost ako želimo definirati budućnost. Stoga je razumljivo da krećemo od povijesti radija. Kao što je u uvodu spomenuto, relacija *čovjek – govornik – slušatelj* te *radio – predajnik – prijamnik,* imaju istu ideju u svom nastojanju da prenesu informaciju. Bez komunikacije, mi ne postojimo. Gotovo sva naša postignuća su vezana uz komunikaciju te naša komunikacija često odlazi do samih granica, gdje mi šuteći odrađujemo veći napor da komuniciramo nego kada bi vikali iz sveg glasa. Jedna od najbitnijih stvari koje vrijede za sve radijske postaje, jest da na radiju nikako ne smije biti tišine. Mnogi tehničari vođeni tom idejom u reklamama, emisijama i ostalim radijskim materijalima daju sve od sebe da pokriju tu tišinu. Kasnije ćemo se vratiti na pojašnjenje ovog problema.

2.1. Povijest radija

Godine 1886. mladi znanstvenik Heinrich Hertz, bez razmišljanja o posljedicama njegovog postignuća, prvi puta odašilje i prima radio valove. Želja mladog fizičara je bila dokazati Maxwell-ovu teoriju elektromagnetizma, a ono što je postigao će kasnije biti bazično znanje za odašiljanje radio valova ne samo za radio frekvencije već i za televizijsko emitiranje pa čak i za bežično spajanje na Internet, satelite, telefone i sve ostalo što je pomoglo čovjeku da Zemlju učini jednom povezanom cjelinom (Hertz, 1893). Nedugo zatim u Italiji, 1895. godine, Guglielmo Marconi u svom stanu odašilje glasovnu poruku s jedne strane stana na drugu (Brown, 1988). Kasnije, zbog nezanimanja talijanske države za njegovo usavršavanje izuma radio prijenosa, odlazi u Englesku gdje dobiva potporu države i usavršava radio uređaj. U nadolazećim godinama ljudi su shvatili kako konstruirati svoj osobni radio predajnik. U tom razdoblju najbolje dolazi do izražaja koliko su ljudi bili željni komunikacije. Područja su bila preplavljena neprofesionalnim radio stanicama te radioamaterima koji su vladali radijskim frekvencijama do 1917. godine. Dobar primjer prakse reguliranja emitiranja programa radijskim putem državnih zakona nalazimo u Sjedinjenim Američkim Državama. Tamo predsjednik pomoću tih zakona zatvara sve amaterske i ostale oblike početnih profesionalnih radio stanica, najvećim dijelom zbog oslobađanja frekventnog prostora za ratne potrebe.

Nakon završetka 1. svjetskog rata zakon o zabrani emitiranja radijskim frekvencijama se odbacuje i nekoliko profesionalnih radio postaja na području Amerike i Engleske počinje s emitiranjem. Radijski program je bio ispunjen religijskim čitanjima, vijestima i sportskim izvještajima. Važan događaj za ovaj završni rad se dogodio 1922. godine kada njujorška radio postaja WGY emitira 40 radio drama, pokazujući time potencijal radija kao medija za poboljšanje kulture života i zabave.



Slika 1. Snimanje radio drame „The Great Divine“, autor: William Vaughn Moody

Radio drame, kao samostalna književna djela nisu postojale već ih je trebalo prepraviti za emitiranje na radijskim postajama. Potreba za radio dramom nije bila predstavljena s dolaskom radija, već je postojala prije radijskog doba u obliku običnih kazališnih drama izvođenih u kazalištu koje su ljudi slušali preko svojih telefona. Isto je vrijedilo za koncerte klasične glazbe, sportske događaje i druga popularna događanja. Nije trebalo mnogo vremena da reklame osvoje program radijskog prostora i počnu biti manji, no nikako bezopasan, faktor pri usmjeravanju radija u budućnost.

Upravo reklamiranje postaje glavni pokretač razvoja radija 1930-ih godina. Tijekom tog vremena velike radio postaje u Americi dobivaju preko 70% frekvencijskog prostora, dok ostali dio odlazi školama i javnim ustanovama. Posao za te glavne radio stanice nikada nije bio unosniji. Sve tvrtke, privatne i javne, žele dobiti svoj dio medijskog prostora na radiju. Iako reklame u to doba nisu ni približno izgledale kao današnje, američki CBS i NBC do 1934. godine zarađuju 72 milijuna dolara tim putem (Rudel, 2008). Razvoj radija u Europi također

prati razvoj u Americi, s tim da Europa nastoji održati, koliko je god moguće, tradicionalno i kulturno uređenje na radijskim postajama. To podrazumijeva manje reklamnog prostora, više glazbenog i dramskog prostora.

Između 1930. i 1950. radio postaje potpuno prihvaćen medij među svim slojevima i skupinama ljudi. Radio, kao da je bio priprema za dolazak televizije, uči ljude na raspored. Do tog trena nije postojao medij koji je bio strogo vezan uz raspored emitiranja, čak je i glazba imala svoj prostor u programu te su slušatelji počeli učiti o mediju koji je bio vremenski organiziran. Dobra usporedba s takvim načinom emitiranja danas jest potrebna kako bismo imali kontrolu nad sadržajem koji nas zaokuplja te se vraćamo starim navikama i vrijednostima poput čitanja novina. Pretplata na televiziji *(engl. TV on demand)* i slične opcije su danas imperativ pri zabavi kod kuće. Sadržajno ovakva praksa nikako nije slična čitanju novina, no gledajući na mogućnost izbora vremena za određeni medij i sadržaj, sličnost svakako postoji.

Sapunice. Glavna zabava za žene prilikom rada kod kuće, strogo određeno emitiranje u danu i to najčešće kada su se žene vraćale s poslova izvan kuće, spremne prihvatiti se svih kućanskih poslova uz serijale radio drama zvane sapunice. Ovaj opće prihvaćen izraz sapunice *(engl. Soap Operas)* dolazi od činjenice da su proizvođači sapuna ciljali kućanice, kao glavne korisnice sapuna za čišćenje odjeće i pranje suđa, prilikom pranja tog istog suđa uz slušanje radija. Na taj način se došlo do tog naziva. Jedna od najpoznatijih sapunica *„Guiding Light“* završava 2002. godine kao televizijska serija, a započeta je bila kao radio drama 1930. godine.

Kao mnogo stvari i postignuća koja proizlaze iz radija kao medija, jedna od najbitnijih je bila pravovremenost. Pravovremenost u smislu izvještavanja s mjesta događaja. U to vrijeme kada su novine bile poprilično jak medij za dobivanje informacija, radio ih je u potpunosti odbacio sa strane kad govorimo o izvještavanju o nesrećama, promocijama, sportskim i ostalim događajima. Pokretne radio stanice su postale normalan prizor na mjestima većih i bitnijih događaja, nesreća ili pak javnih izlaganja i ostalih medijski zanimljivih zbivanja. Slično kao u današnje vrijeme televizijska mobilna kola koja susrećemo na većim utakmicama, koncertima, itd. Takvo izvještavanje odgaja radijsku, kasnije i televizijsku, publiku sve do danas. Javnost je informirana na dnevnoj bazi o zbivanjima u njihovoj okolici pa i šire. Ljudi polako gube osjećaj za katastrofe i velike nesreće baš iz razloga što se na radiju moglo čuti uništavanje automobila prilikom nesreće, pucnjave u prosvjedima, vrištanje unesrećenih žrtava i još mnogo drugih oblika patnji, svjedočenja, javnih prozivki. Upravo ovakav utjecaj na nas će kasnije televizija, pa i Internet, usavršiti. Veliki dio nas, ljudi, će početi ignorirati patnju drugih i poziv upomoć od naših susjeda. Ovakav medijski, moglo bi se reći, odgoj ide toliko daleko da počinjemo živjeti u oblaku u kojemu se osjećamo nedodirljivima. Opasnost postoji samo izvan, nikako unutar naša četiri zida, što rezultira lakšom manipulacijom države i autoriteta pa i samog medija na nas same.

Radio se, poput mnogih drugih izuma, najviše razvio tijekom ratova (Horten, 2002). Velika promjena je uslijedila kada je radio prijenos bio prenesen sa amplitudne modulacije (AM) na frekvencijsku modulaciju (FM). Frekvencijska modulacija je omogućavala da radio prijenos postane otporan na vremenske uvjete u atmosferi i na geografska obilježja krajolika po kojem je putovao signal. Zbog novog standarda FM, mnoge države uvode regulacije snage odašiljača. Snaga je bila ograničena s obzirom na reljef, područje emitiranja i veličinu države. U Americi je takva regulacija bila do 50 kilowata i zadržala se do danas. U Hrvatskoj za radioamatere do 1 kilowat, a za javne radije više od 25 kilowata (OIV, 2002).

„Video killed the radio star“, relativno poznat stih grupe The Buggles govori o propasti radija. Iako je pjesma bila objavljena tek 1979. godine, već 1950. pojava televizije označava sporu i neizbježnu smrt radija, tvrdi pola ljudi tog doba. Do najavljivanog gašenja i prekida emitiranja nije došlo. Radio je morao pronaći svoje mjestu u utrci s televizijom. Prilikom nastanka radija kao medija, radio je bilo nemoguće imitirati ili zamijeniti drugim medijem. Bio je jedinstven u prenošenju informacija za to vrijeme. Dolazak televizije je poprilično otežao radijskim postajama održavanje slušanosti i interesa javnosti. Još teže je bilo nadoknaditi nedostatak mogućnosti prijenosa informacija na dodatno osjetilo, to jest osjetilo vida.

Upravo to doba možemo povezati s današnjim radijem. Razlog tome je činjenica da radio drame i slični žanrovi koji su bili do tog vremena specifični za taj medij, nalaze svoje mjesto na televiziji. Tada se radio okreće glazbenim programima i već više puta spomenutim, reklamama. No orijentirajmo se na glazbeni dio. 1960-ih i 1970-ih godina trend puštanja glazbe na radiju počinje prisiljavati glazbenu industriju da se unaprijedi i razvija. Prije svega bilo je potrebno unaprijediti metode pomoću kojih se snimala glazba i spremao zapis zvuka, a zatim i sama izvedba te glazbe. Glazbena industrija dobiva vjetar u leđa te će veliki dio tog napretka pratiti radio do početka 21. stoljeća. Osnovni ritmovi za rap i hip-hop nastaju na način da voditelji između pjesama imaju govorne dionice koje su kasnije toliko uvježbano ubacivali rimujući rečenice i slažući nespojive kombinacije riječi (Keith, 2010).

Glazba na radiju nije samo potaknula promjene među glazbenicima, već je dala novi smisao radiju. Kao medij za zabavu, radio u utrci s televizijom nije imao previše mogućnosti i prostora za poboljšanje. No s pojavom stereo zapisa glazbe i sve boljim tehnologijama izrade i poboljšanja predajnika pa i prijamnika, radio opet dobiva svoje mjesto kao vodeći medij za distribuciju glazbe. Radio postaje HiFi.

Neizbježno je govoriti o Americi, želimo li objediniti sveukupni razvoj radija. Reklame, koje smo prije samo spomenuli, svoj značaj počinju dobivati 1970-ih kada u Americi dolazi do velikih razlika u prihodima između starije tehnologije prenošenja signala (AM) i novije (FM). Naime, kako je FM bila novija i puno jača metoda slanja i primanja signala, najveće i najbogatije

tvrtke su dobile frekvencijski prostor za emitiranje. AM je ostao nižoj klasi odnosno javnim i privatnim vlasnicima koji nemaju dovoljno novaca da si priušte noviju tehnologiju. U taj niži sloj su spadali i ljudi crne rase koji su u to doba bili u lošem ekonomskom stanju i veći dio vremena potlačeni, no poprilično kreativni. Već spomenuti, hip-hop, rap, rock, blues, i mnogi drugi glazbeni žanrovi nastaju upravo potrebom za izražavanjem nezadovoljstva, ali i kreativnosti, te na koncu budu emitirani na AM radijskim postajama. Uzevši sve navedene stvari u obzir, onaj dio ljudi koji je slušao radio se prije odlučio za AM stanice koje su bile popunjene progresivnom glazbom tog doba, za razliku od FM stanica koje su bile preplavljene istom glazbom i nimalo interesantnim voditeljima. Nažalost, to je bio dvosjekli mač. AM stanice su donosile najviše zarade od reklamiranja, podaci vezani uz profit FM radio stanica ne prelazi 14% ukupne radijske zarade. Lijek za to su vidjeli u povećanju količine reklama na FM pojasu emitiranja. Radijske postaje se okreću reklamama i smanjuju vremenski prostor u eteru koji je bio rezerviran za glazbu. Tip radijske postaje koja emitira progresivnu glazbu nestaje, odnosno sve je manje i manje takvih postaja. Ovaj trend se zadržao do danas. Reklamiranje i oglašavanje je otišlo u neobičnom smjeru gdje se praksa ponavljanja i naglašavanja očitog upotrebljava u gotovo svakoj stanci između glazbenih brojeva na radiju. Primjer toga je najava na jednom od hrvatskih radija koja glasi: *„Sat vremena glazbe, bez prekida.“*, te je upravo ta najava prekid nizanja glazbenih brojeva u sat vremena rezerviranih samo za glazbu.

Mogli bismo reći da radio nije samo napredovao tehnološki već i medijski. Prvenstveno iz linearne komunikacije se otvorila mogućnost za nelinearnu komunikaciju na radiju. Nekad, medij koji je bio usmjeren od voditelja prema publici, odnosno slušateljima, bez mogućnosti kontrole sadržaja i slijeda informacija koje će izaći iz radio prijamnika. I danas, medij koji omogućuje slušateljima kroz različite ankete, javljanja, javnih razgovora, glazbenih želja i ostalih prilagođenih formata da slušatelji javno govore o svojim iskustvima i željama. Ovisno o njihovom javljanju ovaj medij kreira svoj sadržaj, naravno, ukoliko im je to omogućeno (Longley, 1968).

K tome je potrebno još i dodati da su radio 1980-ih godina pokušali u malim segmentima nadograditi s elementima i sadržajima koje možemo samo primiti osjetilom vida. To jest, različitim natpisima na malim ekranima na radiju u automobilu ili kod kuće. Ti natpisi su sadržavali imena postaja, imena izvođača i pjesmi koje su se izvodile na radiju. Ta potreba za nadogradnjom danog sadržaja slušatelju kasnije, a to jest skoro danas, dobiva prostor za još nadogradnje. Između ostalog, radijske postaje koje slušamo pomoću Interneta u većini slučajeva sadržavaju sliku albuma te glazbe koja je tog trenutka na radijskom programu. Takve radijske postaje uopće ne puštaju, ili u malim količinama puštaju, reklame. Kao i na Internetu, tako i u automobilima, dolaskom digitalnog odašiljanja radijskih frekvencija imamo mogućnost slanja

većih količina podataka tim putem. Pa tako i slike i ostale informacije o glazbi koju slušamo na radiju. Kod nas u Hrvatskoj digitalni radio prijenos (DAB) je u procesu razvoja, odnosno u prijelaznom razdoblju gdje se otvaraju digitalne radio frekvencije, no još uvijek s mogućnošću slušanja starijeg (FM) oblika prenošenja frekvencija (Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija, NN 97/1999, 1999) (Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija, NN br. 53/94).

2.2. Radio danas

Pojava digitalnog radija u svijetu označava razdoblje radija danas. Stoga je potrebno odvojiti veći dio prostora za raspravu o novim problemima, rješenjima, zanimljivostima ali i koristi takvog, digitalnog radija. 1982. godine Billy Joel izdaje *„52nd Street“* na CD-u. Taj događaj za nas označava veliki prijelaz s analogne na digitalnu tehnologiju zapisa zvuka. Nije trebalo dugo da se nule i jedinice, odnosno bitovi počnu koristiti u svim mogućim oblicima u glazbenoj industriji pa i medijskoj distribuciji. Prvo ideja, a kasnije potreba, digitalizacija televizije, radija i ostalih oblika povezanosti mijenja svijet oko nas.

Radio nikako ne može biti samo prijenos informacija od onoga koji šalje tu informaciju do onoga koji ju prima. Mnogo polemika i još više definicija je bilo napisano kako bi mogli staviti radio u okvire i takoreći, obuzdati taj medij. Andrew Crisell 1986. godine u knjizi *„Understanding radio“* piše kako se radio smatra sekundarnim medijem u industriji emitiranja sadržaja. Taj izraz dolazi od industrijskog pragmatičkog pogleda da nitko ne mari slušamo li radio ili ne, tako dugo dok je uključen (Crisell, 1994). Nažalost, radio danas više nije medij kojem se ljudi okreću iz potrebe kulturnog uzdizanja i rada na sebi. Radio kao da je postao točno ono što je opisao A. Crisell, glazbena kutija uz koju vrijeme brže prolazi prilikom rada u kući ili na poslu. Neki, u manjini, su shvatili da radio može biti odličan alat pri odgajanju mlađe populacije. Radio drame koje su bile manje slušane u proteklim godinama se sada vraćaju. U Velikoj Britaniji upravo taj oblik zabave na radiju za mlađe postaje primaran i prijeko potreban način da ih se približi tom mediju.

Usporedimo li radio danas i nekad, mogli bismo reći da je radio iz učitelja koji vam otvara vrata – a vi sami morate proći kroz njih, postao ulični svirač ili veliki plakat u prolazu dok se vozimo automobilom ili odmaramo izvan kuće. Naša potreba da sve konzumiramo svim raspoloživim osjetilima je, izrazimo li se malo slobodnije, otjerala učitelja i dovela plakate i nešto glazbe. Dobar primjer za takvo agresivno ponašanje *(McLuhan ovakav oblik ponašanja naziva agresivnim pa slijedimo njegov primjer)* je virtualna realnost koja je ovdje ne samo zbog tehnološkog napretka već i zbog naše potrebe da produžeci naših osjetila, to jest mediji, dohvate sve moguće podražaje prilikom zabave na računalu, gledanja filma i ostalih aktivnosti koje su isključivo masovno korištene za zabavu. 3D kina ili ona 5D kako ih vole popularno zvati, VR

naočale, platforme za virtualno igranje igara koje omogućuju hodanje po pokretnoj traci u smjeru kretanja na samoj igrici i sl. Sve je to potreba modernog čovjeka da se zabavi i uživi u ovaj digitalan svijet.

Budući da je očito kako je radio od najbitnijeg medija pri širenju informacija do ovakvog, gore spomenutog oblika došao u relativno kratkom roku, postavlja se pitanje gdje i u kojem smjeru će taj isti radio krenuti u 21. stoljeću. Kako bi uopće mogli komentirati ili predvidjeti ovakav napredak, potrebno je sagledati na radio iz perspektive doba u kojem se on nalazi, a to jest digitalno doba.

2.3. Digitalno doba

Grčki pjesnik Hesoid je pokušao podijeliti ljudsku povijest kroz doba metala. Svako doba metala je bilo definirano kroz količinu rada kojeg je bilo potrebno uložiti da bi čovjek preživio. Samim time se je mogla mjeriti količina intelekta, sredstava i otpada koje smo proizvodili. Zlatno doba, kao primjer, govori o razdoblju kad je čovjek morao najmanje raditi jer se zlato smatralo najvrjednijim metalom. Željezo je imalo manju vrijednost od zlata, te je zbog toga to doba imalo specifični omjer uloženog i dobivenog, omjer koji odskače od ostalih prošlih i budućih doba. Slične podjele rade i drugi mislioci poput McLuhana koji se odvaja od podijele vezane uz materijale koje smo koristili kao civilizacija te se okreće razvoju komunikacije. Iz toga McLuhan dijeli povijest čovječanstva na dominantne oblike komuniciranja. Govor i pisanje čine glavnu podjelu. Ti se oblici granaju te je potrebno spomenuti doba kada je čovjek naučio spremati govorni zapis i svoje misli kroz knjige, pa čak i umjetnine, kasnije CD-e, itd. Naša sposobnost komuniciranja i slanja poruke medijem koji jest poruka (McLuhan) te cijeli razvoj te sposobnosti, nevezano promatramo li napredak kroz metale ili govorne vještine, jako teško može biti opisana starenjem odnosno godinama. Godine kao orijentir i pojednostavljeni oblik opisivanja vremena koje je potrebno da razvijemo neku vještinu u promatranju dostignuća u našem primjeru ne može označavati točku u kojoj je došlo do prekretnice. Prekretnice poput digitalnog doba.

Nastavimo li tom logikom, da nismo toliko jednostavna bića koja mogu sve pojednostaviti zapisom godina, moramo sagledati stvari iz pozicije razdoblja u kojem se nalazimo. Mogli bi reći da lijepo i ružno mogu biti riječi korištene samo u sistemu godina. Ova godina je bolja od one druge i sl. C. J. Thomsen u knjizi *„Guide to Northern Antiquity“* 1836. godine dijeli arheološka nalazišta u tri doba, kameno, brončano i željezno doba (Thomsen, 1836). Kao u primjeru s godinama, ovaj sustav je upravo suprotan. Ne postoji klasifikacija dobrog i lošeg. Doba su podijeljena s obzirom na naša postignuća. Ta postignuća nisu samo omogućila da

napredujemo tehnološki. Pomoću njih su se kreirale civilizacije, uređivala društva, mijenjao kontekst i svrha našeg postojanja (Pavel, 2008) (Robert, 1962).

Stoga digitalno doba i digitalan radio dolazi do prekretnice u kojoj će se dodatno usmjeriti. Prije smo spomenuli da se ljudi vraćaju nekim tradicionalnim vrijednostima koje su jednostavno funkcionirale za nas te smo morali nastaviti držati korak s vremenom da bismo se kasnije vratili na stanje od prije, ustanovivši da je upravo to bilo dobro za nas. Radio drama je dobar primjer toga. Izvor zabave za mlađe, a i one starije. Već spomenuta knjiga je također vrijedan primjer. Uzevši to u obzir, već danas možemo zaključiti u kojem će se smjeru razvijati radio u ovom digitalnom dobu, ne u cijelosti nego u manjim dijelovima. Neki stariji žanrovi su se održavali i ostat će aktivni u radijskim programima, a noviji sadržaj će biti oblikovan tržišnim potrebama.

2.4. Tišina na radiju

Kad govorimo o tišini kao izrazu, slično kao i radio, nema samo jedno značenje. Prije nego se upustimo u planiranje razgovora između izabranih gostiju, potrebno je objasniti još jedan bitan segment radija koji je zapostavljen, a postaje sve veći problem u Hrvatskoj i regiji ovog dijela Europe te je usko vezan uz tišinu i ono što postaje tišina oko nas. U knjizi *„Public Service Media in Europe: A Comparative Approach“* (2006), i opisano u knjizi *„Radio Content in The Digital Age“*, Cristian S. Nissen govori o pojedincu u naprednom društvu danas koji se doživljava više individualnim konzumentom, već građaninom ili državljaninom (A. Gazi, 2011). Na društvo, tvrdi, gledamo više kao tržište, a manje kao zajednicu. Potreba da se sve više stvari prilagodi nama pojedincima koji često ispadamo agresivni, sebični i samodopadni sa stavom da gotovo sve možemo kupiti prisiljava tržište da se prilagodi nama samima. Stoga to tržište također prolongira agresivan sadržaj koji nas stalno okružuje te pri svakom uključivanju radija vrši utjecaj na nas (K Arriaza Ibarra, 2015). Najveći problem ove situacije jest da gubimo primjer primjerenog ponašanja budući da se nalazimo u većoj zajednici u kojoj često biti sebičan nije prihvatljivi oblik ponašanja, pa čak ni dopustiva privilegija.

Primjer takvog ponašanja je globalno zatopljenje. Zamislimo, zapravo i ne moramo zamisliti, okolinu oko nas u kojoj svi voze automobile s dizelskim motorom. Iako poprilično puno medija, unatoč želji da se prilagode potrošačima i potrošači ne žele slušati o zatopljenju, govori o smanjenju ispušnih plinova kako bi zaštitili planet Zemlju koju smo već dovoljno zagadili. Bez dovoljnog postotka ljudi koji su voljni udovoljiti Zemlji, a ne samo sebi, mi gubimo primjere koji nas čine uravnoteženima. Bez protuteže, u ovom primjeru ljudi koji će prije putovati javnim prijevozom, biciklima i električnim autima, tržište koje diktira nama nakon što smo mi diktirali njime- neumorno i neprestano nas vodi u još veću propast. McLuhan je jednom prilikom rekao da mi oblikujemo alate koje koristimo te ti alati, zauzvrat, oblikuju nas. Ne gledajući na

pozitivno ili negativno stajalište ove izjave, naš primjer o globalnom zatopljenju upravo objašnjava taj slučaj.

No vratimo se na početnu misao, *tišina*. Prvo čega se sjetimo kad čujemo riječ tišina jest, u većini slučajeva, muk, nepostojanje šuma, nestanak buke. Što ako upravo taj šum, ta buka ima dinamičnu karakteristiku? Dinamičnu u smislu da kao medij može i ne mora prenositi informaciju, može i ne mora biti svjetlo koje nam pomaže pri čitanju (McLuhan). Što ako danas, sutra buka postane razina tišine? Trenutno je sasvim jednostavno misliti, a i objasniti da se to već događa. Reklame danas, kao da su zamijenile dobru staru tišinu te su preuzele njen oblik (Dubber, 2013). U većini slučajeva ne obraćamo pažnju na ove ili one oglase, najave, pozive. U rijetkim slučajevima dođe do zanimljive nam teme te naćulimo uši i osluškujemo radio. Uglavnom su to rijetki slučajevi. Ovo je jedan od najvećih problema radija današnjice. Primjer koji smo naveli s globalnim zatopljenjem gdje se tržište, pa i svijet, prilagodio nama, događa se svuda oko nas. Od spomenutih automobila do radijske pop glazbe koja je toliko zasićena ritmovima i tonovima stvorenima da nas zavaraju i da nam što prije uđu u uho.

Tišina u eteru, u starom obliku tišine koja jest prekid komunikacije, muk, utišana buka, bi i mogla biti lijek svemu tome. Naučiti nas da stanemo i isključimo automobil, sagledamo svijet bez glazbe, pozadinske buke koja imitira tišinu i daje nam iskrivljeno viđenje svijeta kakav nikako ne može biti.

Zvonimir Bajsić, rijetko spomenuti gospodin po kome je imenovan veliki studio na HRT-u i u Štokholmu, je bio pionir u radio drami u Hrvatskoj. On je svoje kolege i suradnike učio o tišini kao mediju koji uvijek mora biti kontrast zvuku. Danas živimo da je sam zvuk postao tišina. Jedna od izjava gosp. Bajsića je glasila: *„Tišina je skromnost. Kako se ponovo naviknuti na skromnost?“* (Željko Luketić, 2016).

3. Radijska emisija

Marko Sapunar je 1995. godine podijelio žanrove na monološke, dijaloške, višeslojne i mješovite (Sapunar, 2004). Svaki od njih ima svoju dodatnu skupinu.

MONOLOŠKI:

- vijest
- izvještaj

DIJALOŠKI:

- panel-diskusija
- polemika
- intervju: anketa/izjava

VIŠESLOJNI:

- reportaža
- radijski paket
- radio drama

MJEŠOVITI:

- glazbena emisija
- humoreska
- satira
- anegdota

Radijska emisija napravljena za ovaj završni rad sadržavat će intervju s dvije osobe. Za svaki intervju ćemo se pripremiti i objasniti zašto i kako su bila izabrana pitanja i što želimo postići na taj način. Emisija će biti sačinjena od uvodne špice koja služi kao najava. Svaki razgovor smije trajati petnaest do dvadeset minuta. Na kraju i na početku će biti uvodna i odjavna špica. Također ćemo napraviti jednu najavu *(engl. jingle)* koja bi trebala uključivati privremeno ime radija za koji se radi na emisiji i osnovni ton koji čini osnovni ton radija. Najčešće se takav ton dobiva kombinacijom izgovaranja imena radija i popratnom kombinacijom tonova ili samo jedan ton koji se kasnije na različite načine ubacuje u ostale najave te postaje specifičan za taj radio.

3.1. Intervju

3.1.1. Tema razgovora

Sugovornici za intervju izabrani su nakon odluke koje polje radijske kulture i samog medija želimo proučiti, odnosno dobiti povratnu informaciju na temelju koje ćemo donijeti zaključke o izabranoj temi. Tema je prilično opširna pa ćemo je objasniti najbolje što možemo.

U kratkom opisu povijesti radija smo napomenuli da se kao konzumenti često vraćamo poznatom sadržaju ili metodama kojima smo upijali taj sadržaj (*engl. TV on demand*), odnosno mogućnosti biranja što i kada ćemo gledati u odnosu na klasični televizijski program koji za nas određuje u koje vrijeme i na koji način ćemo dobiti gledani sadržaj. Upravo ta mogućnost odlučivanja je bila, i još je uvijek dostupna pri čitanju novina. Stoga će ovaj intervju biti o starim žanrovima glazbe, ali i modernim metodama radijskog prijenosa. Primjeri pitanja koja će se pojaviti: *„Što prikazivati vizualno na ekranu kada svira Mozartova simfonija? Bi li klasični koncerti morali biti prikazivani uz hologram izvođača čiji se materijal izvodi?“* i navoditi sugovornike u svrhu glavnog pitanja: *„Postoji li mogućnost približavanja mladih ka klasičnoj glazbi?“*

Iako smo naveli kratki opis povijesti radija, a ona sama traje preko sto godina, povijest klasične glazbe seže u toliko daleka i davna vremena da bi se kratka povijest o tom žanru glazbe pisala u nekoliko knjiga. Gotovo sva današnja glazba ima svoje korijenje u klasičnoj glazbi. To nije samo zbog kopiranja tonova i harmonija koje funkcioniraju, već je iz klasične glazbe narasla sva druga poslije nje. Barokna glazba, koja spada u klasičnu, čini Varaždin baroknim gradom. Klasična glazba također čini Beč svjetski poznatim gradom klasične glazbe. Svaku Novu godinu na Hrvatskoj radioteleviziji se prenosi koncert glazbene simfonije iz Beča. Klasična glazba je svuda oko nas, što i ne čudi s obzirom koliko dugo je oko nas. Kako se u doba konzumerizma i poprilično jeftinih i loših žanrova glazbe okrenuti klasičnoj glazbi koja je sve drugo samo ne loša?

Opera, kao usko vezani žanr klasične glazbe u današnje vrijeme uglavnom okuplja stariju publiku koja je navikla da priča ispričana glazbom ili filmom ne mora biti temeljena na svjetlosnim efektima i agresivnošću glavnoga lika (primjer današnjih filmova u produkciji Warner Bros i sl.). Ideja ovog rada nije vraćanje na stare načine izvođenja glazbe ili uporaba zastarjele tehnologije u samoj izvedbi, već diskutiranje o modernim načinima približavanja mladih ljudi ka klasičnoj glazbi. Za ljude je poznato da smo puni ograničenja kada govorimo o našim osjetilima i mogućnostima i sve više i više moramo biti svjesni da je utrka s tehnologijom kakvu koristimo danas prodana utrka. Digitalan svijet je već bio znak da naša osjetila neće moći

pratiti takav razvoj. Mi smo bića koja razmišljaju analogno, kroz impulse i valove, a ne kroz nule i jedinice. Ovaj završni rad (i tisuće drugih) pisan je pomoću digitalne tehnologije koja ima pripremljene analogne ulaze i izlaze (tipkovnica, ekran, zvučnici i sl.) upravo zbog naših osjetila koja ne mogu drugačije primiti podražaj. Uzevši to u obzir, nameće se pitanje je li unaprjeđenje nas samih ovisno o nekim drugim faktorima. Navest ću primjer klasične glazbe. Naime, svi njezini elementi su nam poznati. Puhački, gudački i žičani instrumenti, note, organizacija orkestara i ostale stvari vezane uz izvedbu takve glazbe. Impresivno je kad razmišljamo o kompleksnosti glazbe, a još kompleksnije su sposobnosti skladatelja koji ima mogućnost razmišljati kreativno i pisati tehnički zahtjevne komade za cijeli orkestar. Možda upravo rastavljanje ovakvih kompleksnih radnji može dati odgovor ili smjer u kojem bi se ljudi mogli dalje razvijati i napredovati.

No, vratimo se na radio dramu, koja je također, kao tema, dio razgovora. Tim Crook u svojoj knjizi *„Radio Drama: Theory and Practice“* opisuje način na koji smo zanemarili radio dramu te napominje da premalo vremena posvećujemo tom mediju (Crook, 2002). U nastavku objašnjava kako razvijamo osjet sluha nekoliko mjeseci prije nego što smo rođeni. Stoga slobodno možemo reći da nam je osjetilo sluha naprednije za nekoliko mjeseci unaprijed za razliku od osjeta vida ili njuha. Zanemarivši medij koji njeguje takve podražaje i osjetila te komunicira kroz njih, zanemarili smo sami sebe. I to ne samo na razini razvijanja tog osjetila, već i na kulturnom i obrazovnom nivou gdje podižemo kvalitetu svoga života (Beaman, 2000). Medij, radio drama, ima možda najveći potencijal doprijeti do šire mase, objašnjava Crook. Ne samo da ima najveći potencijal, već je i jedan od najjeftinijih načina da dopre do ljudske svijesti. U svojoj knjizi često povezuje radio dramu s ljudskim osjetilima, znanošću ali i marketingom koji je neizbježan u kreiranju i emitiranju sadržaja na bilo kojem mediju. Također ističe da radio dramski sadržaj nema samo velik utjecaj na nas, već je poprilično interesantan jer je kroz njega jednostavno prepričati mnoge događaje, mnoga književna djela.

Kako bismo uistinu potvrdili da radio drama ima veliki potencijal dopiranja do naše savjesti govori slučaj iz 1938. godine. Tada Orson Welles na američkoj radijskoj postaji emitira sadržaj pod imenom *„Rat svjetova“ (engl. „War of the Worlds“)*.

Slijedi prijevod uvoda radio drame na hrvatski jezik:

„Dame i gospodo, prekidamo naš glazbeni program zbog izvanrednih vijesti. 20 minuta prije osam, prema središnjem vremenu, prof. Farell s opservatorija Mount Jennings, Chicago, Illinois, uočio je nekoliko eksplozija zapaljivog plina, koje su se pojavile u pravilnim razmacima na Marsu. Spektroskop je pokazao da je zapaljivi plin vodik i da se kreće prema Zemlji velikom brzinom…“.

Komad je zapravo bio adaptacija istoimenog romana H. G. Wellsa napisanog prije 40 godina. Rezultat je bila velika panika svih koji su slušali dramu tog dana. Nemir na ulici, zastoj prometa i slični prizori su bili posljedica izvještavanja o napadu Marsovaca na Zemlju. Da bi cijela situacija bila još gora, Orson Welles je prilagodio izvođenje radio drame u obliku izvanrednih vijesti koje su prekidale program, i bez obzira na najavu da se radi o dramskoj izvedbi komada, tjerale ljude na ulicu. Iako točan podatak o broju ljudi uključenih u incident nije nikad bilo moguće točno procijeniti, neki izvori navode oko 6 milijuna slušatelja i oko milijun i pol njih koji su povjerovali da smo napadnuti. Zbog tolikog broja uključenih, ovaj incident se smatra jednim od najvećih u povijesti masovnih medija.

3.1.2. Izbor sugovornika

Glavna tema razgovora je radio, radijska glazba i radio drama, stoga je izbor sugovornika sužen na ljude koji se bave tim područjem. Tim više, skladaju glazbu, izvode je i produciraju. Producirali su radio drame i stvarali nove. Prvi sugovornik će biti dirigent, glazbenik te drugi sugovornik producent klasične glazbe i radio drame. Ovakav izbor je napravljen kako bismo mogli dobiti što bolje odgovore od ljudi koji se bave tim poslom. Uz to ćemo dobiti odgovore iz različitih perspektiva. Postavljena pitanja će biti slična za sve jer želimo vidjeti postoji li razlika u razmišljanju ovisno o procesu s kojim se pojedini sugovornik svakodnevno susreće u stvaranju ili izvođenju, na primjer, glazbe. Kako bismo se pripremili na intervju, potrebno je upoznati sugovornike, barem na osnovnoj razini.

Naš prvi sugovornik, Matija Fortuna, je dirigent koji radi kao asistent na Muzičkoj akademiji u Zagrebu. Rođen u Križevcima, bavi se glazbom od malih nogu. Danas predaje, asistira i poučava studente o glazbi i glazbenoj teoriji. Radi u Riječkom HNK-u kao dirigent, gostuje u Mariboru na operama, također, kao dirigent. Školovao se u Zagrebu te kasnije

Drugi sugovornik, Davor Rocco (http://davorrocco.com/), je puno stvari i teško je u jednoj rečenici opisati njegovu profesiju. Između ostalog on je producent, glazbenik, pisac, dizajner zvuka i svakako teoretičar. Radio je na HR-u kao glazbeni dramaturg za radio drame. Bio je dobitnik mnogih nagrada za te iste radio drame i svoju glazbu. Također je dobio nagrade kao producent tuđe glazbe.

3.2. Pitanja

Matija Fortuna, prvi sugovornik, odgovorit će na sljedeća pitanja:

- Recite nam nekoliko stvari o sebi. (mjesto rođenja, mjesto školovanja, trenutno radno mjesto, trenutni interesi u životu)
- Slušate li radio? Koliko često slušate radio? Slušate li digitalan radio?
- Mislite li da mladi danas slušaju radio? Slušaju li klasičnu glazbu i radio drame na radiju? Zašto da/ne?
- Smatrate li da postoji poveznica između mladih ljudi i klasične glazbe/radio drame?
- Kakav je odziv mladih prilikom izvođenja opera u kazalištu ili klasične glazbe u koncertnim dvoranama?
- Mislite li da će se promijeniti status radija danas s dolaskom digitalnog radija te da će isti prestati biti „usputni“ medij koji nam služi samo za zabavu ili kao pozadinska buka?

Za drugog sugovornika, Davora Rocca, pitanja će biti sljedeća:

- Recite nam nekoliko stvari o sebi. (mjesto rođenja, mjesto školovanja, trenutno radno mjesto, trenutni interesi u životu)
- Slušate li radio? Koliko često slušate radio? Slušate li digitalan radio?
- Mislite li da mladi danas slušaju radio? Slušaju li klasičnu glazbu i radio drame na radiju? Zašto da/ne?
- Smatrate li da postoji poveznica između mladih ljudi i klasične glazbe/radio drame?
- Koliko dugo ste radili na HR-u i kakva je vaša uloga bila? Recite nam malo više o radio drami. Mislite li da je HR imao kvalitetan materijal kada govorimo o radio drami ili ne? Jeste li dobili kakve nagrade?
- Na koji način se danas bavite klasičnom glazbom? Stagnira li klasična glazba, tj. teže li kompozitori danas nekim novim oblicima i formama?
- Mislite li da će se promijeniti status radija danas s dolaskom digitalnog radija te da će isti prestati biti „usputni“ medij koji nam uglavnom služi samo za zabavu ili kao pozadinska buka?*

**U zadnjem pitanju smatra se status radija u odnosu na nekad, kada je radio educirao, podizao kvalitetu socijalnog, ali i kulturnog života. Nekad, kada je trebalo odvojiti vrijeme i pažnju za taj medij.*

3.3. Naziv emisije

Naziv emisije će biti *„Na tragu radija“*. Taj naziv je prikladan iz nekoliko razloga. Prvi razlog je taj što se brzo može naslutiti o kojoj temi u emisiji raspravljamo. Drugi razlog je opisan kroz cijeli ovaj završni rad, a to jest da je radio u relativno kratkom roku promijenio svoj oblik i formu te danas slušamo formate i žanrove na radiju koji su prilagođeni isključivo potrebi tržišta. Treći razlog bi bila želja da uspijemo prognozirati budućnost i predvidjeti smjer u kojem će se radio razvijati. To nikako nije moguće bez da pogledamo u prošlost i pokušamo shvatiti koliko je, ovaj dragi nam medij, imao moć nekad i danas.

3.4. Plan emitiranja emisije

Emisija *„Na tragu radija“* će biti emitirana tri puta tjedno s početkom u 16 sati i 10 minuta. To će biti vrijeme kada počinje dio emisije koji uključuje razgovor s gostima bez najave emisije ili epizode i glazbenih brojeva. Razlog emitiranja u tom terminu jest taj da je radio najslušaniji upravo u to vrijeme. Budući da je prije u radu navedeno na koji način slušatelji danas koriste radio kao ambijentalan šum ili usputnu zabavu, ova emisija traži upravo takav termin koji okuplja najviše publike. Zamjenski termin bi mogao biti u podne, uključujući reprize svaki dan nakon što je emisija emitirana prvi put. Svaka epizoda je osmišljena kao razgovor u dva dijela te uključuje drugog sugovornika u svakoj sljedećoj epizodi.

Zbog lakšeg pregleda plana emitiranja emisije potrebno je pomoću dijagrama ili nekog drugog grafičkog oblika, prikazati slijed prije, tokom i nakon emitiranja emisije. Najava u navedenim dijagramima označava mješavinu različitih tonova u kombinaciji s glasovnim najavljivanjem određenog radijskog materijala, engl. jingle.

TJEDNA NAJAVA EMISIJE
(jingle pripremljen kao najava na tjednoj razini)

GLAZBENI BROJEVI, OSTALI RADIJSKI PROGRAM

NAJAVA ZA POČETAK EMISIJE

NAJAVA GOSTA EMISIJE

NAJAVA IZMEĐU NAJAVE GOSTA I POČETKA EMISIJE

RAZGOVOR S GOSTOM/INTERVJU UKLJUČUJUĆI POZADINSKU GLAZBU

NAJAVA ZA KRAJ EMISIJE

GLAZBENI BROJEVI, OSTALI RADIJSKI PROGRAM

4. Praktični dio

Praktični dio je zapisan kao zvučni materijal, stoga će on biti prezentiran kao zvučni sadržaj. Ovdje će biti poveznica na isti kako bi takav zapis bio dostupan svakom čitatelju ovog rada. Rad se sastoji od glazbene najave odnosno obilježja samog radija, na primjer: *„Studentski radio Sveučilišta Sjever“*. Nakon toga dolazi tjedna najava koja najavljuje emisiju *„Na tragu radija“*, najava emisije pred početak emisije, razgovor odnosno intervju uz podlogu te na kraju odjava emisije.

Glazbeni materijal za ovu emisiju je većim dijelom preuzet s interneta, a manjim dijelom napisan. Ovim putem zahvaljujem svim autorima koji su nesebično podijelili glazbu i glazbene efekte koje sam iskoristio u završnom radu. Materijal sastavljen od mojih autorskih ideja i njihovih materijala jest neprofitabilan materijal te ga ni ja ni nitko drugi ne smije i neće prodavati ili koristiti u bilo kakve profitabilne svrhe. Taj materijal se koristi samo u edukativne svrhe.

Poveznica koja vodi na praktični dio rada:

https://drive.google.com/open?id=1IdVv2kozz_PO8JdD_RTtbvVjkdAKKZYb

5. Analiza rezultata

Kako bi cijeli praktični dio završnog rada imao svrhu, potrebno je iznijeti zaključke razgovora sa našim sugovornicima. Zbog malo vremena i ograničenih financijskih sredstava za put u Zagreb i ostala mjesta, intervju je bio ograničen na dvije osobe. Ovim putem se još jednom zahvaljujem gospodinu Matiji i gospodinu Davoru na njihovom mišljenju i iskustvu koje su nesebično podijelili s nama.

5.1. Analiza razgovora prvog sugovornika

Prvi sugovornik je bio Matija Fortuna. Kad govorimo o slušanju radija, Matija je osoba koja voli slušati radio u autu što je uobičajeno za gotovo sve slušatelje radija. Kada vozi uglavnom sluša glazbu i informativne emisije o zastoju na cestama i općenitim vijestima. Između ostalog Matija sluša DAB radio u svom autu, kod kuće sluša radijske postaje na internetu, što bi mogli reći da jest radio na zahtjev. Kada govorimo o glazbi prvi sugovornik sluša uglavnom klasičnu glazbu, za radio dramu je nekoliko puta čuo no teško zadržava koncentraciju kada prati takav sadržaj duže od desetak minuta. Također je upoznat sa internacionalnim radijskim postajama izvan Hrvatske.

Njegovo mišljenje je da radio ima tešku ulogu zadržati se u ovom mnoštvu drugih medija te da radio ima budućnost, no ona je odvisna od mladih ljudi i kvalitetnijeg prijenosa, ujedno i zapisa, zvuka na radiju. Smatra da mlade ljude treba više usmjeriti ka klasičnoj, etno glazbi i operi zbog nesigurne budućnosti takvih žanrova koji su opstali kroz više od tisuću godina. Produkt odgoja mladih da slušaju klasičnu i etno glazbu bi rezultirao da se njihov broj poveća na koncertima takve glazbe, ali i kazališnim izvedbama opera i predstava. Uz to, u radu smo već spomenuli koliko je potrebno da za svaki žanr glazbe, medij i trend postoji i suprotni oblik istoga kako bi u svakom trenutku mogli težiti kvalitetnom sadržaju.

Matija je spomenuo i strah da za tridesetak godina neće moći prodati koncert klasične glazbe ili sličnog sadržaja jer neće biti dovoljan broj publike da napuni koncertnu dvoranu. Slični problem ima i radio koji također gubi publiku kojoj je on kao medij bitan, a bez takve publike radio već je, i samo može postati u još većoj mjeri jedan veliki šum i pozadinska buka.

5.2. Analiza razgovora drugog sugovornika

Drugi sugovornik, Davor Rocco, je otvorio neke nove teme za raspravu te bi dio tih tema zasigurno bio zanimljiv smjer u kojem bi se emisija razvijala s novim gostima. Između ostalog, Davor ne sluša radio, nekad je slušao radio u autu. U ovom slučaju je malo apsurdno govoriti o slušanju radija kod drugog sugovornika jer je Davor bio dugogodišnji sudionik u stvaranju radijskog materijala te mu je radio poprilično poznata tema.

Onaj dio razgovora koji je bio izuzetno zanimljiv jest dio u kojem razgovaramo o klasičnoj glazbi i kako je ona zapravo dobila akademiziran naziv za svu glazbu koju smatramo klasičnom, a nekada je zasigurno bila popularna glazba. Problem trpanja puno žanrova u taj naziv je doveo do velikih pomutnji i nerazumijevanja. Stoga, nadovežemo li se na dio završnog rada koji govori o klasičnoj glazbi kao alatu za razvijanje vještina i daljnji mentalni napredak ljudske vrste, možemo reći da bi prije svega trebalo razvrstati pravilno klasičnu glazbu među laičkim žargonom i upoznat ljude s točnom terminologijom.

Nadalje, Davor je govorio o problemu mobitela i generalno svih ekrana danas koji nas okružuju. Takvo okruženje stvara vrlo nepovoljni prostor u kojem je teško razviti bilo kakav kvalitetan sadržaj za bilo koji medij uključujući i radio.

Svakako Davor ističe da nije potrebno toliko se vračati prošlim vremenima i težiti nečem što je dobilo priliku zasjati, napraviti pozitivnu promjenu te postepeno biti zamijenjeno nečim drugim. Već napominje da radio ima budućnost u smislu kvalitetnog medija uz nove i inovativne ideje koje će dati neki novi pogled na taj medij, a istovremeno mijenjati i podizati kvalitetu života pojedinca pa ujedno i šire mase.

Nije potrebno spominjati sve nagrade koje je dobio gosp. Rocco. Na internetskoj stranici s njegovim imenom nabrojani su mnogi članci i mnogi dokumenti koji navode za koje sve predstave, radio drame i projekte je osmislio glazbu. U razgovoru o radio drami navodi kako se je radio drama izgubila u vremenu i to je bio dovoljan komentar da nam otvori vrata k problemu tog žanra. Jednostavno zbog potrebe da uložimo vrijeme i pažnju na takav sadržaj i činjenice da to vrijeme danas gotovo nitko nema, radio drama je ostala osuđena na svojevrsnu propast.

6. Zaključak

Kao mladoj osobi koja je zainteresirana za radio, ovaj završni rad me je natjerao da pobliže istražim i otkrijem nova područja radija koja nisam poznavao. Samim time što je radio proživio, mogli bismo reći, svoje najbolje godine uzmemo li u obzir slušanost i popularnost, ne iznenađuje činjenica da sam se često vračao na stvari koje su nekad radio činile dobrim. Nadam se da to neće izazvat čuđenje i da sam rad neće ispast težak za čitati. Svakako treba uzeti u obzir da upravo to što je radio činilo dobrim jest njegova prošlost te je ona svojevrsni pokazatelj u kojem smjeru bi bilo dobro orijentirati ovaj medij. Nažalost njegova sudbina je najmanje u rukama pojedinca, malog čovjeka, studenta. Trenutni položaj radija sam doživio kao sjever i jug. Da objasnim, na jednoj strani imamo nacionalne radijske i televizijske kuće (Hrvatska, Slovenija, Srbija, itd.) koje još uvijek nudi nekakav kvalitetan sadržaj i održavaju radio u svom starijem obliku. Po mojem mišljenju dobro i definitivno boljem obliku od ove druge strane radijskih postaja koje su privatizirane i prisiljene na drastičnu popularizaciju kako bi priskrbili radnom osoblju na tom radiju normalnu plaću i standard. Između toga, zaključujem, i ne postoji baš neka sredina. Ove godine svjedočimo o umiranju glazbenog programa na jednom od hrvatskih radija koji je glasio za alternativan radio te je imao poprilično dobro ukorijenjenu povijest emitiranja. To su zadnje postaje koje se nalaze u sredini i polako pod pritiskom tržišta popuštaju i gube bitku.

Onaj dio koji me veseli jest taj da naši nacionalni programi i to oni najmanje slušanje po statistikama slušanosti, još uvijek drže do sadržaja koji ima priliku oplemeniti kulturni, ali i socijalni život slušatelja. Kroz etno, klasičnu, eksperimentalnu i progresivnu glazbu, te postaje daju priliku da živimo progresivno, razmišljamo kritički i cijenimo kulturu koja nam je dana i koju mi sami stvaramo. Ideje koje sam naveo nisu temelj tih radijski postaja, no one držeći se tih načela, svakako daju priliku koju je danas teško dobiti u ovom medijskom neredu u kojem živimo.

Ovaj završni vođen tom idejom pokušava oslikati i prenijeti dobru poruku radija za buduće naraštaje i mene samoga. Od činjenica i predviđanja koje je rekao Marshall Mcluhan, do konferencije na Cipru u kojoj je nekoliko predstavnika europskih država otvoreno govorilo o problematici radija specifičnih za njihovu državu. Sve su to bili izvori koji su me usmjeravali prilikom pisanja ovog rada. Te stvari koje oni govore o radiju se ne mogu iščitati iz onog što se u Hrvatskoj prezentira na radijskim postajama. Nekoliko navedenih knjiga u radu počinju sa predgovorima o radiju kao o svetom mediju koji je mijenjao svijet i činio nezamislive pomake. To je upravo bio najteži dio za shvatiti te odakle uopće krenuti. Još mi je teže bilo razumjeti cijelu situaciju kada sam čitao o gospodinu Zvonimiru Bajsiću, koji je bio svjetski poznat

radijski i televizijski urednik, producent, pisac. A gotovo nigdje se nije spominjao u hrvatskoj literaturi.

Uzevši u obzir sve navedene faktore, ja mislim da sam ovom radu pristupio s najboljeg mogućeg gledišta. Kritički prije svega, uzevši u obzir i prošlost i sadašnjost, ali i činjenicu da radio u Hrvatskoj nije opisan kao radio izvan nje. Vođen idejom gosp. Davora Rocca, slažem se da je radio medij koji još uvijek imam u manjim količinama sposobnost da donosi promijene, samo treba pronaći novi pristup do takvog izričaja.

U Varaždinu, 19.07.2019. godine. Potpis:

Sveučilište Sjever

SVEUČILIŠTE SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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

Ja, IVAN MODRIĆ *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom RADIJSKA EMISIJA 21. STOLJEĆA *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Ivan Modrić
(vlastoručni potpis)

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

Ja, IVAN MODRIĆ *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/~~diplomskog~~ *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom RADIJSKA EMISIJA 21. STOLJEĆA *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Modrić Ivan
(vlastoručni potpis)

7. Literatura

A. Gazi, G. Starkey, S.Jedrzejewski. 2011. *Radio Content in the Digital Age, conference Cipar 2009.* Bristol : Intellect, The Mill, Parnall Road, Fishpounds, 2011.

Beaman, J. 2000. *Interwieving for Radio.* London : Routledge, 2000.

Brown, R. 1988. *Manipulating the Ether: The Power of Broadcasting Radio in Thirties America.* Jefferson, NC : MacFaraland, 1988.

Crisell, Andrew. 1994. *Understanding Radio.* New York : Routledge, 1994.

Crook, Tim. 2002. *Radio Drama.* s.l. : Taylor&Francis, 2002.

—. 2002. *Radio Drama.* s.l. : Taylor&Francis, 2002.

Dubber, A. 2013. *Radio in the Digital Age.* s.l. : Polity Press, 2013.

Hertz, H. 1893. *Electric Waves.* London : Macmillan and Co., 1893.

Horten, G. 2002. *Radio Goes to War: The Cultural Politics of Propaganda During World War II.* Los Angeles : University of California, 2002.

K Arriaza Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn. 2015. *Public Service Media in Europe: A Comparative Approach.* s.l. : Taylor&Francis Ltd., 2015.

Keith, M. 2010. *The Radio Station: Broadcast, Satellite and Internet.* Burlinton : Focal Press, 2010.

Longley, L. D. 1968. *The FM Shift in 1945, Journal of Broadcasting 12.* 1968.

McLuhan, Marshall. 1977. *Marshall Mcluhan Full lecture: The medium is the message - 1977 part 1 v 3.* 1977.

—. 1992. *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century.* s.l. : Oxford, University Press, 1992.

OIV. 2002. Digitalni signali i mreže. *OIV.* [Online] 2002. https://www.oiv.hr/tvrtka/o-nama/povijest/povijest_hr.aspx.

Pavel, N. 2008. *Johan Haquin Wallman, Sven Nilsson and the birth of modernarcheology.* Sctockholm : s.n., 2008.

24.9.1999. Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija. *Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija, NN 97/1999, Pravilnik o naknadi za uporabu radijskih frekvencija i načinu plaćanja.* Zagreb : s.n., 24.9.1999.

Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija, NN 97/1999. **plaćanja, Pravilnik o naknadi za uporabu radijskih freknvecija i načinu. 1999.** 1999.

Pravilnik o dodjeli radijskih frekvencija, NN br. 53/94. **postaja, Pravilnik o tehničkim uvjetima i uvijetima uporabe amaterskih radijskih.**

Robert, H. 1962. *Technology and Culture version 3, number 3.* 1962.

Rudel, A. 2008. *Hello, Everybody! The Dawn of American Radio.* Orlando : Houghthon Mifflin Harcourt, 2008.

Sapunar, Marko. 2004. *Osnovne znanosti o novinarstvu.* Zagreb : s.n., 2004.

Sikavica, P. 2008. *Temelji menadžmenta.* Zagreb : Školska knjiga, 2008.

Thomsen, C. J. 1836. *Guide to Northern Antiquity.* 1836.

Željko Luketić, Nataša Kalinić. 2016. *Tko je taj Zvonimir Bajsić.* HRT, 2016.

Popis slika

Slika 1. Snimanje radio drame „The Great Divine“, autor: William Vaughn Moody 14